

Carla Russ

¡A los Americanos!

Deutsche Propaganda in
Lateinamerika während des
Ersten Weltkrieges (1914–1918)



Carla Russ

¡A los Americanos!

HISTORAMERICANA

Herausgegeben von
Debora Gerstenberger, Michael Goebel,
Hans-Joachim König und Stefan Rinke
Band 45

Wissenschaftlicher Beirat

Pilar González Bernaldo de Quiros (Université de Paris)
Sandra Kuntz Ficker (El Colegio de México)
Federico Navarrete Linares (Universidad Nacional Autónoma de México)
Thiago Nicodemo (Universidade Estadual de Campinas)
Scarlett O'Phelan (Pontificia Universidad Católica del Perú)
Ricardo Pérez Montfort (Centro de Investigaciones y Estudios Superiores
en Antropología Social, México)
Eduardo Posada-Carbó (University of Oxford)
Hilda Sabato (Universidad de Buenos Aires)
Rafael Sagredo Baeza (Universidad Católica de Chile)
Lilia Moritz Schwarcz (Universidade de São Paulo)

Carla Russ

¡A los Americanos!

Deutsche Propaganda in Lateinamerika
während des Ersten Weltkrieges (1914–1918)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische
Daten sind im Internet über www.dnb.de abrufbar

wbg Academic ist ein Imprint der wbg
© 2022 by wbg (Wissenschaftliche Buchgesellschaft), Darmstadt
Die Erstausgabe erschien 2019 im Verlag Hans-Dieter Heinz, Akademischer Verlag Stuttgart.
Die Herausgabe des Werkes wurde durch die Vereinsmitglieder der wbg ermöglicht.
Umschlag und Titelseite: Satzweiss.com Print, Web, Software GmbH
Umschlagsabbildung: Karikatur ohne Titel aus: Boletín Germánico, Buenos Aires, 25.09.1914
Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier
Printed in Germany

Besuchen Sie uns im Internet: www.wbg-wissenverbindet.de

ISBN Online: 978-3-534-27449-9

Parallele Veröffentlichung auf dem Refubium der Freien Universität Berlin:
<http://dx.doi.org/10.17169/refubium-34145>

Dieses Werk ist mit Ausnahme der Einbandabbildung als Open-Access-Publikation im Sinne der Creative-Commons-Lizenz CC BY International 4.0 (»Attribution 4.0 International«) veröffentlicht. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>. Jede Verwertung in anderen als den durch diese Lizenz zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

DANKSAGUNG

Die vorliegende Arbeit wäre ohne die Unterstützung zahlreicher Menschen nicht möglich gewesen. Dass ich mich mit dem Thema der deutschen Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges wissenschaftlich auseinandersetzen konnte, verdanke ich in erster Linie der steten Förderung von Prof. Dr. Stefan Rinke, der meine Beschäftigung mit der Thematik seit der Masterarbeit ermutigt und wohlwollend begleitet hat. Jun.-Prof. Dr. Debora Gerstenberger hat im entscheidenden Moment die richtigen Fragen gestellt und der Ausrichtung der Arbeit somit einen wichtigen Impuls geliefert. Prof. Dr. Bernd Hausberger danke ich für die freundliche Aufnahme und Betreuung während meines Forschungsaufenthaltes in Mexiko. Bei den Mitgliedern der Promotionskommission möchte ich mich für ihr Interesse und ihre Bereitschaft, Teil des Promotionsverfahrens zu sein, herzlich bedanken.

Ohne die institutionelle wie auch finanzielle Unterstützung durch das DFG geförderte Internationale Graduiertenkolleg *Zwischen Räumen. Bewegungen, Akteure und Repräsentationen der Globalisierung* wäre diese Dissertation nicht realisierbar gewesen. Ganz besonders den Teilnehmer*innen der Kolloquien des Internationalen Graduiertenkollegs sowie des Forschungskolloquiums zur Geschichte Lateinamerikas des *Lateinamerika-Institutes* der *Freien Universität Berlin* bin ich für die stets konstruktive und respektvolle Kritik dankbar.

Während meines Forschungsaufenthaltes in Buenos Aires waren insbesondere die Gespräche mit Dr. María Inés Tato sehr bereichernd für die Arbeit. Ich danke Dr. María Inés Tato und Dr. Carolina García Sanz außerdem für ihre Einladung zur Teilnahme am Panel *Imperial representations and national identities in Iberian America (1914-1918)* auf dem fünften Kongress des *European Network in Universal and Global History* 2017. Dr. Silke Nagel hat mir nicht nur mit wertvollen Hinweisen zur Archivlage in Mexiko weitergeholfen, sondern mir auch freundlicherweise ihre Monographie zukommen lassen, welche für meine Arbeit von großem Interesse war.

Bei den Mitarbeiter*innen des *Iberoamerikanischen-Institutes*, der *Staatsbibliothek zu Berlin*, des *Politischen Archives des Auswärtigen Amtes*, des *Bundesarchives* Berlin-Lichterfelde, der *Hemeroteca Nacional de México* an der *Universidad Nacional Autónoma de México*, der *Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada*, des *Archivo Histórico de la Cancillería Argentina*, der *Hemeroteca* der *Biblioteca Pública de la Universidad Nacional de La Plata* sowie der *Hemeroteca*

der *Biblioteca Nacional Mariano Moreno* möchte ich mich für ihre Hilfe und Hinweise bedanken.

Für das Lesen und kritische Diskutieren der Arbeit oder ihrer Teile danke ich Frederik Garbe, Kevin Niebauer, Mónica Contreras, Kathrin Heim und Norma Ladewig. Eure Kommentare, Anmerkungen und motivierenden Worte waren für mich von unschätzbarem Wert. Der „Historikergruppe“, insbesondere Alina Enzensberger, Larissa Schmid, Sebastian Bischoff, Jakob Müller und Samuel Krug, möchte ich ebenfalls für den guten Austausch danken.

Dem ganzen Team der SynTAGit, insbesondere Leif, Thomas und Ali, bin ich für das verständnisvolle Entgegenkommen in der finalen Schreibphase sowie für die Möglichkeit, meine Dissertation sorgenfrei zum Abschluss bringen zu können, von ganzem Herzen dankbar. Meinen Eltern danke ich für das unhinterfragte Vertrauen sowie die bedingungslose Unterstützung.

Carla Russ
Berlin, Oktober 2019

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
Kriegspropaganda als globales Medienereignis: Die Bedeutung von massenmedialer Kommunikation und Netzwerken für Propaganda im Ersten Weltkrieg.....	19
Zum Verhältnis von Propaganda, Diskurs und Identität	22
Deutsche auswärtige Kriegspropaganda in Lateinamerika als Untersuchungsgegenstand in der Geschichtswissenschaft.....	27
Aufbau der Arbeit und Methodik	35
1 Deutsche Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges – Vorläufer, Organisation und Medienformen	42
1.1 Deutschland und das Zeitalter des Imperialismus in Lateinamerika (1890 – 1914)	43
1.1.1 Deutsche Weltpolitik und Wirtschaftsinteressen in Lateinamerika, 1890 – 1914	45
1.1.2 Rivalitäten und Konkurrenz: Die Großmächte in Lateinamerika	59
1.1.3 Auswärtige Kultur- und Wirtschaftspolitik im Zeitalter des Imperialismus: Panlatinismus und Panamerikanismus als Herausforderungen für die deutsche Kulturarbeit in Lateinamerika	63
Zusammenfassung	69
1.2 Das Werben um die „schöne Helena“: Deutsche Kultur- und Pressepropaganda in Lateinamerika (1910 – 1919)	70
1.2.1 Deutsche Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges: Akteure und Maßnahmen	85
1.2.1.1 Propaganda für Lateinamerika aus Deutschland (1914–1919)	88
1.2.1.2 Spanien und die Schweiz: Neutrale Knotenpunkte zwischen Deutschland und Lateinamerika.....	103
1.2.1.3 Lokal produzierte deutsche Propaganda in Hispanoamerika (1914 – 1918)	107
1.2.2 Das Kriegsende und die deutsche Pressepropaganda in Lateinamerika	141
Zusammenfassung	147
1.3 Medien, Darstellungsformen und Themen der deutschen Propaganda in Lateinamerika, 1914 – 1918	149

1.3.1 Deutsche Propagandamedien in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges: Eine Übersicht.....	150
1.3.2 Bevorzugte sprachlich-formale Darstellungsformen deutscher Propaganda in Lateinamerika.....	156
1.3.3 Übergeordnete Themen und Methoden deutscher Propaganda in Lateinamerika.....	164
Zusammenfassung.....	167
2 Die Aneignung lokaler Diskurse durch auswärtige Propaganda und die Konstruktion von Deutschlandbildern – Deutsche Propaganda in Argentinien, Chile und Mexiko während des Ersten Weltkrieges (1914 – 1918).....	170
2.1 Diskursive Allianz? Die Rolle Spaniens für die deutsche Propaganda in Lateinamerika.....	171
2.1.1 „La Fuente Original de la Raza“: Spanische Kulturpolitik in Lateinamerika und ihre Verflechtung mit den Deutschen Interessen in der Region.....	172
2.1.2 „La Madre Patria“: Die persuasive Funktion spanischer Stimmen in der deutschen Propaganda in Lateinamerika.....	181
2.1.3 „Nuestros Intereses son los de España“: Lokale Deutungen des <i>Hispanismo</i> in der deutschen Propaganda in Lateinamerika.....	189
Zusammenfassung.....	197
2.2 Nationale und transnationale Feindbestimmungen: Antiimperialismus und Imperialismus in der deutschen Propaganda.....	199
2.2.1 „El inglés saca de nosotros todo lo que puede“: Die Evokation anti-englischer Ressentiments im Spiegel des Wirtschaftskrieges in Argentinien und Chile 201	
2.2.2 „Las perfidias del eterno y natural enemigo del norte“: Die Aneignung des progressiven <i>Hispanoamericanismo</i> und des <i>anti-yanquismo</i> in der deutschen Propaganda.....	215
2.2.3 „Defendemos la causa de Alemania“: Die Rechtfertigung von Deutschlands imperialistischen Ambitionen in Lateinamerika.....	232
Zusammenfassung.....	238
2.3 Germanophile Positionen und Repräsentationen der Deutschen in der deutschen Propaganda in Argentinien und Chile.....	239

2.3.1 „Un pueblo alemán“: Die Repräsentation Deutschlands in den Texten argentinischer <i>germanófilos</i> und ihre Rezeption des Deutschlandbildes der <i>Ideen von 1914</i>	240
2.3.2 „Chile, Chile por sobre todo!“: Rechtskonservative Diskurse und Diskurse über <i>Chilenidad</i> und <i>Deutschtum</i> in der deutschen Propaganda in Chile	253
2.3.3 „Ciudadanos ejemplares“: Die deutschen Migranten als Thema und Topos der deutschen Propaganda in Chile	266
Zusammenfassung	275
Fazit	277
Bibliographie	291
Archivmaterial	291
Zeitungen und Zeitschriften	292
Gedruckte Quellen	294
Sekundärliteratur	297
Appendix 1	323
Deutsche Propagandazeitungen und -zeitschriften aus Lateinamerika (Ausschnitt)	323
Appendix 2	324
Abkürzungsverzeichnis	324
Abbildungsverzeichnis	325

„Wichtig ist, dass sich die Propaganda darauf versteht, sich irgendwelcher Ideen zu bedienen.“¹

Siegfried Kracauer

EINLEITUNG

Während des Ersten Weltkrieges lag die Umsetzung der deutschen Propagandastrategie für Lateinamerika zum Großteil in der Hand lokaler Akteure, die sich in einem transnationalen Kommunikationsnetzwerk zwischen Europa und den Amerikas organisierten. Berlin war somit nicht das Zentrum der Koordination und Produktion von auswärtiger Propaganda mit Ziel Lateinamerika, sondern, so zeige ich in der vorliegenden Arbeit, nur ein Knotenpunkt innerhalb eines plurizentrischen Netzwerkes, das sich von Madrid über New York und Mexiko D.F. bis nach Santiago de Chile spannte. Nicht alle dieser Knotenpunkte waren gleich bedeutsam, sondern sie unterschieden sich in der Verdichtung von Kommunikationswegen sowie hinsichtlich ihrer Produktivität. So fungierten zum Beispiel Madrid, Buenos Aires und Mexiko D.F. als Konnex und Verteiler von Telegrammen und Nachrichten, während die kleineren Städte im inneren Venezuelas erst mit einigen Tagen Verspätung über Bogotá die neuesten Meldungen aus Europa erhielten.² Unter dem Begriff Netzwerk wird hier daher einerseits ein sozialer Interaktionsraum und andererseits die infrastrukturelle Verkabelung der Orte sowie der medientechnische Zugang zu Kommunikationswegen verstanden.³ Die urbanen Zentren Lateinamerikas waren aber nicht nur Verteilerpunkte, sondern vor allem auch Produktionsorte von Propagandamedien und -inhalten, da die Akteure und Institutionen in Deutschland durch die Blockademaßnahmen Großbritanniens in ihren Möglichkeiten, auswärtige Propaganda in Übersee umzusetzen, bereits im Sommer 1914 massiv eingeschränkt worden waren.

Diese starke Abhängigkeit von der lokalen Initiative hatte, so mein zentrales Argument, entscheidende Konsequenzen für die diskursive Konfiguration der Propagandamedien, die vor Ort entstanden. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden drei Aussagezusammenhänge herausgearbeitet, anhand

¹ Siegfried Kracauer: *Totalitäre Propaganda*. Frankfurt a.M. 2013, S. 30.

² PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 19.05.1916.

³ Debora Gerstenberger, Joël Glasman: *Globalgeschichte mit Maß. Was Globalhistoriker von der Akteur-Netzwerk-Theorie lernen können*. In: dies. (Hrsg.): *Techniken der Globalisierung. Globalgeschichte meets Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld 2016, S. 30-32.

derer sich die diskursive Verflechtung von pro-deutscher Überzeugungsrhetorik mit lokal relevanten (trans)nationalen Identitätsdiskursen nachweisen lässt. Als empirische Beispiele dienen dabei pro-deutsche Propagandatexte aus Argentinien, Chile und Mexiko. Damit wurden drei Länder ausgewählt, die zum einen ihre außenpolitische (wenn auch nicht wirtschaftspolitische) Neutralität aufrecht erhielten und in denen zum anderen die deutsche Propaganda als verhältnismäßig effizient galt, was sich auch daran festmachen lässt, dass sie dort starke Reaktionen der Gegenseite hervorrief.⁴ Daneben hatten alle der drei genannten Nationen einen für die Region verhältnismäßig hohen Industrialisierungsgrad vorzuweisen und waren somit als potentielle Abnehmer von Fertigwaren für das Deutsche Reich von ganz besonderem Interesse.⁵ Des Weiteren handelt es sich bei Argentinien und Chile im Gegensatz zu Mexiko um jene zwei Länder, die nach Brasilien die größten deutschsprachigen Gemeinden Lateinamerikas beherbergten. Folglich konnte im Rahmen der Analyse abgeglichen werden, wie die Präsenz deutscher Migranten die argumentative Strategie der pro-deutschen Propaganda in den untersuchten Ländern beeinflusste. Darüber hinaus ergab sich die Auswahl jener drei Länder auch heuristisch aus der ersten Sichtung des Quellenmaterials sowie der Rekonstruktion des Propagandanetzwerkes, welche bereits die besondere Bedeutung Argentiniens, Chiles und Mexikos sowohl hinsichtlich der Organisation der deutschen Propaganda in Lateinamerika als auch in Bezug auf ihre Einbeziehung von (trans)nationalen Identitätsdiskursen erkennen ließ.

Jene analysierten Texte⁶ also, die nicht von Deutschland aus nach Lateinamerika transportiert oder telegraphiert wurden, sondern in engem räumlichen Bezug zu ihrem jeweiligen Rezeptionskontext entstanden, erwiesen sich hinsichtlich ihrer Auswahl von Argumentations- und Äußerungszusammenhängen als erstaunlich pragmatisch, anpassungsfähig und variantenreich. Damit soll keine Aussage über ihre Effizienz, also ihre tatsächliche Fähigkeit zur Meinungslenkung, getroffen werden, sondern über ihr

⁴ Vgl. Stefan Rinke: *Im Sog der Katastrophe. Lateinamerika und der Erste Weltkrieg*. Frankfurt a.M., New York 2015, S. 122f., 188; Jürgen Schaefer: *Deutsche Militärhilfe an Südamerika. Militär- und Rüstungsinteressen in Argentinien, Bolivien und Chile vor 1914*. Düsseldorf 1974, S. 183.

⁵ Michael Goebel: *Decentring the German Spirit: The Weimar Republic's Cultural Relations with Latin America*. In: *Journal of Contemporary History* Bd. 44, H. 2 (2009), S. 228; Jürgen Osterhammel: *Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts*. München 2009, S. 941.

⁶ Von einem erweiterten Textbegriff ausgehend beziehe ich hier auch Bilder mit ein.

persuasives Potential⁷, das heißt, ihr jeweiliges Maß an Integration lokaler Diskurse unter Einbeziehung des Rezeptionskontextes. Diese Perspektive fußt auf der in der vorliegenden Arbeit verwendeten Definition von Propaganda, welche weiter unten noch ausführlicher dargestellt wird. Zentral ist dabei die Annahme, dass Propaganda Identifikation zwischen ihren Botschaften und Rezipienten erzeugen will, was wiederum im Idealfall eine Einbeziehung oder zumindest Antizipation der Empfängerperspektive bedeutet. Die Analyse des Quellenkorpus zeigt darüber hinaus, dass in den Kriegsjahren bereits jene Themen und Diskurse von der deutschen Propaganda bedient wurden, die Historiker auch für die Weimarer Jahre als zentrale Strategien der Kulturarbeit Deutschlands in Lateinamerika identifiziert haben.⁸ Es ist daher eine zentrale Erkenntnis dieser Arbeit, dass der Erste Weltkrieg keinen radikalen Bruch der deutschen Kulturarbeit in Lateinamerika darstellte, da einerseits auf bereits bestehende Strukturen zurückgegriffen werden konnte und andererseits durch die Verflechtung pro-deutscher Positionen und lokaler Diskurse in den Kriegsjahren auch jene Argumentationszusammenhänge hervorgebracht wurden, die in den 1920er Jahre wiederum von den Akteuren der Kulturpropaganda in Deutschland aufgegriffen oder weiterverfolgt werden konnten.

Unter dem Begriff »lokaler Diskurs« verstehe ich nicht etwa einen örtlich begrenzten Diskurs, der frei von jeglichen externen Einflüssen gewesen wäre, sondern betone die Bedeutung und Präsenz dieser durchaus transnational zirkulierenden Diskurse für die lokalen intellektuellen Zirkel und öffentlichen politischen Debatten in den urbanen Zentren Lateinamerikas und, wie die Arbeit zeigt, teilweise auch Spaniens. Die in Lateinamerika, beziehungsweise in eben diesen urbanen Zentren Lateinamerikas, hergestellten pro-deutschen Propagandamedien eigneten sich, so meine These, Diskurse über kollektive Identitäten, national wie auch transnational, an. Sie übertrugen bereits existierende Selbst- und Fremdbilder auf die binäre Dichotomie der Freund-Feind-Logik der Kriegspropaganda und verflochten pro-deutsche Äußerungen

⁷ Castells bezeichnet dies als das *programming* des Netzwerkes, seine Fähigkeit also, Handlungsbedeutungen zu konstruieren, die seinen Zielen entsprechen, vgl. Manuel Castells: *Communication Power*. Oxford 2009, S. 45f.

⁸ Goebel: *Decentering the German Spirit*, S. 232f.; Olivier Compagnon: *América Latina y la Gran Guerra. El Adiós a Europa (Argentina y Brasil, 1914-1939)*. Buenos Aires 2014, S. 212. Der Begriff »Thema« ist sehr weit gefasst. Für eine Definition wird in der Forschung oftmals auf die Reflexionen Niklas Luhmanns verwiesen, der unter »Thema« die strukturelle Grundlage eines jeden Kommunikationsaktes verstand sowie einen Sinnzusammenhang, der von den Sprechern unterschiedlich bewertet werden kann, vgl. u. a. Peter Haslinger: *Diskurs, Sprache, Zeit, Identität. Plädoyer für eine erweiterte Diskursgeschichte*. In: Franz X. Eder (Hrsg.): *Historische Diskursanalysen: Genealogie, Theorie, Anwendungen*. Wiesbaden 2006, S. 40.

mit lokal relevanten Debatten zu nationalen und/oder lateinamerikanischen Kollektividentitäten. Das Globale, also das Medienereignis der Kriegspropaganda mit ihrer immer gleichen Darstellung und Deutung der Ereignisse, und das Lokale, die in Lateinamerika auch angesichts des Krieges in Europa florierenden Diskurse über Identität, über das „Eigene“ und das „Fremde“, griffen ineinander.⁹ Die auswärtige Propaganda bewarb somit nicht allein dezidiert deutsche Interessen, sondern bot durch die Aneignung und die Verflechtung von Diskursen auch lokalen Debatten eine mediale Plattform, wodurch sie mit zu ihrer Diffusion beitrug. Ebenso wie die Organisationsstruktur der deutschen Propaganda nur aus einer transnationalen Perspektive¹⁰ heraus in ihrer Komplexität dargestellt werden kann, so werden auch ihre Argumentationsstruktur und ihre Persuasionsrhetorik erst vor diesem Hintergrund in ihrer Vielschichtigkeit fassbar. Man könnte daher mit Klaus-Jürgen Bremms Worten sagen, dass die auswärtige deutsche Propaganda in Lateinamerika in einigen Ländern tatsächlich „besser als ihr Ruf“¹¹ war, auch wenn die Organisation von Berlin aus während der gesamten vier Kriegsjahre in ihren Möglichkeiten stark eingeschränkt war.

Der „schlechte Ruf“, in dem die auswärtige Propaganda Deutschlands bei deutschen Publizisten und Experten der Außenpolitik stand, hatte bereits während des Krieges begonnen, sich zu verfestigen. Schon früh schien absehbar, dass das Deutsche Reich den Kampf um die Meinung der Weltöffentlichkeit gegen Großbritannien und Frankreich verloren hatte.¹² In ihrer 1915 erschienen Denkschrift *Krieg, Auslandsdeutschum und Presse* analysierte die rechtskonservative Kölner Journalistin Leonore Niessen-Deiters¹³ die

⁹ Vgl. zu den zeitgenössischen lateinamerikanischen Identitätsdiskursen in Reaktion auf den Ersten Weltkrieg insbes. Rinke: Sog der Katastrophe, S. 282-297; Compagnon: América Latina, S. 255-328.

¹⁰ Transnationale Geschichte wird in der geschichtstheoretischen Debatte nicht als Methode oder Theorie verstanden, sondern als Forschungsperspektive, vgl. u. a. Alexander Nützenadel: Globalisierung und transnationale Geschichte. In: Connections. A Journal for Historians and Area Specialists, 23.02.2005, online abrufbar unter <https://www.connections.clio-online.net/article/id/artikel-583> (zuletzt abgerufen am 07.05.2018); Kiran Klaus Patel: Überlegungen zu einer transnationalen Geschichte. In: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft Bd. 52, H. 7 (2004), S. 628.

¹¹ Klaus-Jürgen Bremm: Propaganda im Ersten Weltkrieg. Stuttgart 2013, S. 68.

¹² Ebenda, S. 55.

¹³ Leonore Niessen-Deiters war u. a. auch Funktionärin des *Frauenbunds der Deutschen Kolonialgesellschaft* und publizierte entsprechende Aufsätze über die Rolle der Frauen als Trägerinnen „deutscher Kulturwerte“, vgl. Birthe Kundrus: Weiblicher Kulturimperialismus. Die imperialistischen Frauenverbände des Kaiserreichs. In: Sebastian Conrad, Jürgen Osterhammel (Hrsg.): Das Kaiserreich transnational. Deutschland in der Welt 1871-1914. Göttingen 2004, S. 218f.

deutschfeindliche Stimmung im neutralen Ausland, wobei sie die negative Berichterstattung in der Presse Argentiniens, Brasiliens und Chiles als Beispiel heranzog. Besonders die erfolgreiche Kulturarbeit Frankreichs und Großbritanniens in den Vorkriegsjahren und ihre Einflussnahme auf die Nachrichtendienste hätten den Hauptgegnern Deutschlands einen deutlichen Vorsprung im Wettstreit um die öffentliche Meinung des Auslandes verschafft. Sie plädierte daher für den Aufbau pro-deutscher Organe in der jeweiligen Landessprache und einen von Deutschland aus gesteuerten Ausbau von Nachrichtenagenturen für und in Südamerika.¹⁴ „Unsere Feinde“, so meinte Leonore Niessen-Deiters, „haben uns gelehrt, was uns in unserer Rüstung gefehlt hat. Seien wir gelehrige Schüler!“¹⁵ Tatsächlich hatten die Deutschen der Monopolstellung der weltweit agierenden Nachrichtenagenturen *Havas* aus Paris und *Reuter* aus London wenig entgegenzusetzen, so dass die Repräsentation und die Interpretation des Kriegsgeschehens von den französischen und britischen Interessen bestimmt wurden.¹⁶ Aber auch die zivilen, staatlichen und halbstaatlichen Institutionen sowie die militärischen Stellen in Deutschland zeigten sich von der Aufgabe, eine stringente so genannte „Auslandsaufklärung“ zu organisieren, völlig überfordert.¹⁷ Zwar stampfte das Auswärtige Amt mit der Zentralstelle für Auslandsdienst (ZfA) eine eigens für die auswärtige Propaganda zuständige Organisation aus dem Boden, aber auch ihre Arbeit wurde nach Kriegsende schnell zum Ziel scharfer Kritik.¹⁸

Solche Urteile wurden von den Zeitgenossen vielfach wiederholt und trugen mit dazu bei, dass sich in Teilen der deutschen Öffentlichkeit die Ansicht herausbildete, die mangelnde Organisationsfähigkeit und Qualität der deutschen Propaganda hätten mit zur Niederlage beigetragen, ja, diese möglicherweise gar verursacht.¹⁹ Die Kritik an der Propagandaarbeit diente somit auch als

¹⁴ Leonore Niessen-Deiters: *Krieg, Auslandsdeutschtum und Presse*. Stuttgart, Berlin 1915, S. 25f.

¹⁵ Ebenda, S. 31. Alle nachfolgenden Zitate wurden an die heute gängige Schreibweise angepasst.

¹⁶ Troy R.E. Paddock: *German Propaganda: The Limits of Gerechtigkeit*. In: ders. (Hrsg.): *A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War*. Westport [Connecticut], London 2004, S. 137.

¹⁷ Peter Grupp: *Voraussetzungen und Praxis deutscher amtlicher Kulturpropaganda in den neutralen Staaten während des Ersten Weltkrieges*. In: Michalka, Wolfgang (Hrsg.): *Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse*. München, Zürich 1994, S. 804.

¹⁸ Vgl. u. a. Paul Rohrbach: *Woher es kam. Porte Alegre 1920*, S. 17; vgl. auch Matthias Erzberger: *Erlebnisse im Weltkrieg*. Stuttgart, Berlin 1920, S. 21.

¹⁹ Unter anderem General Erich Ludendorff behauptete in seinen 1920 erstmals veröffentlichten Kriegserinnerungen, die Propaganda der Entente habe zur inneren Schwächung Deutschlands beigetragen. „Die Entente hatte Furcht noch vor unserer

Sündenbock und sollte die Schmach des militärischen Debakels zu relativieren helfen. Die ersten Versuche wissenschaftlicher Betrachtungen aus den 1920er Jahren, die sich dem Phänomen der deutschen Kriegspropaganda annahmten, betonten ebenfalls die Ineffizienz der Auslandspropaganda, insbesondere im Vergleich mit jener der Gegner.²⁰ Zu schematisch, zu sehr auf Deutschland fokussiert und zu wenig an die Empfänger angepasst seien die Inhalte gewesen, lauteten einige Kommentare.²¹ Sowohl die Kampagnen im Inland als auch jene für das kriegführende und neutrale Ausland galten in ihrer Themenauswahl sowie ihrer Machart als misslungen, eine Wahrnehmung, die mit dazu geführt hat, dass die tatsächliche inhaltliche Arbeit und diskursive Ausgestaltung insbesondere der auswärtigen Propaganda von der Geschichtswissenschaft lange Zeit eher vernachlässigt wurde. Im Zuge neuerer theoretischer Ansätze allerdings, insbesondere angestoßen durch den *linguistic* und den *postcolonial turn* sowie der wachsenden Bedeutung der Globalgeschichte, hat vor allem die historiographische Auseinandersetzung mit der Kriegserfahrung im Nahen Osten und Nordafrika gezeigt, dass die deutsche Propaganda durchaus in der Lage war, sich Diskurse anderer Rezeptionskontexte anzueignen und diese für die eigenen Interessen zu instrumentalisieren.²²

Es ist zwar zweifelsfrei richtig, dass die deutsche Kriegspropaganda im Ausland im Vergleich mit ihren britischen, französischen und insbesondere US-amerikanischen Pendanten trotz aller Bemühungen wenig überzeugend wirken musste. Dies lag allerdings nicht allein an der schlechten Umsetzung der deutschen Strategie, sondern zum Großteil schlichtweg an der Tatsache, dass das Deutsche Kaiserreich einen Angriffskrieg führte, der schwer zu legitimieren

vernichteten Stärke und konnte nicht genug tun, um die Gunst des Augenblicks auszunutzen, uns durch ihre Propaganda innerlich noch weiter zu schwächen und uns einen Sklavenfrieden aufzuzwingen“, vgl. Erich Ludendorff: *Meine Kriegserinnerungen, 1914 – 1918*. Berlin 1941, S. 217f.

²⁰ Helene Steinmeyer: *Beiträge zur Kulturpropaganda der Vereinigten Staaten von Nordamerika in Lateinamerika*. Inaugural-Disertation. Münster 1922; Ferdinand Max Fischer: *Deutsche Propaganda im Ausland*. Inaugural-Dissertation. Würzburg 1924.

²¹ Ebenda.

²² Vgl. u. a. Salvador Oberhaus: "Zum wilden Aufstande entflammen". *Die deutsche Propagandastrategie für den Orient im Ersten Weltkrieg am Beispiel Ägypten*. Saarbrücken 2007; Erik-Jan Zürcher (Hrsg.): *Jihad and Islam in World War I. Studies on the Ottoman Jihad at the Centenary of Snouck Hurgronje's "Holy War Made in Germany"*. Leiden 2016; Abdel-Raouf Sinno: *The Role of Islam in German Propaganda in the Arab East during the First World War: Aims, Means, Results and Local Reactions*. In: Olaf Farschid, Manfred Kropp, Stephan Dähne (Hrsg.): *The First World War as remembered in the Countries of the Eastern Mediterranean*. Würzburg [u. a.] 2006, S. 391-414.

war.²³ Der uneingeschränkte U-Bootkrieg verschärfte die Situation weiter, denn schließlich waren nun auch die Handels- und Passagierschiffe neutraler Staaten von den Torpedierungen deutscher U-Boote betroffen, was auch die Propaganda nicht mehr beschönigen konnte.²⁴ Hinzu kam die ideologische Ausrichtung und Schwerpunktsetzung der Deutschen. Der deutsche Kulturbegriff und der deutsche Nationalismus besaßen über die Grenzen Deutschlands hinaus nur wenig identifikationsstiftendes Potential, wohingegen sich das vor allem durch Frankreich repräsentierte Zivilisationsideal in seinem Anspruch auf Universalität als durchaus überzeugende rhetorische Waffe präsentieren konnten.²⁵

Trotz dieser nachteiligen Rahmenbedingungen erschöpfte sich die deutsche auswärtige Propaganda nicht in reiner Apologie, auch wenn das Narrativ von Deutschlands Opferrolle als universales Thema stets präsent war.²⁶ Die Einbeziehung des Produktionskontextes von Propaganda, also der handelnden Akteure und des soziokulturellen Umfeldes, sowie ihrer spezifischen diskursiven Ausgestaltung, kann zu einer feineren Differenzierung der deutschen Kriegspropaganda beitragen. Es stehen dann, wie in dieser Arbeit, nicht jene Propagandatekste im Fokus, die *in* Deutschland *für* Lateinamerika produziert wurden, sondern jene, welche *in* Lateinamerika von lokalen Akteuren konzipiert wurden. Die alleinige Betrachtung der staatlichen und halbstaatlichen Organisationen und Initiativen in Deutschland, also zum Beispiel der Tätigkeiten des Auswärtigen Amtes oder der zahlreichen Wirtschaftsvereine, hat in der Vergangenheit dazu geführt, dass insbesondere in Hinblick auf die Americas ein Großteil der tatsächlich agierenden Akteure, die an der praktischen Umsetzung der Propagandamaßnahmen beteiligt waren, ausgeblendet wurde. Hinzu kam, dass aus der Perspektive der Akteure in Deutschland zwischen den einzelnen lateinamerikanischen Staaten, ja sogar zwischen der iberischen Halbinsel und Lateinamerika, kaum unterschieden wurde. In den Denkschriften und Aufsätzen von Vertretern der Industrie und der akademischen Welt wird deutlich, dass der Kontinent, ganz im Sinne der Rassentheorien der Zeit, als homogene, ethno-kulturelle Einheit imaginiert wurde, für welche man als Gesamtheit überzeugende Kulturarbeit zu betreiben gedachte.²⁷ Dementsprechend wurden unterschiedslos

²³ Bremm: Propaganda, S. 75.

²⁴ Ebenda.

²⁵ Michael Jeismann: Propaganda. In: Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich, Irina Renz (Hrsg.): Enzyklopädie Erster Weltkrieg. Paderborn [u. a.] 2004, S. 205.

²⁶ So auch in Lateinamerika, vgl. hierzu Rinke: Sog der Katastrophe, S. 117.

²⁷ Vgl. u. a. Paul Gast: Deutschland und Südamerika. Stuttgart, Berlin 1915; Paul M. Rühlmann: Kulturpropaganda. Grundsätzliche Darlegungen und Auslandsbeobachtungen.

Artikel und Meldungen für die ganze „iberische“ Welt zusammengestellt und verschickt. Insofern würde eine Untersuchung allein jenes Materials, welches in Deutschland für Lateinamerika hergestellt wurde, einen inhaltlich recht homogenen Textkorpus vorfinden, was die Sichtung der zur Verfügung stehenden Quellen auch bestätigt hat.²⁸ In diesen teilweise sogar in deutscher Sprache verfassten Publikationen dominierten die Berichterstattung über bestimmte Kriegsereignisse und Meldungen zum Wirtschafts- und Handelsleben Deutschlands das Themenspektrum. Bis auf vereinzelte Informationen, über zum Beispiel den deutsch-argentinischen Warenverkehr, ließ außer dem Titel der Blätter und der Selbstproklamation wenig darauf schließen, dass es sich bei diesen Zeitungen und Zeitschriften um speziell auf ein lateinamerikanisches Publikum zugeschnittene Publikationen handeln würde. In der Tat weisen die Propagandamaßnahmen Deutschlands bei einer solchen Einschränkung des Untersuchungsraumes ein geringes persuasives Potential auf.²⁹

Aufgrund der britischen Seeblockade sowie der Kappung der deutschen transatlantischen Unterseekabel waren das Auswärtige Amt, seine assoziierten Nachrichtendienste, aber auch die Verbände auf die Arbeit von Akteuren vor Ort angewiesen. Mitarbeiter der deutschen Gesandtschaften, Herausgeber der deutschsprachigen Zeitungen, deutsche Migranten, durch finanzielle Anreize gewonnene Redakteure etablierter Tageszeitungen und informelle Mitarbeiter sorgten dafür, dass trotz des Nachrichtenengpasses aus Europa pro--deutsche Meldungen weiterhin zirkulieren konnten. Somit waren die lokalen Akteure auch für die Produktion von Inhalten verantwortlich, die sich, so wird im zweiten Teil dieser Arbeit gezeigt, in ihrer Auswahl von Themen und Topoi deutlich von den Propagandamedien aus Deutschland unterschieden. Eine herausragende Rolle spielte die Pressepropaganda, vor allem die Finanzierung oder Neugründung von Zeitungen und Zeitschriften, deren Berichterstattung über das Kriegsgeschehen sich aus den offiziösen Quellen aus Deutschland speiste. Troy Paddock weist in seiner Einleitung zum Sammelband *World War I and Propaganda* darauf hin, dass diese beiden Aspekte, also die Involvierung lokaler Akteure einerseits und die Bevorzugung von Presseerzeugnissen zur Verbreitung propagandistischer

Charlottenburg (Berlin) 1919; Wilhelm Werle: Deutsche Kulturarbeit in Südamerika. Coburg 1909.

²⁸ Vgl. u. a. *El Correo de Alemania*, Berlin, 22.09.1914 – 18.02.1915; *Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge*, Frankfurt a.M., 30.08.1914 – 31.05.1917; *Alemania*, Berlin, Juni 1915 – Dezember 1915.

²⁹ Vgl. Stefan Kestler: Die deutsche Auslandsaufklärung und das Bild der Ententemächte im Spiegel zeitgenössischer Propagandaveröffentlichungen des Ersten Weltkrieges. Frankfurt a.M. [u. a.] 1994. S. 118-126.

Inhalte andererseits, typische Kennzeichen der Propagandainitiativen des Ersten Weltkrieges sowohl bei den Deutschen wie auch bei den Alliierten darstellten.³⁰

Eine transnationale Forschungsperspektive, von welcher aus sich die vorliegende Arbeit ihrem Untersuchungsgegenstand, der deutschen auswärtigen Propaganda, annähert, ermöglicht es daher, die Organisation wie auch die inhaltliche Ausgestaltung der deutschen Propaganda für und vor allem in Lateinamerika adäquat zu erfassen. Der erste Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit liegt daher auf einer approximierten Rekonstruktion des pro-deutschen Kommunikationsnetzwerkes zwischen Europa und Lateinamerika. Diese Struktur zeigt auf, wie eng staatliche Institutionen und Akteure, Akteure der Privatwirtschaft und informelle deutsche wie auch nicht-deutsche Akteure in der Propagandaarbeit miteinander verflochten waren. Die nationalen Interessen des Deutschen Reiches sollten somit von einem transnational agierenden Netzwerk durchgesetzt werden. In einem zweiten Schritt wird anhand dreier übergeordneter thematischer Beispiele gezeigt, wie sich die vor Ort produzierte deutsche Propaganda lokale wie auch transnationale Diskurse aneignete, um Identifikation mit ihrer eigenen Programmatik herzustellen und persuasiv auf ihre Rezipienten einzuwirken.

KRIEGSPROPAGANDA ALS GLOBALES MEDIENEREIGNIS: DIE BEDEUTUNG VON MASSEMEDIALER KOMMUNIKATION UND NETZWERKEN FÜR PROPAGANDA IM ERSTEN WELTKRIEG

Schon 1922 reflektierte der US-amerikanische Journalist Walter Lippmann über die Bedeutung von Massenmedien in einer sich immer stärker vernetzenden und komplexer werdenden Welt, in der insbesondere politische Beziehungen zum Großteil nicht mehr über direkte *face-to-face*-Kommunikation geregelt werden. Lippmann bemerkte:

„The world that we have to deal with politically is out of reach, out of sight, out of mind. It has to be explored, reported, imagined.“³¹

Die Erfahrung von Welt und das Bewusstsein für globale Zusammenhänge seien, so Lippmann, in der Regel nicht unmittelbar zu erleben, sondern vor allem imaginiert und von Formen ihrer medialen Repräsentation abhängig. Das Wissen

³⁰ Troy R.E. Paddock: Introduction. In: ders. (Hrsg.): World War I and Propaganda. Leiden, Boston 2014, S. 9.

³¹ Walter Lippmann: Public Opinion. New Brunswick, London 1991 [1922], S. 29.

der Menschen über ihre Realität und Lebenswelt basierte zunehmend auf einem Kommunikationsnetzwerk, das sich um den ganzen Globus spannte. Das internationale Pressewesen, Nachrichtenagenturen und Telegrafbüros sorgten seit Mitte des 19. Jahrhunderts dafür, dass sich Großereignisse des Weltgeschehens rasend schnell in den Metropolen verbreiten konnten. Diese weltweite Vernetzung war auch ein sichtbares Zeichen für das Ausgreifen des europäischen Imperialismus und einen „Globalisierungsschub“ in dieser Epoche.³² Stefan Zweig (1881–1942), ein großer Chronist seiner Zeit, fasste das Lebensgefühl seiner Generation folgendermaßen zusammen:

„Für unsere Generation gab es kein Entweichen, kein Sich-abseits-Stellen, wie in den früheren; wir waren dank unserer neuen Organisation der Gleichzeitigkeit ständig einbezogen in die Zeit. Wenn Bomben in Shanghai die Häuser zerschmetterten, wussten wir es in Europa in unseren Zimmern, ehe die Verwundeten aus ihren Häusern getragen waren. Was tausend Meilen über dem Meer sich ereignete, sprang uns leibhaftig im Bilde an. Es gab keinen Schutz, keine Sicherung gegen das ständige Verständigtwerden und Mitgezogensein.“³³

Der Erste Weltkrieg kann wohl als erster Krieg bezeichnet werden, in welchem nicht nur die Presseberichterstattung eine neue bedeutsame Rolle spielte, sondern in dem Massenmedien in ganz neuem Maßstab gezielt zur Suggestion eingesetzt wurden.³⁴ Bereits der Kriegsausbruch war ein Ereignis, das weltweit mediale Beachtung fand und auch die lateinamerikanischen Öffentlichkeiten fesselte.³⁵ Die Nachrichten aus Europa trugen den Krieg auf die Straßen von Buenos Aires, in die eleganten Clubs von Lima oder in die Kaffeehäuser Rio de Janeiros. Dort diskutierte man die Ereignisse in der „Alten Welt“, auch in Hinblick auf die Stellung Lateinamerikas im internationalen Gefüge, und ergriff Partei für die eine oder die andere Seite.³⁶ Die bald darauf einsetzenden Propagandamaßnahmen der Kombattanten wurden schnell ein Teil des öffentlichen Diskurses, da vor allem die Pressepropaganda ein beliebtes Mittel der Einflussnahme darstellte. Der Erste Weltkrieg und die Pressekämpfe der Deutschen und Alliierten bedeuteten für Lateinamerika somit auch eine Erweiterung der Medienlandschaft. Dabei zeigte

³² Osterhammel: *Verwandlung der Welt*, S. 1010ff.

³³ Stefan Zweig: *Die Welt von Gestern. Erinnerungen eines Europäers*. Köln 2013, S. 14.

³⁴ Eberhard Demm, Christopher H. Sterling: *Propaganda*. In: Spencer C. Tucker (Hrsg.): *World War I. Encyclopedia*, Bd. 3. Santa Barbara 2005, S. 941.

³⁵ Stefan Rinke: "Ein monströses Attentat gegen die menschliche Kultur". *Der Kriegsausbruch 1914 in Lateinamerika*. In: Jürgen Angelow, Johannes Großmann (Hrsg.): *Wandel, Umbruch, Absturz. Perspektiven auf das Jahr 1914*. Stuttgart 2014, S. 29-42, insbes. S. 31; Jonathan Reed Winkler: *Information Warfare in World War I*. In: *The Journal of Military History* Bd. 72, H. 3 (2009), S. 845-867.

³⁶ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S 232.

sich, dass wer die Kontrolle über das globale Kommunikationsnetzwerk und damit den Nachrichtenfluss besaß, einen deutlichen Vorteil im Informations- und Meinungskrieg hatte. In Lateinamerika konnten Großbritannien und Frankreich durch ihre Kontrolle der großen Nachrichtenagenturen und der Kommunikationswege die Presse größtenteils in ihrem Sinne beeinflussen. Das Deutsche Reich verfügte, das ist oben bereits angedeutet worden, über keine vergleichbaren Ressourcen.³⁷ Es musste daher überhaupt erst ein transnationales Kommunikationsnetzwerk aktivieren und knüpfen, nach Manuel Castells seine *network-making power* konstituieren.³⁸ Castells versteht darunter:

„[...] (1) *the ability to constitute network(s), and to program/reprogram the network(s) in terms of the goals assigned to the network; and (2) the ability to connect and ensure the cooperation of different networks by sharing common goals and combining resources, while fending off competition from other networks by setting up strategic cooperation* [kursiv i.O.].“³⁹

Das Netzwerk, welches die deutsche Propaganda für und in Lateinamerika hervorbrachte, konnte zwar nicht mit der Stärke des Netzwerkes⁴⁰ der Entente konkurrieren, es erfüllte aber, wie ich im ersten Teil der Arbeit zeige, beide von Castells vorausgesetzte Eigenschaften der *network-making power*. Zum einen wurden die bereits bestehenden Beziehungen zwischen Akteuren in Deutschland und Lateinamerika, insbesondere aus Handel, Diplomatie und den deutschen Migrantengruppen „neu programmiert“, zum anderen wurden an sich disparate Netzwerke über das gemeinsame Ziel miteinander verknüpft. Das konnte zum Beispiel bedeuten, dass ein Handelsnetzwerk nun auch für die Produktion und Diffusion von Propagandamaterial genutzt wurde.

Das Netzwerk definiert sich ferner über die Intention, ein gemeinsam definiertes Ziel durchzusetzen und seine Fähigkeit, sich flexibel an veränderte Bedingungen und sein Umfeld anzupassen.⁴¹ Das übergeordnete Ziel war die Beeinflussung der lateinamerikanischen Öffentlichkeit in einem deutschfreundlichen Sinn, allerdings kann dieses Ziel je nach Netzwerkverknüpfung weiter konkretisiert werden. Dies zeigte sich etwa bei der strategischen Kooperation der deutschen Propaganda mit lateinamerikanischen Akteuren, die ihre anti-US-amerikanische und antiimperialistische Programmatik

³⁷ Dominik Geppert: *Pressekriege. Öffentlichkeit und Diplomatie in den deutsch-britischen Beziehungen, 1896-1912*. München 2007, S. 80f., 86.

³⁸ Castells: *Communication Power*, S. 45.

³⁹ Ebenda.

⁴⁰ Castells nennt dies die *networked power*, das heißt, die Fähigkeit des Netzwerkes, seine programmierten Ziele umzusetzen, vgl. Ebenda, S. 44.

⁴¹ Ebenda, S. 20.

voranzutreiben suchten. Das gemeinsame Ziel war dann die Verbreitung und Festigung eines geteilten Feindbildes. Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass die Aufrechterhaltung der außen- wie auch wirtschaftspolitischen Neutralität der lateinamerikanischen Nationalstaaten das wichtigste konkrete Kriegsziel des Deutschen Reiches in Lateinamerika war. Der Kriegsverlauf und die Gräuelpropaganda der Alliierten setzten aber auch die in Lateinamerika lebenden Deutschen zunehmend unter Rechtfertigungsdruck, so dass die Verbreitung einer positiven Repräsentation der Deutschen ebenfalls als wichtiges Ziel der deutschen Propaganda in Lateinamerika genannt werden kann.

Nicht alle Akteure innerhalb des Netzwerkes identifizierten sich als Deutsche oder sprachen Deutsch. Wenn hier im Folgenden also von „deutscher“ Propaganda die Rede ist, so bezieht sich das Adjektiv weder auf einen Produktionsort (Deutschland) noch auf die nationale oder kulturelle Identität der Akteure (weder als so genannte „Reichs-“, noch als „Auslandsdeutsche“), sondern auf die Intention, beziehungsweise das Ziel, welches das Netzwerk als solches hervorbrachte und aufrechterhielt. Die Begriffe »deutsche Propaganda« und »prodeutsche Propaganda« werden daher im Folgenden synonym verwendet.

Angesichts dieser Beobachtungen wird deutlich, dass der jeweilige lokale Kontext in die Analyse einbezogen werden muss, um zu einem besseren Verständnis auch der diskursiven Konfiguration der Propagandatexte zu gelangen. Denn die Inhalte, Argumentationsstrategien und Diskurse, derer sich die in Buenos Aires, Santiago oder Mexiko D.F. hergestellte deutsche Propaganda bediente, sind nicht allein in Bezug auf das Kaiserreich erklärbar, sondern entfalten erst in Rückbindung an ihren Produktions- und Rezeptionskontext Sinnhaftigkeit.

ZUM VERHÄLTNIS VON PROPAGANDA, DISKURS UND IDENTITÄT

Bisher ist der Begriff »Propaganda« in der vorliegenden Arbeit wie selbstverständlich verwendet worden, ohne ihn genauer zu definieren. Eine genaue Bestimmung des Begriffs hat allerdings durchaus ihre Tücken. Zum einen ist das Wort vor allem im deutschen Sprachgebrauch durch die Zeit des Nationalsozialismus äußerst negativ konnotiert, so dass zu Recht gefragt werden kann, inwiefern der Terminus als objektive Analysekatgorie Verwendung finden

sollte.⁴² Zum anderen entstammt der Ausdruck »Propaganda« auch der Quellsprache, was einer scharfen Trennung von Analyse- und Quellsprache entgegensteht. Die Historikerin Anne Schmidt optiert daher für die Verwendung des vermeintlich neutralen Begriffs »Öffentlichkeitsarbeit«, um zwischen Analyse und Quelle klar zu differenzieren.⁴³ Dabei wird allerdings ein Grundproblem der Definition von Propaganda in Abgrenzung zu verwandten Begriffen wie Öffentlichkeitsarbeit, Kulturarbeit, *Public Relations*/PR oder *Public Diplomacy* deutlich, zumal der Propagandabegriff in den letzten einhundert Jahren selbst einen Bedeutungswandel unterlaufen hat. Versucht man des Weiteren, die rein formalen Charakteristika der oben genannten Begriffe zu betrachten, kommt man schnell zu dem Schluss, dass die Ähnlichkeiten die Distinktionsmerkmale meist überwiegen. Dennoch scheint allein intuitiv ein qualitativer Unterschied zwischen Propaganda, insbesondere Kriegspropaganda, und Öffentlichkeitsarbeit, wie sie zum Beispiel auch von Nichtregierungsorganisationen betrieben wird, zu bestehen. In der vorliegenden Arbeit wird daher durchweg von Propaganda die Rede sein. Die Versuche des Deutschen Reiches sowie anderer Staaten, vor dem Krieg im Sinne von *Public Diplomacy*⁴⁴ den politischen wie wirtschaftlichen Einfluss in Lateinamerika zu vergrößern, werden als Kulturpropaganda, beziehungsweise Kulturarbeit bezeichnet, da sie einer anderen Zielsetzung unterlagen und sich anderer Methoden bedienten als die stark auf die Pressebeeinflussung fokussierende Kriegspropaganda.

Weder in den Kommunikations- noch in den Geschichtswissenschaften hat sich bislang eine einheitliche Definition von Propaganda durchgesetzt, weshalb (Kriegs-)Propaganda in dieser Arbeit folgendermaßen definiert werden soll: (Kriegs-)Propaganda bezeichnet eine spezifische Form massenmedial und

⁴² Einen Überblick über die Diskussionen innerhalb der Kommunikationswissenschaften zu dieser Thematik bietet Tobias Liebert: *Persuasion und Propaganda. Eine Einführung*. In: ders. (Hrsg.): *Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation*. Leipzig 1999, S. 7-15.

⁴³ Anne Schmidt: *Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914 – 1918*. Essen 2006, S. 10.

⁴⁴ *Public Diplomacy* „[...] beschreibt den Versuch von Staaten, mittels strategisch ausgerichteten Kommunikationsmaßnahmen, Zustimmung und Verständnis für das eigene Land, bzw. die eigene Politik in der Bevölkerung eines Zielstaates zu generieren und – in der Regel – das eigene Außenbild zu verbessern“, zitiert aus Daniel Ostrowski: *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. Theorie und Praxis der deutschen Auslandsöffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden 2010, S. 15.

symbolisch vermittelter Kommunikation seit der Moderne,⁴⁵ die vorab definierte Kriegsziele durch bestimmte persuasive Techniken durchsetzen will.⁴⁶ Propaganda beansprucht für sich, alleiniger Träger einer wahrhaftigen Realitätskonstruktion zu sein, oszilliert als Textsorte aber zwischen fiktional und nicht-fiktional.⁴⁷ Sie arbeitet mit Strategien wie ständiger Wiederholung ihrer Inhalte, einer Semiotik des Emotionalen und deutlichen, meist binär konstruierten, Dichotomien von Selbst- und Fremdbild, um zwischen Sender und Rezipient größtmögliche Identifikation herzustellen.⁴⁸ Der Aspekt des Feindbildes ist dabei gerade in Bezug auf Kriegspropaganda ein zentrales Distinktionsmerkmal zu anderen Persuasionsmitteln wie zum Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit, ebenso wie ihre Tendenz, den Sender der Botschaft bewusst zu verbergen.⁴⁹ Propaganda geht es nicht um die wertfreie Vermittlung von Informationen, sondern um ihre Reduktion und den Appell an die Emotionen der Rezipienten.⁵⁰ Die Identifikation des Rezipienten mit den Inhalten hat also deutlich Vorrang vor der Informationsfunktion.

Die klassische auf Aristoteles zurückgehende Disziplin der Rhetorik, die Redekunst, ist seit der Antike an öffentliches Sprechen und meist auch politische Kommunikation sowie an Persuasion gebunden. Sie dient der Überzeugung der Zuhörer von der Wahrheit bestimmter Aussagen. Ein Kernelement der klassischen Rhetorik ist die Topik. Der Begriff des „Topos“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch gern mit „Thema“ gleichgesetzt. Dabei handelt es sich bei der Topik als Teil der klassischen Rhetorik aber um eine Methode, Argumente aufzufinden, die innerhalb eines sozio-historischen Kontextes die Öffentlichkeit von einem Problem oder Sachverhalt zu überzeugen vermögen oder Identifikation herstellen können.⁵¹ Der Topos ist also anders als ein Thema, das neutral den Redegegenstand darstellt, derjenige Teil einer Rede, der ihre Argumentation

⁴⁵ Ute Daniel, Wolfram Siemann: Historische Dimensionen der Propaganda. In: dies. (Hrsg.): Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung (1789-1989). Frankfurt a.M. 1994, S. 10.

⁴⁶ Harold Dwight Lasswell: Propaganda Technique in World War I. Cambridge [USA], London 1971 [1927], S. xxi.

⁴⁷ Elena Esposito: Macht als Persuasion oder Kritik der Macht. In: Rudolf Maresch, Nils Werber (Hrsg.): Kommunikation, Medien, Macht. Frankfurt a.M. 1999, S. 88.

⁴⁸ Ebenda.

⁴⁹ Thymian Bussemer: Propaganda. Konzepte und Theorien. Wiesbaden 2005, S. 32.

⁵⁰ Erin Steuter, Deborah Wills: At War with Metaphor. Media, Propaganda, and Racism in the War on Terror. Lanham 2008, S. 18.

⁵¹ Uwe Hebekus: Topik/Inventio. In: Miltos Pechlivanos, Stefan Rieger, Wolfgang Struck, Michael Weitz (Hrsg.): Einführung in die Literaturwissenschaft. Stuttgart, Weimar 1995, S. 82f.

schlüssig macht.⁵² Dies ist aber auch vor allem dann der Fall, wenn die in der Rede gewählten Topoi den sozialen, kulturellen und historischen Gegebenheiten und Wissensbeständen, nach Roland Barthes „der gängigen Meinung“, einer Gesellschaft entsprechen.⁵³

Damit ergeben sich auch Analogien zum Diskursbegriff nach Michel Foucault.⁵⁴ Dieser ist, das zeigen die wissenschaftstheoretischen Auseinandersetzungen, durchaus problematisch und entzieht sich eindeutigen Definitionen, insbesondere dann, wenn es um seine methodische Anwendbarkeit geht.⁵⁵ Nichtsdestotrotz besteht über einige grundlegende Charakteristika Konsens. Ausgehend von der Annahme, dass auch Sprache unsere Wahrnehmung und Interpretation von Welt bestimmt, kann der Diskurs als Ordnungssystem verstanden werden, das regelt, welche Aussagen zu einem determinierten Zeitpunkt in einer Gesellschaft akzeptabel oder wahr sind, und welche nicht.⁵⁶ Der Diskurs wird dabei innerhalb eines sozialen Kontextes, einer sozialen Praxis und/oder Institutionen wirkmächtig.⁵⁷ Individuelle wie auch kollektive Identitäten werden ebenfalls durch Diskurse strukturiert.⁵⁸ Regelt der Diskurs innerhalb einer Gruppe das, „was sagbar ist“, so ist der Topos in der Rhetorik jenes Element, das innerhalb einer Rede wirksam wird oder werden kann, da es der Logik des Diskurses folgt.⁵⁹ Siegfried Kracauers Worte, dass sich die Propaganda „irgendwelcher Ideen“⁶⁰ bedienen müsse, verweist ebenfalls auf diesen Aspekt, da Propaganda als Typus der Persuasionskommunikation bereits existierende Ideen, Vorstellungen oder eben Diskurse bündeln und für ihre eigenen Ziele vereinnahmen muss, um ihre Rezipienten überzeugen zu können.

⁵² Gert Ueding: *Klassische Rhetorik*. München 2011, S. 34; Daniel Fulda: *Topik*. In: Stefan Jordan (Hrsg.): *Lexikon Geschichtswissenschaft*. Hundert Grundbegriffe. Stuttgart 2013, S. 285.

⁵³ Roland Barthes: *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt a.M. 1988, S. 25f.

⁵⁴ Michel Foucault: *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt a.M. 1991.

⁵⁵ Vgl. zur Auseinandersetzung mit Diskurs in den Geschichtswissenschaften u. a. die Beiträge in Eder (Hrsg.): *Historische Diskursanalysen*. Vgl. zur Methodologie außerdem Achim Landwehr: *Historische Diskursanalyse*. Frankfurt a.M., New York 2008; Philipp Sarasin: *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*. Frankfurt a.M. 2003.

⁵⁶ Landwehr: *Historische Diskursanalyse*, S. 67f.

⁵⁷ Sara Mills: *Der Diskurs. Begriff, Theorie, Praxis*. Tübingen 2007, S. 11.

⁵⁸ Ebenda, S. 16.

⁵⁹ Klaus-Peter Konerding: *Diskurse, Topik, Deutungsmuster – Zur Komplementarität, Konvergenz und Explikation sprach-, kultur- und sozialwissenschaftlicher Zugänge zur Diskursanalyse auf der Grundlage kollektiven Wissens*. In: Ingo H. Warnke, Jürgen Spitzmüller (Hrsg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin, New York 2008, S. 122-134.

⁶⁰ Kracauer: *Totalitäre Propaganda*, S. 30.

In Reaktion auf den *linguistic turn* hat sich auch in Deutschland das Forschungsinteresse an Kriegspropaganda zunehmend von einer akteurszentrierten Institutionengeschichte hin zu historischen Diskurs- und Inhaltsanalysen verlagert. Insbesondere die Vertreter der Kulturgeschichte des Ersten Weltkrieges haben immer wieder auf die Bedeutung von Propaganda als symbolischer Repräsentation des Krieges hingewiesen.⁶¹ Im Zentrum der Untersuchungen steht dabei oftmals die Frage nach der Repräsentation von nationalen Identitäten der Kombattanten. Da der Erste Weltkrieg ein ideologisch aufgeladener und nationalistischer Krieg war, überrascht das Forschungsinteresse nicht.

Ein qualitativer inhaltsanalytischer Zugang zur auswärtigen Propaganda in neutralen Staaten muss danach fragen, welcher argumentativer Muster (Topoi) und Diskurse sich die schriftlichen wie auch visuellen Texte bedienen, um Identifikation zwischen Botschaft und Rezipient herzustellen. Meine These ist, ausgehend von der Analyse des Propagandamaterials aus Argentinien, Chile und Mexiko, dass die deutsche Propaganda ihre Botschaften in lokal bedeutsame nationale wie auch transnationale Identitätsdiskurse einbettete und mit entsprechenden Selbst- und Feindbildern verband. Die ausgewählten diskursiven Aussagen wurden somit den nationalen Interessen Deutschlands entsprechend für einen anderen Zweck funktionalisiert. So bedeutete die behauptete Zugehörigkeit zum Kollektiv *raza hispana* mitnichten per se eine deutschfreundliche oder neutrale Haltung, innerhalb der Argumentationslogik der deutschen Propagandatexte wurde aber beides miteinander verflochten. Eine solche Verflechtung von Diskurssträngen, wie sie in den pro-deutschen Propagandatexten aus Lateinamerika zu beobachten ist, kann somit nach Siegfried Jäger auch die „Akzeptanz nur zeitweilig gültiger Wahrheiten“ zum Ziel haben.⁶²

Die Aneignung lokaler Diskurse durch die deutsche Propaganda bedeutete aber auch, dass über das eigentliche Rezeptionsziel, also die Beeinflussung einer bestimmten Gruppe hin zu deutschfreundlicheren Positionen, hinausgewiesen

⁶¹ Vgl. u. a. Bremm: Propaganda, S. 9-12; Ernst Piper: Nacht über Europa. Kulturgeschichte des Ersten Weltkriegs. Bonn 2014; Bernd Hüppauf: Was ist Krieg? Zur Grundlegung einer Kulturgeschichte des Kriegs. Bielefeld 2013; ders.: Medien des Krieges. In: Niels Werber (Hrsg.): Erster Weltkrieg. Kulturwissenschaftliches Handbuch. Stuttgart [u. a.] 2014, S. 311-340; Aribert Reimann: Der große Krieg der Sprachen. Untersuchungen zur historischen Semantik in Deutschland und England zur Zeit des Ersten Weltkriegs. Essen 2000.

⁶² Siegfried Jäger: Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In: Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider, Willy Viehöver (Hrsg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Opladen 2000, S. 99.

wird. Denn, wenn Massenmedien Prozesse kollektiver Identitätsbildung materialisieren, wie Philipp Sarasin in Bezug auf Benedict Andersons *imagined communities* schreibt⁶³, dann trugen die deutschen Propagandamedien mit zur Diffusion von (trans-) nationalen Identitätskonzepten in den Öffentlichkeiten der untersuchten Länder bei. Insbesondere ihre Dialektik von Identität (vermittelt über Autostereotype) und Alterität (vermittelt über Heterostereotype, meist zum Feindbild zugespitzt) ist ein stabilisierendes Moment im kontinuierlichen Prozess der Identitätsbildung.⁶⁴ Pro-deutsche Zeitungen konnten somit auch als „Verstärker und Multiplikatoren“⁶⁵ von bestimmten lokal bedeutsamen politischen Interessen sowie von Identitätsdiskursen fungieren.

Für die vorliegende Arbeit bedeutete dies aber auch, dass aufgrund des hohen Grades an diskursiven Verflechtungen nicht immer trennscharf zwischen Intentionen von zum Beispiel offiziöser deutscher Seite und mexikanischen Mitarbeitern, die eine anti-US-amerikanische Programmatik verfolgten, unterschieden werden kann. Diese Verflechtung von Interessen ist somit ein Charakteristikum der lokal produzierten deutschen auswärtigen Propaganda in den Jahren zwischen 1914 und 1918.

DEUTSCHE AUSWÄRTIGE KRIEGSPROPAGANDA IN LATEINAMERIKA ALS UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND IN DER GESCHICHTSWISSENSCHAFT

Die vorliegende Arbeit lässt sich in das besonders weite Forschungsfeld der Untersuchung von Propaganda im Ersten Weltkrieg zuordnen. Eine Aufzählung der bereits seit den 1920er Jahren⁶⁶ vorliegenden Studien nicht nur der Geschichts-, sondern auch der Kommunikationswissenschaften zu dieser

⁶³ Philipp Sarasin: „Die Wirklichkeit der Fiktion. Zum Konzept der »imagined communities«. In: ders. (Hrsg.): *Geschichtswissenschaft*, S. 158.

⁶⁴ Eva Hahn, Hans Hennig Hahn: *Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung*. In: Hans Hennig Hahn (Hrsg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*. Frankfurt a.M., Berlin 2002, S. 17-56.

⁶⁵ Ute Frevert: *Neue Politikgeschichte: Konzepte und Herausforderungen*. In: dies., Heinz-Gerhard Haupt (Hrsg.): *Neue Politikgeschichte. Perspektiven einer historischen Politikforschung*. Frankfurt a.M. 2005, S. 18.

⁶⁶ In Deutschland begannen erste Versuche der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Phänomen der Kriegspropaganda recht früh. Die meisten Arbeiten wollten dabei nicht allein apologetisch das Defizit der deutschen Propaganda herausarbeiten, sondern setzten auch auf einen „Lerneffekt“; vgl. u. a. Fischer: *Deutsche Propaganda im Ausland*; Georg Huber: *Die französische Propaganda im Weltkrieg gegen Deutschland 1914 bis 1918*. München 1928; Steinmeyer: *Beiträge zur Kulturpropaganda*.

Thematik würde allein ganze Bände füllen.⁶⁷ Ich beschränke mich daher im Folgenden auf eine kurze Überblicksdarstellung des Forschungsstandes zur deutschen auswärtigen Propaganda für das neutrale Ausland einerseits und zur Geschichte des Ersten Weltkrieges in Lateinamerika andererseits, da die vorliegende Untersuchung insbesondere diese beiden Aspekte miteinander verknüpft.

Die deutschsprachige historische Forschung zur auswärtigen Propaganda des Deutschen Reiches während des Ersten Weltkrieges war bis in die 1990er Jahre hinein vornehmlich auf die Institutionengeschichte fokussiert, wobei vor allem die in Deutschland operierenden Akteure sowie staatlichen wie auch nicht-staatlichen Institutionen und Nachrichtenagenturen den Untersuchungsgegenstand bildeten.⁶⁸ Dies hatte sicherlich auch mit der Notwendigkeit einer systematischen Aufarbeitung des Quellenmaterials zu tun, denn anders als in den USA gab es in Deutschland kein zentrales staatliches Organ, welches die Propaganda für das Ausland plante und koordinierte. Diese Arbeiten haben daher einen wertvollen Beitrag für ein besseres Verständnis der Organisation der deutschen Auslandspropaganda geleistet und insbesondere aufgezeigt, vor welche internen Herausforderungen und Hindernisse sich die amtlichen Stellen gestellt sahen. Ihr Forschungsinteresse galt allerdings nicht den Kontakten und Initiativen vor Ort, welche in der vorliegenden Arbeit eine

⁶⁷ Einige Einzelstudien sowie Überblickswerke seien hier dennoch genannt. Besonders die Publizistik und die Kommunikationswissenschaften haben bei der Analyse von Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges Pionierarbeit geleistet, hervorzuheben sind Walter Lippmanns 1922 publizierte Untersuchung *Public Opinion* und Harold Dwight Lasswells 1927 erschienenes Buch *Propaganda Techniques in the World War*; vgl. Lippmann: *Public Opinion*; Lasswell: *Propaganda Technique*. Einen guten Überblick über Forschungstendenzen zur Kriegspropaganda in den letzten zwanzig Jahren bieten die von Troy R.E. Paddock herausgegebenen Sammelbände *A Call to Arms* (2004) und *World War I and Propaganda*, vgl. Paddock (Hrsg.): *A Call to Arms*; ders. (Hrsg.): *World War I and Propaganda*; vgl. außerdem Bremm: *Propaganda im Ersten Weltkrieg*. Ein Klassiker zur britischen Propaganda sind M.L. Sanders, Philip M. Taylor: *Britische Propaganda im Ersten Weltkrieg 1914 – 1918*. Berlin 1980; vgl. außerdem vgl. u. a. Peter Buitenhuis: *The Great War of Words. British, American, and Canadian Propaganda and Fiction, 1914 – 1933*. Vancouver 1987; David Welch: *Germany, Propaganda, and Total War, 1914-1918. The Sins of Omission*. London 2000.

⁶⁸ Kestler: *Auslandsaufklärung*; Jürgen Kloosterhuis: "Friedliche Imperialisten". *Deutsche Auslandsvereine und auswärtige Kulturpolitik, 1906 – 1918*. Frankfurt a.M. [u. a.] 1994, 2 Bde., insbes. S. 251-270; Kurt Koszyk: *Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg*. Düsseldorf 1968; Jürgen Wilke: *Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg: Die Zentralstelle für den Auslandsdienst*. In: Siegfried Quandt, Horst Schichtel (Hrsg.): *Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis*. Gießen 1993, S. 95-157; Cornelius Klee: *Die Transocean GmbH*. In: Jürgen Wilke (Hrsg.): *Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949*. München [u. a.] 1991, S. 135-212; Grupp: *Voraussetzungen und Praxis*, S. 799-824.

herausragende Rolle spielen. Einzelstudien zur deutschen auswärtigen Propaganda in zumindest zu Kriegsbeginn neutralen Staaten haben zwar aufgezeigt, dass die lokalen Initiativen auf der Organisationsebene durchaus von Relevanz waren, allerdings bleiben auch diese Untersuchungen vorrangig an der Diplomatie- und Politikgeschichte interessiert.⁶⁹

Für die USA wie auch für Lateinamerika haben Studien zur Geschichte der deutschstämmigen Migration auf den hohen Mobilisierungsgrad dieser Gruppen beim Ausbruch des Ersten Weltkrieges verwiesen und verdeutlicht, wie diese Gruppen im Zusammenspiel mit offiziellen Institutionen begannen, persuasive Öffentlichkeitsarbeit für Deutschland umzusetzen.⁷⁰ Auch wenn die Propagandaarbeit der deutschstämmigen Migranten nicht im Fokus der zitierten Untersuchungen steht, so zeigen die genannten Beiträge in Teilen doch, welchen Einfluss der Ausbruch des Ersten Weltkrieges auch auf die von den Kampfhandlungen weitestgehend unberührten Regionen hatte. Sie verweisen

⁶⁹ Vgl. Jens Albes: *Worte wie Waffen. Die deutsche Propaganda in Spanien während des Ersten Weltkrieges*. Essen 1996; Patrick Ostermann: *Duell der Diplomaten. Die Propaganda der Mittelmächte und ihrer Gegner in Italien während des Ersten Weltkrieges*. Weimar 2000; Nicole P. Eversdijk: *Kultur als politisches Werbemittel. Ein Beitrag zur deutschen kultur- und pressepolitischen Arbeit in den Niederlanden während des Ersten Weltkrieges*. Münster [u. a.] 2010; Chad R. Fulwider: *German Propaganda and U.S. Neutrality in World War I*. Columbia (Missouri) 2016; vgl. außerdem u. a. Javier Ponce: *Propaganda and Politics: Germany and Spanish Opinion in World War I*. In: Paddock (Hrsg.): *World War I and Propaganda*, S. 292-321.

⁷⁰ Stefan Rinke: *The reconstruction of national identity: German minorities in Latin America during the First World War*. In: Nicola Foote, Michael Goebel (Hrsg.): *Immigration and national identities in Latin America*. Gainesville 2014, S. 160-181; Franka Bindernagel: *Deutschsprachige Migranten in Buenos Aires. Geteilte Erinnerungen und umkämpfte Geschichtsbilder 1910 – 1932*. Paderborn 2018; Valentin Kramer: *Zwischen den Heimaten. Deutsch-argentinische Einwanderervereine in Rosario und Esperanza 1856 – 1933*. Bielefeld 2016; Ronald C. Newton: *German Buenos Aires, 1900 – 1933. Social change and cultural crisis*. Austin [u. a.] 1977, vgl. insbes. S. 32-51; Katja Wüstenbecker: *Deutsch-Amerikaner im Ersten Weltkrieg. US-Politik und nationale Identitäten im Mittleren Westen*. Stuttgart 2007; Jean-Pierre Blancpain: *Immigration et Nationalisme au Chili, 1810 – 1925. Un pays à l'écoute de l'Europe*. Paris [u. a.] 2005, vgl. insbes. S. 241-258; Russell A. Kazal: *Becoming Old Stock. The Paradox of German-American Identity*. Princeton, Oxford 2004, vgl. insbes. S. 151-170; Gerardo Jorge Ojeda-Ebert: *Deutsche Einwanderung und Herausbildung der chilenischen Nation (1846 – 1920)*. München 1984, vgl. insbes. S. 130-134; Frederick C. Luebke: *The German Ethnic Group in Brazil: The Ordeal of World War I*. In: ders. (Hrsg.): *Germans in the New World. Essays in the History of Immigration*. Urbana, Chicago 1990, S. 123-137; ders.: *Bonds of Loyalty. German Americans and World War I*. DeKalb (Illinois) 1974; Silke Nagel: *Ausländer in Mexiko. Die Kolonien der deutschen und US-amerikanischen Einwanderer in der mexikanischen Hauptstadt 1890 – 1942*. Frankfurt a.M. 2005; Thomas Schoonover: *Germany in Central America. Competitive Imperialism, 1821-1929*. Tuscaloosa, London 1998, insbes. S. 137-172.

damit – wenn auch teilweise nicht unbedingt explizit – auf die globalhistorische Dimension des Ersten Weltkrieges. Die Migrantengemeinden waren innerhalb des deutschen Propagandanetzwerkes ebenso wie die Institutionen in Berlin oder Hamburg allerdings nur eine, wenn auch bedeutsame, Akteursgruppe. Den Fokus allein auf diese Gruppe zu legen, würde daher ignorieren, dass nicht alle der formellen wie auch informellen Mitarbeiter oder Unterstützer Deutsche waren oder sich notwendig mit den Interessen der deutschstämmigen Gemeinschaften identifizierten. Die vorliegende Arbeit zeigt daher die Komplexität des Netzwerkes auf und stellt anhand von konkreten Beispielen die Interaktion zwischen Behörden, deutschstämmigen Migranten, Sympathisanten und Profiteuren dar.

Die Geschichte des Ersten Weltkrieges wurde lange Zeit aus hauptsächlich eurozentrischer Sicht geschrieben, wobei das Primat der nationalstaatlichen Perspektive selten in Frage gestellt wurde. Ein bis heute bedeutsames Untersuchungsfeld ist in diesem Zusammenhang insbesondere die Erforschung der Ursachen des Kriegsausbruchs, der so genannten „Kriegsschuldfrage“, gewesen.⁷¹ Eine intensiviertere historiographische Auseinandersetzung mit den Phänomenen und der Geschichte der Globalisierung sowie die erstarkende Bedeutung der so genannten *Area Studies* haben zu einer Erweiterung des Spektrums der Forschungsliteratur zur Erforschung des Ersten Weltkrieges geführt. Angeregt durch post-koloniale wie kulturgeschichtliche Theoriebildung rückt die globale Dimension des Krieges immer stärker in den Fokus und die Analyse seiner Auswirkungen auf außereuropäische Kontexte brachte neue Erkenntnisse hervor. Die Weltkriegsforschung hat somit begonnen, nach der tatsächlichen »Globalität« des *Weltkrieges* zu fragen, wengleich der lateinamerikanischen Kontinent im Vergleich zu Afrika, dem Nahen Osten oder Asien weiterhin eher nachlässig behandelt wird. Da das britische und französische Imperium in und durch ihre Kolonien starken Einfluss ausübten, verwundert es allerdings nicht, dass diesen Regionen besondere Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Sowohl die Geschichte der Kolonialtruppen auf den europäischen Kriegsschauplätzen als auch die Folgen des Krieges für die Kolonien sind dabei

⁷¹ Gerhard Hirschfeld: Der Erste Weltkrieg in der deutschen und internationalen Geschichtsschreibung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* Bd. 29-30 (2004), S. 3-12; Christoph Nübel: *Neue Forschungen zur Kultur- und Sozialgeschichte des Ersten Weltkriegs. Themen, Tendenzen, Perspektiven*, online abrufbar unter <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/index.asp?id=1114&view=pdf&pn=forum&type=forschungsberichte> (zuletzt abgerufen am 04.04.2018). Zu aktuellen Debatten zum Kriegsausbruch vgl. u. a. Christopher Clark: *Die Schlafwandler. Wie Europa in den Ersten Weltkrieg zog*. München 2013.

zum Untersuchungsgegenstand geworden.⁷² Des Weiteren ist die globale Dimension des Krieges oftmals auch an seinen wirtschaftlichen Konsequenzen festgemacht worden, da der Wirtschaftskrieg zwischen insbesondere Großbritannien und dem Deutschen Reich auch die neutralen Staaten spürbar traf.⁷³

Eine erste umfassende kulturhistorisch interessierte Studie über die Auswirkungen des Ersten Weltkrieges in Lateinamerika aus transnationaler Perspektive hat Stefan Rinke in seiner Monographie *Im Sog der Katastrophe. Lateinamerika und der Erste Weltkrieg* vorgelegt.⁷⁴ Darüber hinaus hat er in zahlreichen Aufsätzen und Artikeln nicht nur die wirtschaftlichen, sondern auch die politischen und kulturellen Implikationen des Ersten Weltkrieges für Lateinamerika herausgearbeitet, wobei er auch auf die große öffentliche Bedeutung des Propagandakrieges verwiesen hat.⁷⁵ Der französische Historiker

⁷² Vgl. u. a. William Kelleher Storey: *The First World War. A Concise Global History*. Lanham [u. a.] 2010; Helmut Bley, Anorthe Kremers (Hrsg.): *The world during the First World War*. Essen 2014; Hew Strachan: *The First World War as a global war*. In: *First World War Studies* Bd. 1, H. 1 (2010), S. 3-14; ders.: *The First World War in Africa*. Oxford, New York 2004; Heather Streets-Salter: *World War One in Southeast Asia. Colonialism and anticolonialism in an era of global conflict*. Cambridge, New York 2017; J.K. Michael Walsh, Andrekos Varnava (Hrsg.): *Australia and the Great War. Identity, Memory and Mythology*. Melbourne 2016; Oliver Janz: *Der Erste Weltkrieg als globaler Krieg*. In: *Thyssen Lectures III – The Great War Beyond National Perspectives* /Ulusal Perspektiflerin Ötesinde Harb-ı Umumi. Pera-Blätter, H. 31, Bonn 2016, S. 1, online abrufbar unter http://www.perspectivia.net/publikationen/pera-blaetter/31/janz_weltkrieg (zuletzt abgerufen am 03.04.2018); ders.: 14 – Der Große Krieg. Frankfurt a.M., New York 2013, vgl. insbes. S. 133-178; Heike Liebau [et al.] (Hrsg.): *The World in World Wars. Experiences, Perceptions and Perspectives from Africa and Asia*. Leiden, Boston 2010.

⁷³ Vgl. u. a. Stig Förster: *Der globalisierte Krieg*. In: Stephan Burgdorff, Klaus Wiegrefe (Hrsg.): *Der Erste Weltkrieg. Die Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts*. München 2004, S. 207.

⁷⁴ Rinke: *Sog der Katastrophe*.

⁷⁵ ders.: 'Ein Drama der gesamten Menschheit'. *Lateinamerikanische Perspektiven auf den Ersten Weltkrieg*. In: *Geschichte und Gesellschaft*, H. 40 (2014), S. 287-307; ders.: *The reconstruction of national identity*, S. 160-181; ders.: *Kriegsausbruch 1914*, S. 29-42; ders.: *Thunderstorm and Lightning: A First Look at Latin America and the First World War*. In: Bley, Kremers (Hrsg.): *The world during the First World War*, S. 79-88; Speziell zur Propagandatätigkeit in Lateinamerika vgl. ders.: *Propaganda War (Latin America)*. In: *International Encyclopedia of the First World War*, hrsg. von Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson. Freie Universität Berlin 2015-01-14, online abrufbar unter https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_war_latin_america (zuletzt abgerufen am 05.04.2018). Vgl. außerdem das von Stefan Rinke als Koordinator herausgegebene *Dossier América Latina y la Primera Guerra Mundial* mit Beiträgen von Stefan Rinke, María Inés Tato, Jane M. Rausch, Sandra Kuntz Ficker, Gorica Majstorovic und Phillip Dehne, siehe hierzu *América Latina y la Primera Guerra Mundial, nuevos estudios, nuevas interpretaciones*. In: *Iberoamericana*, Nr. 53 (2014), Jahr XIV, S. 87-166.

Olivier Compagnon hat in seiner als Vergleich angelegten Studie gezeigt, wie der Krieg die intellektuellen Debatten in Argentinien und Brasilien bis in die 1930er Jahre prägte. Auch Compagnon geht auf die Propagandakampagnen ein, er nimmt aber vor allem die Reaktionen und Rezeption der Intellektuellen in den Blick.⁷⁶

Daneben haben sich vorrangig Beiträge zur Diplomatie- und Wirtschaftsgeschichte mit den Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf Lateinamerika beschäftigt.⁷⁷ Eine der frühesten Auseinandersetzungen zur Thematik stellt Percy Alvin Martins umfangreiche Studie *Latin America and the War* aus dem Jahr 1925 dar.⁷⁸ Martin verfasste seine Studie aus der Perspektive der Politik- und Diplomatiegeschichte und widmete sich auch dem Phänomen der auswärtigen Propaganda, welche er als Mittel der Kulturarbeit und somit im heutigen Sinne als *soft power* begriff. Gleiches gilt für Friedrich Katz' Arbeit zum Einfluss ausländischer Mächte auf das revolutionäre Mexiko in den Jahren zwischen 1910 und 1920, in der auch er die Propagandaarbeit der Deutschen und Alliierten in Mexiko streift.⁷⁹ Des Weiteren liegen Studien zu einzelnen lateinamerikanischen Ländern vor, die sich ebenfalls zumeist der politischen Geschichte eines Landes angesichts der wirtschaftlichen und diplomatischen Herausforderungen des Ersten Weltkrieges widmen.⁸⁰

Insbesondere die argentinische Historiographie hat den Einfluss des Ersten Weltkrieges auf Argentinien's Politik, Wirtschaft und Gesellschaft untersucht, wobei die Intensität der Auseinandersetzung mit der Thematik in den letzten Jahren deutlich zugenommen und 2013 zur Gründung der in Buenos Aires

⁷⁶ Compagnon: *América Latina*.

⁷⁷ Bill Albert: *South America and the First World War. The impact of the war on Brazil, Argentina, Peru and Chile*. Cambridge [u. a.] 1988; Phillip A. Dehne: *On the far Western Front. Britain's First World War in South America*. Manchester [u. a.] 2009; ders.: *How important was Latin America to the First World War?*. In: *Iberoamericana*, 14. Jg., Nr. 53 (2014), S. 151-164; Michael Streeter: *South America and the Treaty of Versailles*. London 2010.

⁷⁸ Seine Studie basierte auf einer Vorlesungsreihe, welche Martin 1921 im Rahmen der *Albert Shaw Lectures on Diplomatic History* gehalten hatte; Percy Alvin Martin: *Latin America and the War*. Baltimore 1925.

⁷⁹ Friedrich Katz: *Deutschland, Diaz und die mexikanische Revolution. Die deutsche Politik in Mexiko, 1870 – 1920*. Berlin 1964; ders.: *La Guerra Secreta en México*. Mexiko D.F. 2013 [1981], insbes. S. 498-518.

⁸⁰ Vgl. u. a. Germán Bravo Valdivieso: *La Primera Guerra Mundial en la costa de Chile. Una neutralidad que no fue tal*. Viña del Mar 2005; Juan Ricardo Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña durante la Primera Guerra Mundial y la postguerra*. Santiago 1986; Fabián Novak Talavera, Jorge Ortiz Sotelo (Hrsg.): *El Perú y la Primera Guerra Mundial*. Lima 2014; Francisco Luiz Teixeira Vinhos: *O Brasil e a Primeira Guerra mundial. A diplomacia brasileira e as grandes potências*. Rio de Janeiro 1990; José A. Ramírez: *To the Line of Fire. Mexican Texans and World War I*. Texas 2009.

ansässigen Forschergruppe *Grupo de Estudios Históricos sobre la Guerra (GEHiGue)* führte.⁸¹ Auch die Propaganda der Alliierten wie der Deutschen ist dabei in den Fokus der Forschung geraten. Die Historikerin María Inés Tato hat in zahlreichen Aufsätzen die Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf die öffentlichen Debatten und die gesellschaftliche Mobilisierung in Argentinien in den Jahren zwischen 1914 und 1919 erforscht.⁸² Das pro-deutsche wie auch das proalliierte Presse- und Publikationswesen werden von ihr dabei unter anderem unter dem Aspekt betrachtet, inwiefern sie bestimmte nationale Debatten, insbesondere über die Frage nach der Neutralitätspolitik Argentiniens, mit prägten.⁸³ Einen Schwerpunkt auf die Kommunikationsgeschichte legen ferner die Beiträge von Patricia Vega Jiménez, die, unter Zuhilfenahme des methodischen Instrumentariums der quantitativen Inhaltsanalyse, unter anderem auch deutsche Propagandazeitungen als Teil der Geschichte des Pressewesens in Zentralamerika untersucht hat.⁸⁴ In diesem Zusammenhang sind auch Yolanda de

⁸¹ Vgl. u. a. Raimundo Siepe: *Yrigoyen, la Primera Guerra Mundial y las relaciones económicas*. Buenos Aires 1992; Ricardo Weinmann: *Argentina en la Primera Guerra Mundial. Neutralidad, transición política y continuismo económico*. Buenos Aires 1994; Hernán Otero: *La Guerra en la Sangre. Los franco-argentinos ante la Primera Guerra Mundial*. Buenos Aires 2009; ders.: *Convocados y voluntarios de la Argentina en la Gran Guerra*. In: *Ciencia Hoy* Bd. 24, H. 139 (2014), S. 29-35; Claudio Belini, Silvia Badoza: *El impacto de la Primera Guerra Mundial en la economía argentina*. In: Ebenda, S. 21-27. Homepage der *Grupo de Estudios Históricos sobre la Guerra* online abrufbar unter <http://ravignani.institutos.filo.uba.ar/gehigue> (zuletzt abgerufen am 05.04.2018).

⁸² María Inés Tato: *La trinchera austral. La sociedad argentina ante la Primera Guerra Mundial*. Rosario 2017; dies.: *La Gran Guerra en la historiografía argentina. Balance y perspectivas de investigación*. In: *Iberoamericana*, 14. Jg., Nr. 53 (2014), S. 91-102; dies.: *Una sociedad movilizada: la Argentina y la Primera Guerra Mundial*. In: *Ciencia Hoy* Bd. 24, H. 139 (2014), S. 15-20; dies.: *Neutralismos transatlánticos. España en el imaginario de los neutralistas argentinos durante la Primera Guerra Mundial*. In: Ángeles Castro Montero, Nadia Cristóforis (Hrsg.): *Entre Europa y América: Circulación de Ideas y Debates entre las dos Guerras Mundiales*. Buenos Aires 2014, S. 41-48; dies.: *Nacionalismo e internacionalismo en la Argentina durante la Gran Guerra*. In: *Projeto História*, H. 36 (2008), S. 49-62; dies.: *Global Moments, Local Impacts: Argentina at the Critical Juncture of 1917*. In: Stefan Rinke, Michael Wildt (Hrsg.): *Revolutions and Counter-Revolutions. 1917 and its Aftermath from a Global Perspective*. Frankfurt a.M., New York 2017, S. 219-234

⁸³ Vgl. dies.: *Luring Neutrals. Allied and German Propaganda in Argentina during the First World War*. In: Paddock (Hrsg.): *World War I and Propaganda*, S. 322-344; dies.: *Contra la corriente. Los intelectuales germanófilos argentinos frente a la Primera Guerra Mundial*. In: *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas* Bd. 49 (2012), S. 205-224; dies.: *La disputa por la argentinidad. Rupturistas y neutralistas durante la Primera Guerra Mundial*. In: *Temas de historia argentina y americana*, H. 13 (2008), S. 227-252.

⁸⁴ Patricia Vega Jiménez: *Guerra, prensa y manipulación informativa: La prensa de Costa Rica y El Salvador en el segundo semestre de la Primera Guerra Mundial*. In: Rosa María Valles Ruiz, Rosa María González Victoria, dies. (Hrsg.): *La Prensa: Un Actor Sempiterno. De la Primera Guerra Mundial a la Posmodernidad*. Mexiko D.F. 2014; dies.: *La guerra como*

la Parras Aufsatz zur Beeinflussung mexikanischer Zeitungen und Kathrin Hoffmans Artikel zur deutschsprachigen Presse in Argentinien während des Ersten Weltkrieges zu erwähnen.⁸⁵ Zwar verlassen die genannten Beiträge den nationalstaatlichen Rahmen nicht explizit, die Arbeiten liefern aber wichtige Beiträge für ein besseres Verständnis der lokalen Reaktionen auf das globale Medienereignis des Krieges und seine Auswirkungen und Rezeption im lateinamerikanischen Kontext. Darüber hinaus verweisen sie auf die große Bedeutung des Zeitungswesens für die Propagandastrategien von Alliierten wie auch den Deutschen in Lateinamerika. Da ihr Fokus allerdings entweder auf der Betrachtung der öffentlichen Debatten und ihrer gesellschaftlichen Konsequenzen oder auf einer quantitativen Analyse der Inhalte der Propagandamedien liegt, können die erwähnten Titel keine tiefer gehende qualitative Untersuchung der deutschen Propagandatexte leisten. Zudem richten die Beiträge ihre Aufmerksamkeit auf einzelne Propagandazeitungen innerhalb eines bestimmten nationalen Kontextes. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es hingegen, Ähnlichkeiten und Unterschiede nicht nur zwischen den einzelnen deutschen Propagandamedien selbst, sondern auch in Hinblick auf ihre jeweilige Ausgestaltung in Argentinien, Chile und Mexiko aufzuzeigen. Dabei wird deutlich, dass sich die übergeordneten Themen zwar ähnelten, der jeweilige lokale Kontext aber einen deutlichen Einfluss auf die konkrete Auswahl von Topoi der

espectáculo mediático. La prensa centroamericana en la Gran Guerra (1917). In: *Historia y Comunicación Social*, H. 17 (2013), S. 43-61; dies.: *Press (Latin America)*. In: 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, hrsg. von Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, Freie Universität Berlin, Berlin 2014-10-08, online abrufbar unter https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/press_latina_america (zuletzt abgerufen am 05.04.2018); dies.: *Guerra, prensa y manipulación informativa. La prensa centroamericana en 1915*. In: *Cuadernos inter.c.a.mbio* Bd. 9, H. 10, (2012), S. 153-179; dies.: *¿Especulación desinformativa? La Primera Guerra Mundial en los periódicos de Costa Rica y el Salvador*. In: *Mesoamérica* Bd. 30, H. 51 (2009), S. 94-122. Vgl. außerdem zur Kommunikationsgeschichte in Zentralamerika Eugenio Quesada Rivera: *Informar la Gran Guerra desde un periódico local. El caso de El Correo del Atlántico (1914-1917)*. In: *Historia y Comunicación Social*, H. 18 (2013), S. 305-321.

⁸⁵ Yolanda de la Parra: *La Primera Guerra Mundial y la prensa mexicana*. In: *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*, H. 10 (1986), S. 155-176; Katrin Hoffmann: *¿Construyendo una "comunidad"?* Theodor Alemann y Hermann Tjarks como voceros de la prensa germanoparlante en Buenos Aires, 1914-1918. In: *Iberoamericana* Bd. 9, H. 33 (2009), S. 121-137. Zum Verhältnis von Presse und Propaganda im Ersten Weltkrieg in Buenos Aires vgl. außerdem Emiliano Gastón Sánchez: *Pendientes de un hilo. Guerra comunicacional y manipulación informativa en la prensa porteña durante los inicios de la Gran Guerra*. In: *Política y Cultura*, H. 42 (2014), S. 55-87. Eine übersichtliche Analyse der deutschen Propagandazeitung *Guerra Gráfica* aus Peru leistet außerdem Guillemette Martin: *Vivir el conflicto lejos de los campos de batalla. La comunidad alemana del Perú y la Primera Guerra Mundial*. In: *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines* Bd. 44, H. 2 (2015), S. 259-281.

Propaganda hatte. Erstmals wird somit einerseits die deutsche Propaganda in Lateinamerika aus transnationaler Perspektive beschrieben und andererseits eine qualitative Analyse ihrer Inhalte und Persuasionsstrategien unter Einbeziehung ihres lokalen Produktionskontextes vorgelegt.

AUFBAU DER ARBEIT UND METHODIK

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in zwei Teile mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen. Der erste Teil (*Kapitel 1–3*) dient in erster Linie der situativen, institutionellen und medialen Kontextbestimmung⁸⁶ für die im zweiten Teil erfolgende Präsentation der Ergebnisse der historischen Diskursanalyse. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die im ersten Teil der Arbeit vorgestellten Resultate nur von sekundärer Bedeutung sind. Insbesondere die Darstellung des Kommunikationsnetzwerkes im zweiten Kapitel bildet erste Ergebnisse der Untersuchung ab. Der erste Teil bildet zudem die Grundlage für ein besseres Verständnis der diskursiven Ausgestaltung der deutschen Propagandamedien hinsichtlich der zugrundeliegenden Interessen, ihrer Organisation und Produzenten sowie ihrer Typologisierung. Im zweiten Teil (*Kapitel 4–6*) wird anhand dreier konkreter Beispiele analysiert, welche lokalen Diskurse sich die deutsche Propaganda aneignete und wie sie diese mit ihren Intentionen verflocht.

Kapitel 1 beleuchtet, welche imperialistischen Interessen das Deutsche Reich in Bezug auf Lateinamerika in den Jahren vor dem Ausbruch des Krieges hatte. Dem liegt die Auffassung zugrunde, dass es sich beim Ersten Weltkrieg auch um einen imperialistischen Interessenskonflikt handelte.⁸⁷ Des Weiteren bestimmten die Ausprägungen des informellen Imperialismus die deutsch-lateinamerikanischen Beziehungen nicht nur in den Vor-, sondern auch in den Nachkriegsjahren, was sich auch in der so genannten auswärtigen Kulturarbeit widerspiegelte. Die Propagandaarbeit Deutschlands blieb auch während des Krieges hauptsächlich an der Aufrechterhaltung der in erster Linie wirtschaftlichen Beziehungen interessiert. Das Kapitel greift zum Großteil auf die

⁸⁶ Die historische Diskursanalyse ist kein standardisiertes methodisches Instrumentarium und wird teilweise in der theoretischen Debatte nicht als Methode, sondern als Forschungsperspektive bewertet, vgl. Franz X. Eder: Historische Diskurse und ihre Analyse – eine Einleitung. In: ders. (Hrsg.): Historische Diskursanalysen, S. 13. Als Orientierung dienen in der vorliegenden Analyse die von Achim Landwehr skizzierten Untersuchungsschritte, vgl. Landwehr: Historische Diskursanalyse, S. 100-130.

⁸⁷ Lutz Raphael: Imperiale Gewalt und mobilisierte Nation. Europa 1914 – 1945. Bonn 2014, S. 47ff.

vorliegende Sekundärliteratur zum Themenkomplex deutscher Imperialismus und Lateinamerika zurück.

Kapitel 2 versteht sich als annäherungsweise Rekonstruktion des deutschen Propagandanetzwerkes in Lateinamerika, von den ersten kulturpropagandistischen Initiativen der Vorkriegsjahre bis hin zur Abwicklung der Kriegspropaganda Ende 1918. Der Fokus liegt auf Hispanoamerika, nichtsdestotrotz werden wichtige Verbindungen oder Beispiele mit Bezug zu Brasilien in der Darstellung der Vorläuferprojekte der deutschen Kultur- und Pressearbeit mit einbezogen, sofern sie übergeordnete Entwicklungen verdeutlichen. Priorisiert werden indes die Länder des *Cono Sur* sowie Mexiko. Dabei werden bestimmte strukturelle Ähnlichkeiten herausgearbeitet, um deutlich zu machen, wie hoch der Grad der Vernetzung auch innerhalb Lateinamerikas war. Des Weiteren können anhand der Beschreibung des deutschen Kommunikationsnetzwerkes personelle Kontinuitäten zu den Vor- und Nachkriegsjahren aufgezeigt werden. Im Vordergrund steht, auch wenn die Darstellung teilweise chronologisch erfolgt, nicht so sehr der diachrone, sondern der synchrone Prozess. Beim verwendeten Quellenmaterial handelt es sich zum Großteil um Korrespondenzen des Auswärtigen Amtes sowie zeitgenössische Denkschriften und Aufsätze.

In *Kapitel 3* werden systematisch die bevorzugten Medien und Methoden der deutschen Propaganda in Lateinamerika eingeordnet und ihre Darstellungsformen sowie Methoden systematisch dargestellt. Somit wird eine differenzierte Quellenbestimmung geleistet, die zusammen mit der im ersten und zweiten Kapitel erfolgten historischen und situativen, beziehungsweise institutionellen Kontextbestimmung den notwendigen Hintergrund für die Präsentation der Ergebnisse der historischen Diskursanalyse im zweiten Teil bildet. Als Quellen wurden größtenteils Pressepropaganda, also Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Broschüren, Karikaturen, Monographien, und, sofern vorhanden, Flugschriften und -blätter aus Deutschland, Argentinien, Chile, Mexiko, Guatemala, El Salvador, Venezuela und Bolivien herangezogen.

Während der erste Teil eine Annäherung an das Kommunikationsnetzwerk zwischen Berlin und Buenos Aires, Madrid und Mexiko D.F. oder Valparaíso und Bogotá darstellt, beschränkt sich die historische Diskursanalyse des zweiten Teils (*Kapitel 4 – 6*) auf Propagandamaterial aus Argentinien, Chile und Mexiko. Bei den ausgewählten Quellen handelt es sich um vor Ort produzierte, spanischsprachige Pressepropaganda. Diese richtete sich in erster Linie an eine urbane Leserschaft. Die deutschsprachigen Zeitungen der Migranten bestanden

weiterhin, da sich diese aber an ein anderes Publikum richteten und eine andere Intention verfolgten als die oftmals neu gegründeten spanischsprachigen Zeitungen, wurden Publikationen wie zum Beispiel die *Deutsche La Plata Zeitung* hier ausgeklammert. Eine Ausnahme bildet die spanische Ausgabe der *Deutschen Zeitung von Mexiko*, da diese speziell mit der Absicht veröffentlicht wurde, den potentiellen Leserkreis angesichts des Kriegsausbruchs zu erweitern. Der zweite Teil umfasst drei zentrale Themenkomplexe der deutschen Propaganda. Ihre Auswahl erfolgte auf Grundlage einer inhaltsanalytischen Kategorienbildung bei der ersten Sichtung des Quellenmaterials und der Isolierung bestimmter, sich wiederholender Aussagen, die sich nur unter Einbeziehung des Rezeptionskontextes erschlossen.⁸⁸ Punktuell wurde dabei auch quantitativ vorgegangen.⁸⁹ Aus analytischen Gründen werden die drei identifizierten Themenschwerpunkte in den *Kapiteln 4 – 6* getrennt dargestellt, es muss aber betont werden, dass sie sich in der Regel überschneiden oder miteinander verflochten waren.

Kapitel 4 beleuchtet die herausragende Rolle Spaniens für die deutsche Propaganda in Lateinamerika. Spanien, das im Ersten Weltkrieg seine Neutralität erklärt hatte, verfolgte seit den Vorkriegsjahren eine eigene kulturpolitische Agenda in Hispanoamerika. Ideologisch wurde diese von den Ideen der *Generación del '98* und den Vertretern des *Hispanismo* untermauert. Die deutschen Lateinamerikaexperten sahen in der aktiven Förderung dieser Strömung eine Möglichkeit, den französischen und US-amerikanischen Einfluss in der Region zu schmälern (*Kapitel 4.1*). In der deutschen Propaganda äußerte sich dies einerseits in der beständigen Reproduktion von Artikeln und Beiträgen spanischer Autoren, die sich bei Kriegsausbruch zu *neutralistas* und *germanófilos* erklärt hatten (*Kapitel 4.2*), und andererseits in der Forcierung einer transnationalen hispanischen Identität (*raza hispana*) durch lokale Autoren, mit der sich die Rezipienten identifizieren sollen (*Kapitel 4.3*). Obwohl der *Hispanismo* besonders im intellektuellen Leben Argentiniens eine wichtige Rolle spielte, findet sich dieser Diskursstrang auch in Mexiko verstärkt wieder. Die Aneignung des *Hispanismo* und des Identitätskonzeptes der *raza hispana* durch die deutsche Propaganda sollte zum einen die in Lateinamerika vorherrschenden

⁸⁸ Nach Achim Landwehr „[formieren] Aussagen, die sich hinsichtlich eines bestimmten Themas systematisch organisieren und durch eine gleichförmige (nicht identische) Wiederholung auszeichnen, [...] einen Diskurs“, vgl. Landwehr: Historische Diskursanalyse, S. 92f.

⁸⁹ So wurde z. B. ausgezählt, wie oft das Thema der Malvinas/Falklandinseln in der deutschen Propaganda in Argentinien in einem bestimmten Zeitraum tatsächlich als Schlagzeile gewählt wurde (vgl. Kapitel 5.1 der vorliegenden Arbeit).

frankophilen Sympathien und Emotionen sowie das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer pan-latinen Gemeinschaft relativieren und zum anderen das neutrale Spanien als alte *madre patria* und politisches Vorbild präsentieren.

In *Kapitel 5* stehen antiimperialistische Argumentationsstrukturen der deutschen Propaganda im Mittelpunkt. Diese dienen abstrahiert zur Etablierung eines Freund-Feind-Schemas, welches das durch die Berichterstattung über den Krieg gesetzte Gegensatzpaar Deutschland vs. die Alliierten ersetzen sollte. In Argentinien und Chile griff die deutsche Propaganda vor dem Hintergrund des Wirtschaftskrieges anti-britische Ressentiments auf, um aus bereits zirkulierenden Stereotypen ein Feindbild zu konstruieren. Damit sollte auch der wirtschaftliche Einfluss Großbritanniens unterminiert werden (*Kapitel 5.1*). Die anti-US-amerikanische Propaganda Deutschlands bediente sich ebenfalls antiimperialistischer Rhetorik, ging dabei aber über die anti-britischen Kampagnen deutlich hinaus. Unter Rückgriff auf die identitätspolitischen Zuschreibungen des progressiven *Hispanoamericanismo*, konnten die USA nicht nur als ethno-kulturelle Differenz zur hispanoamerikanischen Identität, sondern als ihr Antagonist definiert werden. Diese Aneignung anti-US-amerikanischer Diskurse spielte ganz besonders in Mexiko eine herausragende Rolle (*Kapitel 5.2*). Der deutsche Imperialismus wurde hingegen als rechtmäßige, wenn auch nicht horizontale, Beziehung zwischen Deutschland und Argentinien, beziehungsweise Chile, präsentiert (*Kapitel 5.3*).

Kapitel 6 untersucht die Repräsentationen Deutschlands und der Deutschen. Dieser Aspekt war vor allem in der Propaganda in Argentinien und ganz besonders in Chile von besonderer Relevanz. In Argentinien griffen germanophile Intellektuelle wie Ernesto Quesada oder Juan Pablo Ramos zur Feder, um Deutschland öffentlich zu verteidigen. Dabei bedienten sie sich in ihren Aufsätzen derart stark nationalistischer deutscher Autostereotype und Repräsentationen, dass ihre Beiträge nicht nur über die Grenzen Argentinien hinaus auch in Chile und Mexiko abgedruckt wurden, sondern dass sie sogar ins Deutsche übersetzt und in Deutschland für die Propaganda an der Heimatfront eingesetzt wurden (*Kapitel 6.1*). Im Prinzip handelte es sich um eine argentinische Bearbeitung der so genannten *Ideen von 1914*, die wiederum Rückwirkungen auf die Propaganda in Deutschland hatte. Die folgenden beiden Unterkapitel sind stark auf Chile fokussiert, was mit der Spezifität der dortigen deutschen Propaganda zusammenhängt, die weder mit jener in Mexiko noch zu den Diskursen in Argentinien vergleichbar ist. In Chile war die Aneignung des nationalen Identitätskonzepts der *raza chilena* von zentraler Bedeutung (*Kapitel 6.2*). Die

deutschen Propagandatekste waren darum bemüht zu zeigen, dass zwischen dem deutschen und dem chilenischen Nationalcharakter essentielle Übereinstimmungen nachweisbar seien, dass sich also „der Deutsche“ und „der Chilene“ ethno-kulturell näherstünden als zum Beispiel die „latinen“ Franzosen. Die Konstruktion einer Analogie zwischen deutscher und chilenischer Nation sollte die Identifikation mit Deutschland erleichtern. Ein weiterer vor allem in Chile bedeutsamer Diskursstrang war die positive Darstellung der deutschstämmigen Migranten (*Kapitel 6.3*). Dabei ging es nicht um die konkrete Artikulation ihrer Erfahrung, sondern um ihre Repräsentation. In der Hauptsache sollte demonstriert werden, dass die deutschstämmigen Migranten einen wichtigen Beitrag für den Fortschritt der chilenischen Nation geleistet hatten. Sie waren, im Gegensatz zu den britischen, französischen oder japanischen Einwanderern die „guten“ Migranten. Ihre Identität wurde dabei zwangsläufig als hybrid dargestellt, denn sie sollten einerseits den deutschen „Nationalcharakter“ repräsentieren und andererseits ideale chilenische Staatsbürger sein. Trotz der Tatsache, dass auch in Argentinien eine beträchtliche Anzahl deutschstämmiger Migranten lebte, kann ein solches Narrativ in solcher Intensität für die deutsche Propaganda in Argentinien nicht nachgewiesen werden. Kapitel 6 zeigt somit, dass es trotz aller regionalen Ähnlichkeiten im deutschen Propagandadiskurs auch unterschiedliche lokale Ausprägungen gab, die sich nur aus dem spezifischen Kontext erklären lassen.

Im ersten wie auch im zweiten Teil der Untersuchung greifen in Bezug auf den Netzwerkcharakter und den hohen Grad diskursiver Verflechtungen diverse Mikro- und Makroebenen ineinander. Im Rahmen der Darstellung des transnationalen Netzwerkes werden sowohl staatliche Institutionen als auch individuelle Akteure in das Gesamtbild einbezogen und gleichwertig behandelt. Die Ebenen sind allerdings relational, so dass auch ein Akteur wie das Auswärtige Amt *totum pro parte* für die Gesamtzahl der agierenden einzelnen Subjekte steht.⁹⁰ Ähnlich verhält es sich mit den Diskursaussagen, auch sie bilden als Mikroebene in ihrer Gesamtheit einen Diskursstrang, der sich wiederum einem Diskurs zuordnen lässt. In dieser Arbeit wird der übergeordnete Begriff Diskurs daher teilweise auch synonym mit Diskursstrang verwendet. Eine weitere wichtige Makroebene ist die Bestimmung des historischen Kontextes. Das untersuchte Propagandamaterial entstand zwischen August 1914 und Dezember 1918 und fällt somit in den Zeitraum des Ersten Weltkrieges. Das zu Rate gezogene amtliche Quellenmaterial sowie die ausgewählte Sekundärliteratur

⁹⁰ Gerstenberger, Glasman: Globalgeschichte, S. 27-30.

beziehen sich hingegen auch auf die Vorkriegsjahre und verweisen auf organisatorische und personelle Kontinuitäten bis in die 1920er Jahre. Der intensive Einsatz von deutscher Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges wird, so meine ich, nur im historischen Kontext des Zeitalters des Imperialismus und des imperialistischen Wettstreits der Großmächte erklärbar. Der Kriegsausbruch verschärfte die bereits bestehenden Konkurrenzen in der Region noch weiter und die Propaganda der Deutschen kreiste auch immer wieder explizit wie implizit um die Themen Imperialismus und Antiimperialismus sowie die regionalen Debatten. Das folgende Kapitel macht daher deutlich, welche Interessen das Deutsche Kaiserreich während des Ersten Weltkrieges überhaupt in Lateinamerika verteidigte und erklärt, weshalb der Propagandakrieg zwischen Deutschland und den Alliierten in der Region eine so rege Dynamik entfalten musste.

1 DEUTSCHE PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA WÄHREND DES ERSTEN WELTKRIEGES – VORLÄUFER, ORGANISATION UND MEDIENFORMEN

Etwa zeitgleich mit der Thronbesteigung Wilhelms II. setzte eine Intensivierung der wirtschaftlichen wie auch diplomatischen Verbindungen Deutschlands über den Atlantik hinweg ein. Die deutsche Weltpolitik richtete ihre Begehrlichkeiten dabei auch verstärkt auf Lateinamerika, dessen noch junge Republiken nicht nur neue Absatzmärkte versprachen, sondern auch als potentielle politische Einflusszonen attraktiv schienen. Das nachfolgende Kapitel widmet sich daher der Kontextualisierung der deutschen Interessen in Lateinamerika im Spannungsfeld des globalen imperialistischen Wettlaufs bis 1914. Begleitet wurde dieser Prozess durch das von deutscher Seite verstärkte Bemühen um eine aktive kulturpolitische Werbearbeit in Lateinamerika, die in erster Linie den weiteren Ausbau der Handelsbeziehungen befördern sollte. Als Hauptkonkurrenten wurden dabei vor allem Frankreich und die USA wahrgenommen.

Das zweite Kapitel leitet mit einer kurzen Bestandsaufnahme der Anfänge der deutschen Kultur- und Pressearbeit ein und nähert sich entlang der wichtigsten Knotenpunkte dem zwischen Deutschland und Lateinamerika gespannten Propagandanetzwerk in den Jahren von 1914 bis zum Kriegsende 1919 an. Im Fokus stehen dabei sowohl die Akteure, die in Lateinamerika mobilisiert wurden, als auch die lokalen Propagandamaßnahmen und -medien. Die den Interessen des deutschen Imperialismus dienliche Kultur- und Pressearbeit wurde, so wird anhand von konkreten Beispielen gezeigt, zu einem gewichtigen Teil vor Ort realisiert, so dass eine Unterscheidung von Zentrum und Peripherie obsolet wird. Die Vernetzung des Lokalen sollte somit zu einem machterhaltenden Faktor für die global gedachte Weltpolitik des Kaiserreiches werden.⁹¹

Das dritte Kapitel bietet abschließend eine Übersicht und Klassifizierung der wichtigsten Darstellungsformen und Inhalte der deutschen Propaganda in Lateinamerika, um bestimmte Grundtendenzen und Charakteristika aufzuzeigen,

⁹¹ Sebastian Conrad, Andreas Eckert: Globalgeschichte, Globalisierung, multiple Modernen: Zur Geschichtsschreibung der modernen Welt. In: dies., Ulrike Freitag (Hrsg.): Globalgeschichte. Theorien, Ansätze, Themen. Frankfurt a.M., New York 2007, S. 32.

aber auch um eine Differenzierung der Propagandamedien zu ermöglichen und ihre Heterogenität zu verdeutlichen.

1.1 DEUTSCHLAND UND DAS ZEITALTER DES IMPERIALISMUS IN LATEINAMERIKA (1890 – 1914)

Die Jahrzehnte zwischen 1890 und 1914 werden in der Geschichtsschreibung als das Zeitalter des Hochimperialismus bezeichnet, das mit dem europäischen Kriegeausbruch im Juli 1914 sowohl seinen Kulminations- als auch seinen vorläufigen Endpunkt erreichte.⁹² In dieser Epoche gingen der aggressiv-expansionistische Erwerb von Kolonialbesitz durch die Großmächte Europas sowie die wirtschaftliche Hegemonie und informelle Herrschaft über *de jure* souveräne Staaten mit einem zunehmend chauvinistisch auftretenden Nationalismus, der besonders im Deutschen Kaiserreich weite Teile der Gesellschaft erfasste, Hand in Hand.⁹³ Diese Zeit war aber ebenso durch die Erfahrung raum-zeitlicher Entgrenzung und Beschleunigung geprägt. Innovationen im Kommunikationswesen und der Verkehrstechnik erlaubten nun eine raschere Überbrückung räumlicher Distanzen, was in der Folge eine größere Mobilität von Menschen wie auch von Waren ermöglichte.⁹⁴ Diese Phänomene, also der kommunikationstechnische Fortschritt, interkontinentale Migrationsbewegungen und die Expansion des Warenaustausches, bildeten die Grundlage für eine neue Qualität globaler Vernetzung, die auch als erste Globalisierung bezeichnet wird.⁹⁵ Das stete Anwachsen des

⁹² Im Deutschen Reich läuteten die Thronbesteigung Wilhelm II. 1888 und die Absetzung Reichskanzler Bismarcks 1890, der einem expansiven Kolonialismus eher verhalten gegenübergestanden hatte, die Phase des Hochimperialismus ein. Für Großbritannien und Frankreich wäre diese hingegen sicherlich schon ein oder zwei Jahrzehnte vorher anzusetzen; vgl. u. a. Eric Hobsbawm: *The Age of Empire: 1875 – 1914*. New York 1989, S. 56-83; Gregor Schöllgen: *Das Zeitalter des Imperialismus*. München 2000, S. 47, 84f.; Dirk van Laak: *Über alles in der Welt. Deutscher Imperialismus im 19. und 20. Jahrhundert*. München 2005, S. 66f. Zum Begriff des „Hochimperialismus“ vgl. auch Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 47; Wolfgang J. Mommsen: *Imperialismustheorien. Ein Überblick über die neueren Imperialismusinterpretationen*. Göttingen 1987, S. 91; Sebastian Conrad: *Deutsche Kolonialgeschichte*. München 2012, S. 26.

⁹³ van Laak: *Über alles in der Welt*, S. 15f.

⁹⁴ Christoph Neubert, Gabriele Schabacher: *Verkehrsgeschichte an der Schnittstelle von Technik, Kultur und Medien. Einleitung*. In: dies. (Hrsg.): *Verkehrsgeschichte und Kulturwissenschaft. Analysen an der Schnittstelle von Technik, Kultur und Medien*. Bielefeld 2013, S. 7f.

⁹⁵ Cornelius Torp: *Erste Globalisierung und deutscher Protektionismus*. In: Sven Oliver Müller, ders. (Hrsg.): *Das Deutsche Kaiserreich in der Kontroverse*. Göttingen 2009, S. 422f.; Nützenadel: *Globalisierung und transnationale Geschichte*.

Welthandelsvolumens, die globale Integration regionaler Märkte sowie das Aufkommen neuer Industriezweige, kurz, die Entfaltung einer Weltwirtschaft, war dabei wohl eines der Merkmale der Zeit, dem ein besonders starkes gesellschaftliches Transformationspotential inne wohnte.⁹⁶ Die rapide ansteigende Vernetzung der Welt und die parallel zu beobachtende Herausbildung eines ausgeprägten Nationalbewusstseins in vielen Regionen des Globus stehen dabei in keinem Widerspruch zueinander, sondern waren als reziproke Entwicklungen für den modernen Imperialismus des ausgehenden 19. Jahrhunderts konstitutiv.⁹⁷ Imperialismus und Kolonialismus hatten konkrete Rückwirkungen auf die nationalstaatlichen Realitäten und nationalistische Politik äußerte sich auch in einem nach außen projizierten Streben nach Weltgeltung.⁹⁸

Die politischen wie auch die wirtschaftlichen Beziehungen, die die Großmächte Großbritannien, Deutschland und Frankreich sowie die Vereinigten Staaten von Amerika seit dem 19. Jahrhundert mit den lateinamerikanischen Republiken verbanden, sind durchaus in den Logiken imperialistischer Ideologie fassbar.⁹⁹ Sie konkurrierten in Lateinamerika sowohl um Absatzmärkte und Handelsvorteile, als auch um politischen Einfluss auf Regierungen. Für Deutschland ging es dabei nicht um den Erwerb von konkret territorialem Kolonialbesitz, wenngleich auch vereinzelt völkisch- alldeutsche Gruppen von einer Annexion von Gebieten im Süden Brasiliens oder Chiles durch deutschstämmige Siedler träumen mochten.¹⁰⁰

⁹⁶ So wäre z. B. das Aufkommen der Gefrierfleischindustrie in Argentinien, die eine neue Arbeiterklasse hervorbrachte, ohne die neuen technisierten Arbeitsprozesse und Verkehrsmöglichkeiten nicht möglich gewesen, vgl. Osterhammel: *Verwandlung der Welt*, S. 339 und 1036; Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 21.

⁹⁷ Sebastian Conrad: *Globalisierungseffekte. Mobilität und Nation im Kaiserreich*. In: Müller, Torp (Hrsg.): *Das Deutsche Kaiserreich*, S. 406-421.

⁹⁸ Ebenda, S. 418ff.

⁹⁹ Walther L. Bernecker, Thomas Fischer: *Deutschland und Lateinamerika im Zeitalter des Imperialismus, 1871–1914*. In: *Ibero-Amerikanisches Archiv. Zeitschrift für Sozialwissenschaften und Geschichte* Bd. 1, H. 3-4 (1995), S. 273. Unter Ideologie seien hier nach Stuart Hall „[...] die mentalen Rahmen – die Sprachen, Konzepte, Kategorien, Denkbilder und Vorstellungssysteme – [verstanden], die verschiedene Klassen und soziale Gruppen entwickeln, um der Funktionsweise der Gesellschaft einen Sinn zu geben, sie zu definieren, auszugestalten, verständlich zu machen.“, vgl. Stuart Hall zitiert in Rainer Winter: *Stuart Hall: Die Erfindung der Cultural Studies*. In: Stephan Moebius, Dirk Quadflieg (Hrsg.): *Kultur. Theorien der Gegenwart*. Wiesbaden 2006, S. 384. Kennzeichnend für Ideologien ist zudem eine ihnen inhärente Konfliktivität, d.h., sie existieren nur im Konflikt mit anderen Ideologien, vgl. hierzu Terry Eagleton: *Ideology. An Introduction*. London, New York 1991, S. 11-13.

¹⁰⁰ Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 64f.; Ragnhild Fiebig-von Haase: *Lateinamerika als Konfliktherd der deutsch-amerikanischen Beziehungen 1890-1903. Vom Beginn der Panamerikapolitik bis zur Venezuelakrise von 1902/03*. 2 Bde. Göttingen 1986, Bd. 1, S. 204ff.; Nikolaus Barbian: *Auswärtige Kulturpolitik und „Auslandsdeutsche“ in Lateinamerika 1949-1973*. Wiesbaden 2014, S. 63.

Die Bestrebungen der Großmächte in Lateinamerika, und damit auch Deutschlands, lassen sich vielmehr unter dem Theoriebegriff des informellen Imperialismus subsumieren. Dieser bezeichnet ein System indirekter Einflussnahme durch wirtschaftliche Dominanz über eine formal souveräne, aber ökonomisch und politisch abhängige Region.¹⁰¹

Der folgende Überblick über die deutschen imperialistischen Interessen und Rivalitäten in Lateinamerika kann nicht in aller Ausführlichkeit auf alle lateinamerikanischen Staaten und ihre Beziehungskonstellationen mit Europa und den USA eingehen. Das wirtschaftliche Hauptinteresse Deutschlands galt Südamerika, und dabei ganz besonders den so genannten ABC-Staaten Argentinien, Brasilien und Chile. In geringerem Maße wurde auch Mexiko als potentieller Exportmarkt zunehmend interessant.¹⁰² Wenn daher im Folgenden von Lateinamerika die Rede ist, so beziehen sich die getroffenen Aussagen nicht in gleicher Weise auf alle Nationalstaaten des Kontinents, sondern haben eine erhöhte Gültigkeit für insbesondere Argentinien, Brasilien, Chile und Mexiko, also jene Nationen, mit denen ein besonders intensiver politischer und wirtschaftlicher Austausch mit dem Deutschen Reich bestand.¹⁰³ Der Verwendung des Begriffs als metonymisches *totem pro parte* liegt nicht die Intention zugrunde, den geographischen Raum Lateinamerika in dieser Untersuchung als homogene kulturelle, politische oder ethnische Einheit zu imaginieren, sondern soll einen Überblick über einige wesentliche Entwicklungslinien ermöglichen.

1.1.1 DEUTSCHE WELTPOLITIK UND WIRTSCHAFTSINTERESSEN IN LATEINAMERIKA, 1890 – 1914

Die Leitgedanken der deutschen Weltpolitik fanden 1897 in der Reichstagsrede Bernhard von Bülow ihren treffenden Ausdruck. In seiner berühmt gewordenen Rede forderte von Bülow für das Deutsche Kaiserreich seinen „Platz an der

¹⁰¹ Der Begriff des informellen Imperialismus wurde von den klassischen ökonomischen Imperialismustheorien geprägt. Diese Interpretation des Imperialismus als vor allem wirtschaftlicher Expansionismus in Übersee sowie eine Kritik an dieser Form der wirtschaftlichen Außenpolitik findet sich bereits seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, vgl. hierzu Mommsen: Imperialismustheorien, S. 12, außerdem Schöllgen: Zeitalter des Imperialismus, S. 48.

¹⁰² Bernecker, Fischer: Deutschland und Lateinamerika, S. 273-302.

¹⁰³ Osterhammel: Verwandlung der Welt, S. 941.

Sonne“ ein.¹⁰⁴ Hinter diesem Schlagwort stand die Idee, dass Deutschlands internationale Bedeutung als ernstzunehmende Großmacht vor allem von seiner Fähigkeit abhängt, territorial zu expandieren und sich Kolonialbesitz einzuverleiben.¹⁰⁵ Damit griff von Bülow auch Forderungen von Kolonialenthusiasten auf, deren Forderungen nach deutscher „Weltgeltung“ seit der Absetzung Reichskanzlers Otto von Bismarck immer lauter geworden waren.¹⁰⁶ Weltpolitik betreiben bedeutete nun vor allem, in der Außenpolitik kolonialistische und imperialistische Interessen gegen die Konkurrenz der anderen Großmächte durchzusetzen.¹⁰⁷ Die Ernennung Bernhard von Bülows zum Staatssekretär des Auswärtigen Amtes, die ebenfalls im Jahr 1897 erfolgte, fiel mit diesem Kurswechsel in der deutschen Außenpolitik zusammen, der sich bereits in den Jahren zuvor abgezeichnet hatte. Zwar hatte das Deutsche Reich auch vor Beginn der 1890er Jahre Kolonialpolitik betrieben,¹⁰⁸ doch die Krönung Wilhelms II. zum deutschen Kaiser 1888 läutete eine Phase deutlicher Veränderungen der außenpolitischen Prinzipien hinsichtlich eines europäischen Mächteausgleichs und des imperialistischen Vordringens Deutschlands ein. Augenfälligstes Zeichen des neuen Auftretens des Deutschen Reiches auf der politischen Weltbühne war die Forcierung der Flottenpolitik, die eine weitere Verschärfung des deutsch-britischen Antagonismus zur Folge hatte.¹⁰⁹ Ende des 19. Jahrhunderts hatten die europäischen Großmächte die Welt weitestgehend unter sich aufgeteilt. Allein im Nahen Osten, in Ostasien und in Lateinamerika rivalisierte man weiterhin um politischen und wirtschaftlichen Einfluss.¹¹⁰ Die Begehrlichkeiten des Deutschen Reiches richteten sich vorrangig auf Ostasien und den Nahen Osten.¹¹¹ Doch auch Lateinamerika war für Deutschlands imperialistische Bestrebungen mitnichten von nur geringem Belang. Als wichtiger Rohstofflieferant und Importeur von Fertigwaren war der Kontinent ein

¹⁰⁴ Fürst Bülows Reden, hrsg. von Wilhelm von Massow. Bd. 1, Leipzig 1910, S. 32-36; van Laak: Über alles in der Welt, S. 74.

¹⁰⁵ Ebenda, S. 96.

¹⁰⁶ Birthe Kundrus: *Moderne Imperialisten. Das Kaiserreich im Spiegel seiner Kolonien.* Köln, Weimar, Wien 2003, S. 2.

¹⁰⁷ Hew Strachan: *Der Erste Weltkrieg. Eine neue illustrierte Geschichte.* München 2009, S. 58f.

¹⁰⁸ In Afrika und im Pazifik hatte das Deutsche Reich 1884/85 Kolonialbesitz erworben, vgl. Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 52; van Laak: *Über alles in der Welt*, S. 66.

¹⁰⁹ Sebastian Conrad, Jürgen Osterhammel: *Einleitung.* In: dies. (Hrsg.): *Das Kaiserreich transnational*, S. 25; Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 69-72, 79f.; Clark: *Wilhelm II.*, S. 175-187.

¹¹⁰ Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 3; Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 64.

¹¹¹ Conrad: *Deutsche Kolonialgeschichte*, S. 26; Kundrus: *Moderne Imperialisten*, S. 8f.

besonders attraktiver Handelspartner und stellte daher eine bedeutende Interessensphäre des Deutschen Reiches dar. Staatssekretär von Bülow hatte sich in seiner Rede von einem „Platz an der Sonne“ auf China bezogen – aber eben auch auf Haiti. Er schloss mit den Worten:

„In Ostasien wie in Westindien werden wir bestrebt sein, getreu den Überlieferungen der deutschen Politik, ohne unnötige Schärfe, aber auch ohne Schwäche unsere Rechte und unsere Interessen zu wahren.“¹¹²

Zudem bestanden neben dem großen wirtschaftlichen Engagement durch die Auswanderungsbewegung von Deutschen seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts Verbindungen nach Lateinamerika, die über rein ökonomische Gesichtspunkte hinausreichten.¹¹³

Die Handelsbeziehungen mit Lateinamerika hatten sich seit dem frühen 19. Jahrhundert immer mehr verfestigt und waren wohl das stärkste Band, das zwischen Lateinamerika und Deutschland bestand. Bereits vor der Reichsgründung 1871 hatten sich in nahezu allen Haupt- und Hafenstädten Lateinamerikas deutsche Unternehmen und Handelshäuser niedergelassen, wobei sich vor allem die Großkaufmannschaften aus den freien Hansestädten hervortaten. Sie knüpften, ebenso wie das Königreich Preußen, ein zunächst noch kleines diplomatisches Netzwerk, welches die Grundlage für die Aufnahme diplomatischer Beziehungen des Deutschen Reiches in Lateinamerika ab 1871 bilden sollte.¹¹⁴ Mexiko war das erste Land Lateinamerikas, in dem deutsche Konsulate ihren Dienst aufnahmen.¹¹⁵ Die Initiative zur Errichtung des Konsulats war dabei von den in Mexiko D.F. ansässigen deutschen Geschäftsleuten ausgegangen.¹¹⁶ Diese Kreise waren wichtige Akteure vor Ort, da sie sowohl mit den deutschen Auslandsvertretungen sowie den Wirtschaftsgruppen im Deutschen Reich, als auch mit den deutschsprachigen Migranten in engem

¹¹² Fürst Bülows Reden, S. 36.

¹¹³ Sebastian Conrad: *Globalisierung und Nation im Deutschen Kaiserreich*. München 2006, S. 245f.

¹¹⁴ Eckardt Conze: *Das Auswärtige Amt. Vom Kaiserreich bis zur Gegenwart*. München 2013, S. 13; Bernd Schröter: *Die Anfänge der preußischen Diplomatie in Südamerika*. In: Sandra Carreras, Günther Maihold (Hrsg.): *Preußen und Lateinamerika. Im Spannungsfeld von Kommerz, Macht und Kultur*. Münster 2004, S. 93-103; Newton: *German Buenos Aires*, S. 3-7; Holger H. Herwig: *Germany's Vision of Empire in Venezuela, 1871-1914*. Princeton 1986, S. 17; Katz: *Guerra Secreta*, S. 72; Conrad: *Deutsche Kolonialgeschichte*, S. 17.

¹¹⁵ Nagel: *Ausländer in Mexiko*, S. 72.

¹¹⁶ Verena Radkau: *Relaciones Diplomáticas e Injerencia Política*. In: Birgida von Mentz, dies., Beatriz Scharrer, Guillermo Turner R. (Hrsg.): *Los pioneros del imperialismo alemán en México*. Mexiko D.F. 1992, S. 293, 326.

Austausch standen, beziehungsweise, diese zum Teil in Personalunion repräsentierten. Diese verschiedenen Akteursgruppen waren eng miteinander verflochten und Kaufmannschaft, Diplomatie und Migranten bildeten einen Dreiklang, der die Agenda der wirtschaftlichen wie auch politischen Beziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika bis zum Zweiten Weltkrieg bestimmen sollte.¹¹⁷

Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts war die Wirtschaftsleitung Deutschlands rasant gewachsen. Insbesondere der Export deutscher Industriegüter, allen voran aus der Elektro-, Chemie- und Schwerindustrie, hatte dem wirtschaftlichen Aufschwung einigen Anstoß gegeben.¹¹⁸ Dies bedeutete auch die Ausweitung der Handelsbeziehungen über die europäischen Grenzen hinaus. Nach den USA waren die lateinamerikanischen Staaten, allen voran Argentinien, Brasilien und Chile, sowie in geringerem Maße auch Mexiko, die wichtigsten Handelspartner Europas.¹¹⁹ Das galt auch für Deutschland, dessen wirtschaftliche Beziehungen mit Lateinamerika ab den 1890er Jahren eine neue Dynamik entwickelten. Bis 1914 konnte der deutsche Außenhandel in Südamerika enorme Wachstumsraten verzeichnen, die weit über denen der bereits etablierten britischen Geschäftshäuser lagen. Andere europäische Konkurrenten wie Frankreich oder Belgien konnte Deutschland deutlich hinter sich lassen.¹²⁰ Insbesondere das Geschäft mit den Primärgütern Kaffee, Getreide und Wolle lag in Südamerika bald fest in der Hand deutscher Handelshäuser.¹²¹ In Chile war besonders der Abbau von Salpeter ein bedeutender wirtschaftlicher Faktor.¹²² Deutschland war neben Großbritannien einer der Hauptabnehmer, bis die Entwicklung des Haber-Bosch-Verfahrens, welches die chemische Gewinnung von Stickstoff-Verbindungen ermöglichte, Salpeter-Importe aus Chile ab 1913 deutlich zurückgehen ließ.¹²³ Das Engagement der deutschen Wirtschaft fiel in Mexiko im Vergleich mit Südamerika bescheidener aus und beschränkte sich bis Ende des 19. Jahrhunderts auf die Förderung der Handelsbeziehungen durch die deutsche Diplomatie. Doch schon zehn Jahre später war Deutschland nach den

¹¹⁷ Vgl. zu den genannten Akteursgruppen v.a. Stefan Rinke: "Der letzte freie Kontinent": Deutsche Lateinamerikapolitik im Zeichen transnationaler Beziehungen, 1918 – 1933. 2 Bde. Stuttgart 1995.

¹¹⁸ Wolfram Fischer: Expansion – Integration – Globalisierung. Studien zur Geschichte der Weltwirtschaft. Göttingen 1998, S. 121.

¹¹⁹ Raphael: Imperiale Gewalt, S. 24; Katz: Guerra Secreta, S. 83.

¹²⁰ Dehne: Western Front, S. 15.

¹²¹ Ebenda, S. 15f.

¹²² Couyoumdijan: Chile y Gran Bretaña, S. 11.

¹²³ Simon Collier, William F. Sater: A History of Chile, 1808 – 2002. Cambridge 2004, S. 165.

USA zum zweitwichtigsten Land für mexikanische Importe und Exporte aufgestiegen.¹²⁴ Einen großen Misserfolg erlebten die Deutschen allerdings bei den Waffenexporten, einem der wichtigsten deutschen Wirtschaftszweige. Denn während Krupp mit Argentinien und Chile äußerst lukrative Geschäfte abschließen konnte, entschied sich die mexikanische Regierung unter dem Diktator Porfirio Díaz für den Ankauf französischer Waffenmodelle und bevorzugte damit Deutschlands Hauptkonkurrenten im Bereich der Rüstungsgüterexporte.¹²⁵

In den Jahrzehnten zwischen 1890 bis zum Kriegsausbruch 1914 wuchs aber nicht nur das Handelsvolumen zwischen Lateinamerika und dem Deutschen Reich rapide, sondern auch die Kapitalinvestitionen deutscher Bankhäuser in Übersee stiegen weiter an, wenngleich sie die britische Dominanz im Finanzwesen nicht ernsthaft gefährdeten.¹²⁶ Einflussreiche deutsche Bankinstitute hatte bereits in den 1880er Jahren begonnen, auf die lateinamerikanischen Kapitalmärkte zu drängen.¹²⁷ Die erste Filiale der Deutschen Überseebank (*Banco Alemán Transatlántico*), die zur Deutschen Bank gehörte, eröffnete 1886 in Buenos Aires ihre Pforten und nicht in einem der neu erworbenen deutschen Kolonialgebiete.¹²⁸ Dies entsprach einer gesamteuropäischen Tendenz, da Auslandsinvestitionen grundsätzlich eher in Südamerika getätigt wurden als etwa in den afrikanischen oder asiatischen Kolonien.¹²⁹ Auch in anderen lateinamerikanischen Staaten eröffneten sukzessive Ableger großer deutscher Geldinstitute.¹³⁰ So eröffnete 1896 die Deutsche Überseeische Bank eine Filiale in Chile, die Deutsch-Südamerikanische Bank, die zum Bankenkonsortium um die Dresdner Bank gehörte, folgte 1909.¹³¹ Letztere hatte bereits zwei Jahre zuvor, 1907, eine Filiale in Mexiko D.F. eröffnet.¹³²

Aber nicht nur deutsche Bankhäuser, auch Firmen der Großindustrie, wie zum Beispiel Siemens oder die AEG, gründeten Zweigniederlassungen in

¹²⁴ Katz: Guerra Secreta, S. 83; Nagel: Ausländer in Mexiko, S. 78.

¹²⁵ Katz: Guerra Secreta, S. 81.

¹²⁶ Boris Barth: Die deutsche Hochfinanz und die Imperialismen. Banken und Außenpolitik vor 1914. Stuttgart 1995, S. 88-101; Bernecker, Fischer: Deutschland und Lateinamerika, S. 279-286.

¹²⁷ Ebenda, S. 277f.; Katz: Guerra Secreta, S. 71-86; Hans Werner Tobler: Die mexikanische Revolution. Frankfurt a.M. 1988, S. 49f.

¹²⁸ Barth: Die deutsche Hochfinanz, S. 33.

¹²⁹ Raphael: Imperiale Gewalt, S. 24f.

¹³⁰ Nagel: Ausländer in Mexiko, S. 79f.; Couyoumdijan: Chile y Gran Bretaña, S. 42.

¹³¹ Ebenda, S. 42.

¹³² Nagel: Ausländer in Mexiko, S. 80.

Lateinamerika.¹³³ Im La Plata-Raum organisierte Siemens ab 1908 den Vertrieb von Funktechnik, die von der deutschen Telefunken produziert wurde.¹³⁴ Die noch junge Technik der drahtlosen Telegrafie wurde vom argentinischen Militär schnell übernommen, und die Telefunken erhielt einige profitable staatliche Aufträge.¹³⁵ Seit den 1890er Jahren waren Siemens und die AEG in Mexiko vertreten, wo sie vor allem am Aufbau der Elektroindustrie des Landes beteiligt waren.¹³⁶ Die deutsche Privatwirtschaft agierte bei ihren Unternehmungen in Übersee meist frei von staatlicher Kontrolle, wenngleich das Auswärtige Amt den Ausbau der Handelsbeziehungen bei Bedarf immer unterstützte.¹³⁷

Die Interessen des Deutschen Reiches in Lateinamerika waren also vorrangig ökonomischer Natur. Allerdings setzte sich erst ab etwa der Jahrhundertwende die Erkenntnis durch, dass Wirtschaftsbeziehungen allein nicht den gewünschten Grad an Einflussnahme sicherstellen konnten, und dass besonders die lateinamerikanischen Eliten auch von der Überlegenheit Deutschlands auf kulturellem und wissenschaftlichem Gebiet überzeugt werden müssten.

Bis 1900 waren die wohl erfolgreichsten immateriellen Exportgüter des Deutschen Reiches nach Lateinamerika Militärinstruktoren und Akademiker. Die in preußischem Dienst stehenden Militärs, in der Regel Offiziere, begannen ab den späten 1880er Jahren umfassende Heeresreformen in Südamerika durchzuführen.¹³⁸ Bis auf Brasilien, Peru und Uruguay, die das französische System bevorzugten, hatte sich das preußische Militärverständnis in weiten Teilen der Region durchgesetzt. Die Entsendung der Instruktoren war allerdings kein Selbstzweck an sich, traten sie doch auch als Vertreter der deutschen Industrie, namentlich der Firma Krupp, auf, deren Waffengeschäfte ebenso wie die Vermittlung der preußischen Offiziere als Experten durch das Auswärtige Amt

¹³³ Stefan Rennicke: *Siemens in Argentinien. Die Unternehmensentwicklung vom Markteintritt bis zur Enteignung 1945*. Berlin 2004, S. 48.

¹³⁴ Die Firma Telefunken war eine gemeinsame Gründung von AEG und Siemens, der deutsche Kaiser persönlich und Vertreter des deutschen Militärs hatten die beiden Firmen zu der Gründung gedrängt, vgl. Ebenda, S. 61.

¹³⁵ Ebenda.

¹³⁶ Nagel: *Ausländer in Mexiko*, S. 81; Katz: *Deutschland*, S. 130.

¹³⁷ Barth: *Die deutsche Hochfinanz*, S. 101.

¹³⁸ Bernecker, Fischer: *Deutschland und Lateinamerika*, S. 286-289; Stefan Rinke: *Eine Pickelhaube macht noch keinen Preußen: preußisch-deutsche Militärberater, „Militärethos“ und Modernisierung in Chile, 1886-1973*. In: Carreras, Maihold (Hrsg.): *Preußen und Lateinamerika*, S. 263f.; Oliver Glich: *Die deutsch-argentinischen Militärbeziehungen (1900-1945)*. In: Peter Birle (Hrsg.): *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*. Frankfurt a.M. 2010, S. 78; Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 173.

aktiv gefördert wurden.¹³⁹ Ein bekannter Exponent war der preußische Offizier Emil Körner. Körner ging als einer der ersten Reformer in den 1880er Jahren nach Chile, wo er sowohl in der chilenischen Armee Karriere machte als auch als Verbindungsmann der deutschen Rüstungsindustrie und Diplomatie eine wichtige Rolle spielte.¹⁴⁰ Die südamerikanischen Offiziere besuchten im Austausch auch Deutschland, wo sie die Vorzüge des deutschen Militärwesens aus eigener Anschauung kennenlernen sollten.¹⁴¹ Langfristig förderten die Verbindungen nach Deutschland und die kontinuierliche Einflussnahme auf das Heereswesen pro-deutsche Tendenzen innerhalb militärischer Zirkel in Südamerika, ganz besonders in Chile, Argentinien und Bolivien.¹⁴² Die Reputation der deutschen Armee war überaus hoch und die Überlegenheit der militärischen Leistungsfähigkeit des Deutschen Reiches wurde nicht angezweifelt.¹⁴³ Dieser von deutscher Seite sehr erwünschte Nebeneffekt machte sich während des Ersten Weltkrieges durchaus bemerkbar und führte zu einer offenen Parteinahme für das Deutsche Reich in weiten Teilen der chilenischen und argentinischen Armee.¹⁴⁴

Die Vermittlung von deutschen Akademikern, vor allem von Lehrern, aber auch von Professoren, die an den Universitäten eine deutsche Wissenschaftspraxis vermitteln sollten, wirkte sich ebenfalls ganz besonders stark auf das akademische Leben und den Bildungssektor in Chile und Argentinien aus. In Chile waren deutsche Pädagogen 1889 maßgeblich an der Gründung des *Instituto Pedagógico* beteiligt, das die Ausbildung von Lehrpersonal für die chilenischen Sekundarschulen professionalisierte und standardisierte.¹⁴⁵ Den entscheidenden Anstoß für die Einladung der deutschen Akademiker gab der Intellektuelle Valentín Letelier, der in den frühen 1880er Jahren als Sekretär der chilenischen Gesandtschaft einige Zeit in Berlin verbracht und dort das preußische Bildungssystem kennengelernt hatte.¹⁴⁶ Die deutsche Experten dominierten und modernisierten in den Folgejahren umfassend das Bildungswesen in Chile.¹⁴⁷

¹³⁹ Bernecker, Fischer: Deutschland und Lateinamerika, S. 286; Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 173.

¹⁴⁰ Rinke: Pickelhaube, S. 264; Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 25-28.

¹⁴¹ Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 114ff., S. 124ff.

¹⁴² Rinke: Pickelhaube, S. 267; Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 176-182.

¹⁴³ Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 180.

¹⁴⁴ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 119.

¹⁴⁵ Couyoumdjian: Chile y Gran Bretaña, S. 41.

¹⁴⁶ Letelier prägte den Ausspruch „gobnar es educar“ im Gegensatz zu dem argentinischen durch Juan Bautista Alberdi geprägten Postulat „gobnar es poblar“, vgl. Blancpain: Alemanes en Chile, S. 152; vgl. außerdem Sandra Carreras, Barbara Potthast: Eine kleine Geschichte Argentiniens. Berlin 2013, S. 104.

¹⁴⁷ Blancpain: Alemanes en Chile, S. 159.

1907 waren etwa zwei Fünftel der Bevölkerung alphabetisiert, 1920 schon gar die Hälfte, ein Erfolg, der in der öffentlichen Wahrnehmung nicht selten der deutschen Leistungsfähigkeit im Bereich der Pädagogik zugeschrieben wurde.¹⁴⁸ Auch die argentinische Regierung entschloss sich dazu, deutsche Pädagogen anzuwerben.¹⁴⁹ 1904 eröffnete in Buenos Aires unter ihrer Mitwirkung das *Instituto Nacional del Profesorado Secundario*, das, wie sein Vorgänger in Santiago, der Reform der Lehrerbildung verpflichtet war und von Deutschen geleitet wurde.¹⁵⁰ Der deutsche Einfluss auf das Bildungswesen der beiden Länder war durchaus relevant und führte besonders in den Naturwissenschaften, in Jura und Medizin zur Herausbildung positiver Einstellungen gegenüber Deutschland.¹⁵¹

Versuche indirekter Persuasion durch die planmäßig gesteuerte mediale Vermittlung eines positiven Deutschlandbildes zum Zwecke auswärtiger Kulturpropaganda waren um die Jahrhundertwende hingegen noch relativ unüblich. Weitaus üblicher waren Bemühungen, das so genannte „Auslandsdeutschtum“¹⁵² zu stärken, und so die Verbreitung der deutschen Sprache und Kultur im Ausland zu fördern.¹⁵³ Mit dem zeitgenössischen Begriff „Auslandsdeutschtum“, beziehungsweise, der Bezeichnung der Agglomerationen deutscher Migranten als „Kolonien“, verbindet sich die Vorstellung einer deutschen Nation, die sich nicht über die territorialen Grenzen des Nationalstaates definierte, sondern Zugehörigkeit zur Nation als kulturalistischen und rassistischen Essentialismus denkt, der sich wiederum stark über eine gemeinsame Sprache definiert.¹⁵⁴ Seit den frühen Anfängen der deutschen

¹⁴⁸ Collier, Sater: *History of Chile*, S. 180.

¹⁴⁹ Marcelo Caruso: Zweideutige Verweise. Preußen als Vorbild argentinischer Schulreformen unter besonderer Berücksichtigung des Projekts von Carlos Saavedra Lamas. In: Carreras, Maihold (Hrsg.): *Preußen und Lateinamerika*, S. 293-301.

¹⁵⁰ Newton: *German Buenos Aires*, S. 20-22.

¹⁵¹ Ebenda, S. 22; Collier, Sater: *History of Chile*, S. 178ff.

¹⁵² Die Begriffe „Auslandsdeutschtum“ oder „Auslandsdeutsche“ sind ideologisch stark aufgeladene Wortschöpfungen des späten 19. Jahrhunderts, die einem chauvinistischen Ultrationalismus zuzuordnen sind, weshalb sie hier in Führungszeichen gesetzt werden. Sie sind eine Zuschreibung von „außen“, die nicht notwendigerweise mit der Selbstwahrnehmung der beschriebenen Gruppen korrelierte, vgl. Barbian: *Auswärtige Kulturpolitik*, S. 15f.

¹⁵³ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 64f.; van Laak: *Über alles in der Welt*, S. 90.

¹⁵⁴ Peter Walkenhorst: *Nation – Volk – Rasse. Radikaler Nationalismus im Deutschen Kaiserreich 1890-1914*. Göttingen 2007, S. 41, 65; Conrad: *Globalisierungseffekte*, S. 410; Hobsbawm hat deutlich gemacht, wie einflussreich gerade die Verbindung von Ethnizität und Sprache bei der Bestimmung nationaler Identitäten im 19. Jahrhundert war, vgl. Eric J. Hobsbawm: *Nationen und Nationalismus. Mythos und Realität seit 1780*. Frankfurt a.M., New York 1990, S. 121-142.

Nationalbewegungen hatte die Sprache eine zentrale Rolle bei der Zuschreibung von nationalen Identitäten gespielt.¹⁵⁵ Und obwohl sich das Deutsche Reich 1871 in der kleindeutschen Lösung, also ohne Österreich, formierte, bedeutete dies nicht, dass der politische Nationalstaat nun die Grenzen der nationalen Identitäten bestimmte.¹⁵⁶ Allen voran die völkisch-alldeutsche Bewegung definierte die Zugehörigkeit zur deutschen Nation nicht über das Kriterium des Wohnortes, sondern verstand unter dem Terminus „Deutschtum“ einen vermeintlich authentischen Ausdruck des deutschen „Volkscharakters“, der stark von sozialdarwinistischer und rassistischer Ideologie geprägt war.¹⁵⁷ Man unterschied folglich die so genannten „Reichsdeutschen“, die innerhalb der Grenzen des Deutschen Reiches von 1871 lebten, von den „Auslandsdeutschen“, die, so meinte man nun, besonderer außenpolitischer Aufmerksamkeit bedurften.¹⁵⁸ „Deutschtumspflege“ bedeutete in der Regel vor allem Sprachpflege, und Sprachpflege meinte nicht weniger als die Aufrechterhaltung der deutschen Identität und eines kollektiven Zugehörigkeitsgefühl zum Deutschen Reich.¹⁵⁹ Die deutschstämmigen Migranten repräsentierten in dieser Weltsicht eine Erweiterung der Nation über die Grenzen des Staatsgebietes hinaus. Durch das Staatsangehörigkeitsgesetz von 1913 wurden diese völkisch-nationalistischen Diskurse durch das *ius sanguinis* dann zur Rechtsnorm, die die Staatsangehörigkeit nun über Abstammung definierte, so dass auch die Kinder ausgewanderter Deutscher juristisch deutsche Staatsbürger blieben.¹⁶⁰ Man glaubte, mit den Migranten über eine direkte Brücke nach Lateinamerika zu verfügen, indem die „Auslandsdeutschen“ allein durch ihre Präsenz den Lateinamerikanern ein positives, im günstigsten Fall gar nachahmenswertes Bild

¹⁵⁵ Achim Landwehr, Stefanie Stockhorst: Einführung in die Europäische Kulturgeschichte. Paderborn [u. a.] 2004, S. 187; Gerhard Weidenfeller: VDA. Verein für das Deutschtum im Ausland. Allgemeiner Deutscher Schulverein (1881-1918). Ein Beitrag zur Geschichte des deutschen Nationalismus und Imperialismus im Kaiserreich. Bern, Frankfurt a.M. 1976, S. 372f.

¹⁵⁶ Weidenfeller: VDA, S. 373.

¹⁵⁷ Conrad: Globalisierungseffekte, S. 410; Günter Hartung: Völkische Ideologie. In: Uwe Puschner, Walter Schmitz, Justus H. Ulbricht (Hrsg.): Handbuch zur »Völkischen Bewegung« 1871 – 1918. München [u. a.] 1996, S. 22-44.

¹⁵⁸ Newton: German Buenos Aires, S. 29f.; Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 1, S. 161f.

¹⁵⁹ Uwe Puschner: Die völkische Bewegung im wilhelminischen Kaiserreich. Sprache – Rasse – Religion, Darmstadt 2001, S. 29f.; Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 1, S. 64.

¹⁶⁰ Klaus J. Bade: Europa in Bewegung. Migration vom späten 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart. München 2000, S. 215; Dieter Gosewinkel: Die Nationalisierung der Staatsangehörigkeit im Deutschen Kaiserreich. In: Müller, Torp (Hrsg.): Das Deutsche Kaiserreich, S. 402.

von Deutschland vermittelten.¹⁶¹ Gleichzeitig sollte eine erfolgreiche „Deutschtumspolitik“ unter den Migranten und die damit zumindest imaginäre Ausdehnung der Nation auch positiv auf das Nationalgefühl daheim rückwirken, da sie sowohl Deutschlands Potential zur imperialistischen Großmacht als auch das beständige, unveränderliche Wesen der deutschen Identität zu bestätigen schien.¹⁶² Dieser unter Bismarck noch vernachlässigte Aspekt deutscher Weltpolitik äußerte sich unter anderem in der Förderung und Anbindung der in den meisten lateinamerikanischen Ländern bereits bestehenden deutschen Schulen an das Auswärtige Amt,¹⁶³ aber auch in der Arbeit von privaten Körperschaften wie dem Allgemeinen Deutschen Schulverein, der 1908 in Verein für das Deutschtum im Ausland umbenannt wurde.¹⁶⁴ Wichtigste Aufgabe der deutschen Schulen im Ausland waren der Spracherhalt und die Vermittlung einer deutschen Identität, welche die Assimilierung der Migranten in die Gesellschaft ihrer neuen Heimat verhindern sollten.¹⁶⁵ Die deutsche Auswanderung in die USA galt insofern als Negativbeispiel, da sich die Auswanderer dort, auch bedingt durch das einfachere Erlernen der englischen Sprache, in der Regel besonders schnell integrierten.¹⁶⁶ Nicht zuletzt auch die Kirchen, allen voran die protestantischen Institutionen, stellten ihren Dienst in die Aufrechterhaltung des „Deutschtums“ in Lateinamerika, wobei zum Beispiel die Errichtung und Leitung von Schulen oft in den kirchlichen Zuständigkeitsbereich fielen.¹⁶⁷

Gefördert wurde die „Deutschtumspolitik“ in Lateinamerika auch durch ein immer präsenter werdendes Vereinswesen, das sich ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in vorrangig bürgerlichen Kreisen herauszubilden begann.¹⁶⁸ Die

¹⁶¹ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 1, S. 64.

¹⁶² Barbian: *Auswärtige Kulturpolitik*, S. 46, 57f.; van Laak: *Über alles in der Welt*, S. 90; Hobsbawm: *Nationen und Nationalismus*, S. 50, 122; Conrad: *Deutsche Kolonialgeschichte*, S. 20; Conrad: *Globalisierungseffekte*, S. 41 ff.; Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 5.

¹⁶³ Herwig: *Germany's Vision*, S. 52f.

¹⁶⁴ Barbian: *Auswärtige Kulturpolitik*, S. 48, 62; Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 186ff., 296ff.; Puschner: *Die völkische Bewegung*, S. 107; Walkenhorst: *Radikaler Nationalismus*, S. 64-68.

¹⁶⁵ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 1, S. 186-219.

¹⁶⁶ Fulwider: *German Propaganda*, S. 6.

¹⁶⁷ Barbian: *Auswärtige Kulturpolitik*, S. 62; Werle: *Deutsche Kulturarbeit*, S. 197-221.

¹⁶⁸ Rüdiger vom Bruch: *Weltpolitik als Kulturmission. Auswärtige Kulturpolitik und Bildungsbürgertum in Deutschland am Vorabend des Ersten Weltkrieges*. Paderborn [u. a.] 1982, S. 30f., 121; Klaus J. Bade: *Friedrich Fabri und der Imperialismus in der Bismarckzeit. Revolution, Depression, Expansion*. Freiburg i. Br. 1975, S. 136-189; Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 1, S. 26; Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 23. Eine umfassende Darstellung der deutschen Auslandsvereine im Deutschen Kaiserreich bietet Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*. Zum ibero-amerikanischen Raum vgl. insb. Bd. 2, S. 757-816.

frühesten Gründungen, noch zu Zeiten Bismarcks, zielten auf die imperialistische Expansion des Deutschen Reiches und den Erwerb von Kolonien ab, wobei Handelsinteressen ebenso im Zentrum standen wie die Nutzbarmachung der deutschen Migranten für Ziele nationalistischer Großmachtpolitik.¹⁶⁹ Auswanderung wurde als Mittel der Kolonialisierung in der Regel begrüßt und sollte, ganz besonders auch in Südamerika, gefördert werden.¹⁷⁰ Der ultranationalistische und völkische Alldeutsche Verband ging dabei so weit, bereits über eine Aufteilung des lateinamerikanischen Kontinents unter den Großmächten nach afrikanischem Vorbild zu fantasieren, wobei dem Deutschen Reich der *Cono Sur* mit Südbrasilien zufallen sollte.¹⁷¹ Propaganda im Sinne von Öffentlichkeitsarbeit spielte in der Organisation dieser Vereine bereits eine wichtige Rolle, wobei diese zunächst hauptsächlich politische Einflussnahme auf den Reichstag bezweckte und auf Wirtschafts- und Finanzkreise innerhalb Deutschlands einzuwirken suchte.¹⁷²

Die rapide Zunahme der Gründung derartiger Interessenverbände stellte eine Besonderheit des öffentlichen Lebens im Kaiserreich dar.¹⁷³ Sowohl Kolonialismus als auch Imperialismus wurden folglich nicht allein von staatlichen Stellen oder Wirtschaftskreisen getragen, sondern mobilisierten auch ein selbstbewusst auftretendes Bürgertum, das im Vereinsleben seine Organisationsform fand.¹⁷⁴ Im Prinzip stellte das Vereinswesen somit die Institutionalisierung der kolonialistischen, beziehungsweise imperialistischen Diskurse dar, die etwa seit der Reichsgründung in Deutschland zirkulierten und stark auf die koloniale Expansion Großbritanniens und Frankreichs Bezug nahmen. Dabei ging es trotz aller nationalistischer Rhetorik nicht allein um nationale Gefühle, sondern auch um ökonomisches Kalkül:

„Die Pflege der völkischen Beziehungen knüpft an das Vorhandensein deutschsprachiger Siedlungen und Kolonien in gewissen Teilen und Orten Südamerikas an, und zwar ist hierbei weniger an die Erhaltung des Deutschtums an sich gedacht, als vielmehr an seine Verwertung im Sinne unserer kulturpolitischen und demnach auch wirtschaftspolitischen Ziele.“¹⁷⁵

¹⁶⁹ Bade: Friedrich Fabri, S. 137f.

¹⁷⁰ Ebenda, S. 198, 357.

¹⁷¹ Katz: Deutschland, S. 92.

¹⁷² Bade: Friedrich Fabri, S. 156-189.

¹⁷³ Rainer Hering: Konstruierte Nation. Der Alldeutsche Verband 1890 bis 1939. Hamburg 2003, S. 89-95.

¹⁷⁴ van Laak: Über alles in der Welt, S. 64, 96; Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 1, S. 75ff.; Kundrus: Weiblicher Kulturimperialismus, S. 213-235.

¹⁷⁵ Gast: Deutschland und Südamerika, S. 37.

Die Forcierung der „Deutschumpolitik“ führte jedoch nicht dazu, dass sich die deutschsprachigen Migranten einheitlich von dieser angesprochen oder ohne weiteres der deutschen Nation zugehörig fühlten, denn dafür waren die Migrantengruppen in vielerlei Hinsicht zu heterogen.¹⁷⁶ Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts hatten viele deutsche Auswanderer Europa den Rücken gekehrt, um ihr Glück in Übersee zu suchen.¹⁷⁷ Die USA nahmen die meisten Migranten auf, aber auch Brasilien, Argentinien und Chile waren beliebte Einwanderungsländer.¹⁷⁸ In Buenos Aires lebten um 1914 schätzungsweise 30.000 deutschstämmige Einwanderer.¹⁷⁹ Gegen Ende des 19. Jahrhunderts stieg dort die deutsche Einwanderung von Facharbeitern und kleinen Händlern an. Hinzu kam die bald die Migration von Geschäftsmännern, Technikern und Experten, zu denen zum Beispiel die Militäarinstrukteure und Pädagogen zu rechnen sind.¹⁸⁰ Gerade diese Gruppen ließen sich meist in den großen Städten nieder, wobei die höher ausgebildeten Migranten grundsätzlich keinen lebenslangen Wechsel des Wohnortes anstrebten.¹⁸¹ Sie verstanden sich als „Reichsdeutsche“, waren in Deutschland geboren und ihr Aufenthalt in Lateinamerika sollte nur eine temporäre Station in ihrer Biographie darstellen.¹⁸² Diese Unterscheidung von sozial meist bessergestellten „Reichsdeutschen“ und den meist als Handwerkern oder Landwirten arbeitenden „Auslandsdeutschen“ ist charakteristisch für die deutschen Gemeinden in Lateinamerika.¹⁸³ In Chile belief sich die Zahl der Einwanderer auf schätzungsweise 20.000 Personen, die sich vorrangig im südlichen Seengebiet ansiedelten.¹⁸⁴ Dort, im chilenischen Seengebiet südlich des Bio-Bio, trugen die ersten deutschen Auswanderer im 19.

¹⁷⁶ Barbian: Auswärtige Kulturpolitik, S. 16; Rinke: Reconstruction of National Identity, S. 161.

¹⁷⁷ Walther L. Bernecker, Thomas Fischer: Deutsche in Lateinamerika. In: Klaus J. Bade (Hrsg.): Deutsche im Ausland – Fremde in Deutschland. Migration in Geschichte und Gegenwart. München 1992, S. 197f.

¹⁷⁸ Carreras, Potthast: Kleine Geschichte Argentinens, S. 106; Luebke: Germans in Brazil, S. 24. Zur deutschen Einwanderung nach Lateinamerika allgemein vgl. u. a. Hans Werner Tobler, Peter Waldmann: German Colonies in South America: A New Germany in the Cono Sur? In: Journal of Interamerican Studies and World Affairs Bd. 22, H. 2 (1980), S. 227-245; Bernecker, Fischer: Deutsche in Lateinamerika, S. 205; George F.W. Young: Germans in Chile. Immigration and Colonization, 1849-1914. New York 1974, S. 1-18.

¹⁷⁹ Newton: German Buenos Aires, S. xiv.

¹⁸⁰ Ebenda, S. xiif.

¹⁸¹ Ebenda, S. xiii.; Young: Germans in Chile, S. 13.

¹⁸² Newton: German Buenos Aires, S. 29.

¹⁸³ Diese Differenzierung findet sich in vielen Studien zur deutschen Migrationsgeschichte in Lateinamerika, vgl. u. a. Newton: German Buenos Aires, S. xiii.; Young: Germans in Chile, S. 13.

¹⁸⁴ Ojeda-Ebert: Deutsche Einwanderung, S. 42.

Jahrhundert maßgeblich zur Industrialisierung und Urbanisierung der Region bei.¹⁸⁵ Die zahlenmäßig größte Gruppe in Lateinamerika lebte in Brasilien, wobei sich der Großteil der Migranten auch hier im Süden des Landes niedergelassen hatte. Allein im brasilianischen Bundesstaat Santa Catarina wurden 1914 circa 100.000 Deutschstämmige gezählt.¹⁸⁶ Mexiko stellte hingegen kein klassisches Einwanderungsland dar. Die deutsche Gemeinde war hier sehr viel kleiner als in den Ländern Südamerikas und umfasste 1910 nur etwa 2500 Personen, von denen mehr als die Hälfte im *Distrito Federal* (D.F.) lebten.¹⁸⁷ Dennoch entfaltete sich ein äußerst reges Gemeindeleben, zu dem seit den 1870er Jahren, wie auch bei den anderen deutschsprachigen Gruppen Lateinamerikas, eine eigene deutschsprachige Presse gehörte.¹⁸⁸ Journalistische Beiträge dieser Presseorgane, wie der *Deutschen Zeitung für Mexiko* (DZM) oder der argentinischen *Deutschen La Plata Zeitung* (DLPZ), wurden durchaus auch in Deutschland rezipiert und einzelne Artikel übernommen, wenn es darum ging, die Leserschaft in Deutschland über Ereignisse in Lateinamerika zu informieren.¹⁸⁹ Die deutschen Gemeinden in Mittelamerika waren, wie in Mexiko, klein und setzten sich vor allem aus Vertretern deutscher Handelshäuser, oftmals auch Besitzern von Kaffeeplantagen, zusammen.¹⁹⁰ Ähnlich verhielt es sich in Kolumbien und Venezuela, wo ich die deutschen Gemeinschaften zumeist aus Unternehmern und ihren Familien zusammensetzte.

Die „Deutschtumpflege“ bezog sich in erster Linie zwar auf diejenigen deutschen Migranten, die sich permanent im Ausland niederließen, schloss aber zum Beispiel Vertreter deutscher Unternehmen, also „Reichsdeutsche“, nicht zwangsläufig aus, sondern verstand auch diese als Repräsentanten und Multiplikatoren des „deutschen Gedankens in der Welt.“¹⁹¹ Die Realitäten vor Ort waren allerdings sehr viel heterogener und komplexer als es aus der Perspektive des Deutschen Reiches scheinen mochte. Die höhere, meist urbane Klasse der Deutschen verstand sich zwar als Sprecher einer als Einheit imaginierten Gruppe, im Sinne des zeitgenössischen Sprachgebrauches der „Kolonie“, aber sowohl die

¹⁸⁵ Ebenda, S. 46.

¹⁸⁶ Bernecker, Fischer: Deutsche in Lateinamerika, S. 205

¹⁸⁷ Katz: Guerra Secreta, S. 71; Nagel: Ausländer in Mexiko, S. 176.

¹⁸⁸ Nagel: Ausländer in Mexiko, S. 176-191.

¹⁸⁹ Thomas Baecker Die deutsche Mexikopolitik 1913/1914. Berlin 1971, S. 46.

¹⁹⁰ Vega Jiménez: Guerra, S. 33.

¹⁹¹ Paul Rohrbach prägte die Phrase vom „deutschen Gedanken in der Welt“ in seinem gleichnamigen Hauptwerk von 1912. Seinen Vorstellungen eines „ethischen Imperialismus“ entsprechend trat Rohrbach für eine Förderung der Kulturpolitik und die weltweite Ausbreitung eines essentialistisch gedachten „deutschen Geistes“ ein, vgl. Paul Rohrbach: Der deutsche Gedanke in der Welt. Leipzig 1912, insbes. S. 217-250.

soziale Stratifikation unter den deutschsprachigen Migrant*innen als auch Differenzen in der religiösen Zugehörigkeit von Protestanten, Katholiken und Juden, der politischen Überzeugungen oder der regionalen Herkunft der Migrant*innen bestimmten das Selbstverständnis der Auswanderer entscheidend mit.¹⁹² Die Homogenisierung der Gruppe unter dem Schlagwort „Auslandsdeutsche“ markiert einen Aspekt des imperialistischen Denksystems des Kaiserreiches ab Ende des 19. Jahrhunderts, wobei sich dieses in Reziprozität mit der tatsächlichen weltpolitischen Expansion Deutschlands formierte und durch die intensivierte „Deutschtumspolitik“ zumindest teilweise auch auf die kollektive Identität der Migrantengruppen zurückwirkte.¹⁹³

Die hier angesprochenen Punkte, die Intensivierung der Handels- und Finanzbeziehungen zwischen dem Deutschen Kaiserreich und Lateinamerika, der insbesondere in Südamerika bedeutsame Aspekt der Kooperation im Militär- und Bildungswesen und nicht zuletzt die Wiederentdeckung der deutschstämmigen Migrant*innen und der Versuch ihrer Instrumentalisierung für die weitere Vertiefung der deutschen Einflussnahme in Wirtschaft und Politik, zeigen, welche Relevanz Lateinamerika in der außenpolitischen Konzeption deutscher Weltmachtspolitik ab den 1890er Jahren besaß. Verdeutlicht wird dies auch an der steigenden Anzahl zeitgenössischer Publikationen und Vereinsgründungen bezüglich Lateinamerikas im Deutschen Reich seit der Jahrhundertwende. Diese können als Indikator dafür gelten, wie stark das öffentliche Interesse an der Region in den Jahren bis zum Ausbruch des Ersten Weltkrieges zunahm.¹⁹⁴

Deutschlands weltpolitische Ambitionen in Lateinamerika blieben jedoch nicht ohne Widerstände. Ganz besonders Großbritannien fühlte sich durch die zunehmende deutsche Präsenz in Übersee herausgefordert und in seiner Vormachtstellung bedroht. Lateinamerika wurde von England seit Beginn des 19. Jahrhunderts als Interessensphäre wahrgenommen, die Ausweitung des deutschen Handels stellte nun eine unliebsame Konkurrenz dar.¹⁹⁵ Neben Großbritannien spielte spätestens seit dem Spanisch-Amerikanischen Krieg 1898 eine weitere Großmacht eine wichtige Rolle auf dem Kontinent: die Vereinigten Staaten von Amerika. Lateinamerika geriet immer stärker unter US-amerikanischen Einfluss,

¹⁹² Stefan Rinke: Export einer politischen Kultur. Auslandsdeutsche in Lateinamerika und die Weimarer Republik. In: Stefan Karlen, Andreas Wimmer (Hrsg.): "Integration und Transformation". Ethnische Gemeinschaften, Staat und Weltwirtschaft in Lateinamerika seit ca. 1850. Stuttgart 1996, S. 353-380; Rinke: German Minorities, S. 166f.

¹⁹³ Barbian: Auswärtige Kulturpolitik, S. 45.

¹⁹⁴ Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 2, S. 757-816; Katz: Deutschland, S. 92.

¹⁹⁵ Dehne: Western Front, S. 18-29.

zudem gebärdete sich der Imperialismus der USA zunehmend aggressiv.¹⁹⁶ Das Deutsche Reich versuchte, seine wirtschaftlichen wie politischen Ziele in Lateinamerika gegen diese Rivalen durchzusetzen. Frankreich wurde von Deutschland auf ökonomischem Gebiet relativ schnell überholt, eine Ausnahme blieb jedoch der Absatz von Rüstungsgütern, wo Frankreich weiterhin dominierte.¹⁹⁷ Für die Eliten Lateinamerikas blieb Frankreich zudem ein wichtiger intellektueller Bezugspunkt und kulturelles Modell.¹⁹⁸ Dem hatte das Deutsche Reich relativ wenig entgegenzusetzen. Primärer Konfliktpunkt blieb aber die wirtschaftliche und machtpolitische Konkurrenz der Großmächte. Es galt somit auch in den Vorkriegsjahren schon, was 1915 dann folgendermaßen formuliert wurde: „Südamerika [...] ist die schöne Helena unserer weltwirtschaftlichen Zeit geworden. Alle Handels- und Industrievölker der Erde bewundern ihre Reize und suchen ihre Gunst.“¹⁹⁹

1.1.2 RIVALITÄTEN UND KONKURRENZ: DIE GROßMÄCHTE IN LATEINAMERIKA

Seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert spitzten sich die Handelsrivalitäten zwischen Großbritannien und Deutschland zu und die Konkurrenz mündete in einen Rüstungswettlauf.²⁰⁰ Die Flottenpolitik Wilhelms II. wurde durch die einflussreichen Werke Alfred Thayer Mahans, allen voran *The Influence of Sea Power upon History*, deutlich geprägt.²⁰¹ Mahan zufolge würde sich in der Geschichte der Menschheit immer diejenige Großmacht über andere durchsetzen, der es gelänge, die effektive Kontrolle über die Weltmeere zu erlangen. Hauptgegenspieler Deutschlands musste vor dieser Kulisse Großbritannien sein, denn zur See war England unangefochten die Supermacht des 19. Jahrhunderts.²⁰² Wirtschaftlicher Wettstreit und Aufrüstung belasteten die deutsch-englischen Beziehungen in den Vorkriegsjahren deutlich. Verschärft wurde diese Konkurrenz auch von der medialen Polemik in beiden Staaten. Dominik Geppert

¹⁹⁶ Stefan Rinke: Lateinamerika und die USA: Eine Geschichte zwischen Räumen – von der Kolonialzeit bis heute. Darmstadt 2012, S. 54-62.

¹⁹⁷ Katz: *Guerra Secreta*, S. 81; Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 134-137.

¹⁹⁸ Denis Rolland: *L'Amérique latine et la France. Acteurs et réseaux d'une relation culturelle*. Rennes 2011, S. 27f.

¹⁹⁹ Gast: *Deutschland und Südamerika*, S. 5.

²⁰⁰ Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 20f.

²⁰¹ Christopher Clark: *Wilhelm II. Die Herrschaft des letzten deutschen Kaisers*, München 2009, S. 177.

²⁰² Osterhammel: *Die Verwandlung der Welt*, S. 650f.

hat diesbezüglich gar von „Pressekriegen“ zwischen Deutschland und Großbritannien gesprochen.²⁰³ Die tendenziöse Berichterstattung in beiden Staaten führte dazu, dass die Rivalitäten von den jeweiligen Öffentlichkeiten mitunter schärfer wahrgenommen wurden, als sie den tagespolitischen Realitäten tatsächlich entsprachen, während sich gleichzeitig bereits nationale Stereotype, also Eigen- und Fremdbilder, medial präformierten, die nach Kriegsausbruch zu antithetischen Feindbildern stilisiert wurden.²⁰⁴

In Südamerika manifestierte sich der deutsch-britische Antagonismus vor allem als scharfe Handelskonkurrenz.²⁰⁵ Das ganze 19. Jahrhundert hindurch hatte Großbritannien deutlich die lateinamerikanischen Märkte dominiert und ganz besonders in Argentinien und Chile seinen Einfluss geltend gemacht. Zwar übten die Briten keine politische Kontrolle in den beiden Ländern aus, seit der Besetzung von Buenos Aires in den Jahren 1806 und 1807 aber hatte es immer wieder Versuche gegeben, in die innenpolitischen Angelegenheiten des Landes, etwa durch militärische Blockaden der Hafenstadt, einzugreifen und auf die politischen Entscheidungsinstanzen Druck auszuüben.²⁰⁶ Die Haltung Argentiniens gegenüber Großbritannien war dementsprechend auch von Misstrauen geprägt. Ähnlich verhielt es sich mit Chile.²⁰⁷

Deutschland konnte Großbritannien bis 1914 insgesamt zwar nicht überholen, verzeichnete in Relation zu den Briten aber größere Wachstumsraten, welche die englischen Diplomaten und Kaufleute zunehmend beunruhigten.²⁰⁸ In Mexiko hingegen waren die USA der größte Rivale des Deutschen Reiches. Sie führten dort im Bereich der Exporte das Feld an.²⁰⁹ Wichtigster Kapitalgeber blieb vorerst England, wengleich sowohl Deutschland als auch Frankreich und die USA seit der Jahrhundertwende langsam aufzuholen begannen.²¹⁰

Die Rivalitäten zwischen den Großmächten äußerten sich aber nicht nur auf rein wirtschaftlicher Ebene. Die so genannte „Kanonenbootdiplomatie“ war eine Strategie auswärtiger Politik, die von allen Nationen mit imperialistischen Ansprüchen mehr oder weniger ausgeprägt praktiziert wurde. Der Einsatz

²⁰³ Geppert: *Pressekriege*, S. 29ff.

²⁰⁴ Ebenda, S. 125-132; Martin Schramm: *Das Deutschlandbild in der britischen Presse 1912-1919*. Berlin 2007, S. 46ff.

²⁰⁵ Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña*, S. 41; Dehne: *Western Front*, S. 9.

²⁰⁶ Michael W. Doyle: *Empires*. Ithaca, London 1986.

²⁰⁷ Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña*, S. 44-48.

²⁰⁸ Dehne: *Western Front*, S. 9; Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña*, S. 41ff.

²⁰⁹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 77, 83.

²¹⁰ Fischer: *Expansion – Integration – Globalisierung*, S. 89-100.

militärischer Machtmittel vor den Küsten Lateinamerikas sollte zum einen den „schwachen“ lateinamerikanischen Staaten gegenüber Dominanz demonstrieren, und zum anderen der Konkurrenz gegenüber die eigene Stärke aufzeigen, um Machtansprüche geltend zu machen. Ein berühmtes Beispiel für die Intervention der deutschen Flotte in einem lateinamerikanischen Staat war die Venezuelakrise 1902/03, bei der das Deutsche Reich und Großbritannien zunächst noch in einer gemeinsam konzertierten Aktion angetreten waren.²¹¹ Der Krise war die Weigerung des venezolanischen Präsidenten Cipriano Castro vorausgegangen, die Schuldentilgung seines Landes fortzusetzen. Betroffen von Castros gezielter Provokation waren vor allem Deutschland, Großbritannien und Italien.²¹² Gerade das Deutsche Reich hatte in Venezuela wichtige Investitionsprojekte, allen voran den Bau einer Eisenbahnstrecke, welcher nicht nur von einer deutschen Bank finanziert, sondern auch von der Firma Krupp durchgeführt wurde.²¹³ Konfliktverschärfend kam hinzu, dass bestimmten Kreisen der deutschen Marine aus geostrategischen Erwägungen die Sicherung eines Flottenstützpunktes im Karibikraum als Gegengewicht zu den USA mehr als wünschenswert erschien, so dass ihnen die militärische Intervention in Venezuela nicht ungelegen kam.²¹⁴ Ende Dezember 1902 blockierten deutsche, britische und italienische Flottengeschwader in einer gemeinsam koordinierten Strafaktion die venezolanische Küste. In der Folgezeit ging die deutsche Marine mit äußerster Brutalität vor, was auch der englischen und US-amerikanischen Presse nicht verborgen blieb. Nachdem einige kritische Artikel hierzu erschienen waren, zog sich Großbritannien aus dem Unternehmen zurück.²¹⁵ Präsident Castro hatte mittlerweile die Vereinigten Staaten um diplomatische Unterstützung in dem Konflikt gebeten. Die USA hatten der Aktion der europäischen Großmächte von Anfang an kritisch gegenübergestanden, da sie die Prinzipien der Monroe Doktrin von 1823 verletzte. Jedwede Form europäischer Einmischung in amerikanische Angelegenheiten im Norden wie im Süden sollte unterbunden und die nationale Autonomie der Republiken gewahrt werden. Die USA nutzten die Gunst der Stunde und traten in der Venezuelakrise als Schutzmacht der südlichen

²¹¹ Rinke: *Lateinamerika und die USA*, S. 60f.

²¹² Herwig: *Germany's Vision*, S. 80; Fiebig-von Haase: *Lateinamerika als Konfliktherd*, Bd. 2, S. 846.

²¹³ Herwig: *Germany's Vision*, S. 33-41.

²¹⁴ Fiebig-von Haase: *Lateinamerika als Konfliktherd*, Bd. 1, S. 447-472.

²¹⁵ Otto Hammann: *Deutsche Weltpolitik 1890-1912*. Berlin 1925, S. 118; Fiebig-von Haase: *Lateinamerika als Konfliktherd*, Bd. 2, S. 1059; Herwig: *Germany's Vision*, S. 227f.

Hemisphäre auf. Durch ihre Vermittlung konnte der Konflikt im Februar 1903 beigelegt werden.²¹⁶

Die Venezuelakrise besiegelte das Scheitern einer möglichen Annäherung zwischen Großbritannien und dem Deutschen Reich. England setzte künftig auf Kooperation mit den USA, so dass ein gemeinsames außenpolitisches Handeln, das sowohl den Interessen Deutschlands als auch Englands gedient hätte, in weite Ferne rückte. Der deutsch-englische Antagonismus schien unüberwindbar.²¹⁷ Die USA hingegen hatten abermals bewiesen, dass sie in der Region die führende Hegemonialmacht waren. Seit dem Spanisch-Amerikanischen Krieg 1898, bei dem Spanien seine letzten Kolonien Kuba, die Philippinen und Guam an die USA verloren hatte, generierte sich der „Koloss des Nordens“²¹⁸ immer deutlicher als imperialistischer Potentat in der Region, ganz besonders in Mittelamerika und der Karibik.²¹⁹ Nach dem Sieg der USA gegen Spanien wurde auch Deutschland dem neuen, geopolitischen Einfluss der Vereinigten Staaten gewahr, dem gegenüber man sich nun positionieren musste. Allerdings verhielt sich die deutsche Außenpolitik gegenüber den USA recht ambivalent. So suchte Deutschland einerseits immer wieder den Schulterchluss sowie wirtschaftliche Kooperation mit den Vereinigten Staaten, andererseits provozierte Deutschland die US-Amerikaner immer wieder. So zum Beispiel in der so genannten „Ypiranga-Affäre“, die zur Besetzung des mexikanischen Hafens Veracruz im April 1914 durch die US-Marine führte. Ein Schiff der deutschen Reederei HAPAG hatte versucht, das Waffenembargo der USA gegen Mexiko zu umgehen, um Maschinengewehre an die Armee Victoriano Huertas zu liefern.²²⁰ Dies war ein eindeutiger Affront gegen die Vereinigten Staaten, die sich zu diesem Zeitpunkt bereits von Huerta abgewandt hatten.²²¹ Die daraufhin folgende Besetzung von Veracruz war aber auch Teil des imperialistischen Gebarens der USA in Mittelamerika und strategische Kanonenbootdiplomatie.²²²

²¹⁶ Rinke: Lateinamerika und die USA, S. 60.

²¹⁷ Herwig: Germany's Vision, S. 230ff.; Fiebig-von Haase: Lateinamerika als Konfliktherd, Bd. 2, S. 1074.

²¹⁸ Die Bezeichnung „Koloss des Nordens“ für die Vereinigten Staaten wurde durch den uruguayischen Intellektuellen und Publizisten José Enrique Rodó in seinem einflussreichen Essay *Ariel* geprägt, vgl. Verónica Saunero-Ward: *Spanish American Essay*. In: Tracy Chevalier (Hrsg.): *Encyclopedia of the Essay*. Chicago, London 1997, S. 801.

²¹⁹ Rinke: Lateinamerika und die USA, S. 54-62.

²²⁰ Nagel: *Ausländer in Mexiko*, S. 84.

²²¹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 271-277.

²²² Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 52f.

1.1.3 AUSWÄRTIGE KULTUR- UND WIRTSCHAFTSPOLITIK IM ZEITALTER DES IMPERIALISMUS: PANLATINISMUS UND PANAMERIKANISMUS ALS HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE DEUTSCHE KULTURARBEIT IN LATEINAMERIKA

Die Begriffe Panlatinismus und Panamerikanismus begannen sich ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts herauszubilden und stehen mit zwei imperialistischen Projekten in Lateinamerika in Zusammenhang. Sowohl Frankreich als auch die USA versuchten nach dem Rückzug der alten Kolonialmacht Spanien als neuer Hegemon auf dem Kontinent aufzutreten.²²³ Unter Napoleon III. richteten sich Frankreichs außenpolitische Bestrebungen verstärkt nach Übersee. Im wortwörtlichen Sinne bezeichnend für das wachsende Interesse der französischen Großmachtspolitik war das Aufkommen des geographischen Namens Lateinamerika (frz. *Amérique Latine*) für den südlichen Kontinent, der sich in den Diskursen der panlatinischen Strömung unter französischen Intellektuellen und Publizisten herausgebildet hatte.²²⁴ Latinität (frz. *latinité*) bezeichnet demnach ein essentialistisches Identitätskonzept, das die kulturelle Verwandtschaft aller „Romanen“ aufgrund ihrer Sprache, gemeinsamen Religionszugehörigkeit zum Katholizismus und historischen Tradition behauptet.²²⁵ In Bezug auf Lateinamerika bedeutete das die Einbeziehung aller romanisch-sprachigen Länder, also auch Brasiliens. Dabei war der verwendete Kulturbegriff auch von den Rassentheorien der Zeit beeinflusst und ließ sich nicht immer eindeutig von diesen Biologismen differenzieren.²²⁶ In Abgrenzung zur ebenfalls als homogener Block imaginierten „angelsächsisch-germanischen“ Kultur wurden durch panlatine Schriften bereits bestimmte Stereotype geprägt, die bis weit in das 20.

²²³ Ursula Prutsch: Inter-Amerikanismus, Panamerikanismus. Genese – Wahrnehmungen – Konstruktionen. 1850-1930. In: Ursula Lehmkuhl, Stefan Rinke (Hrsg.): Amerika – Amerikas: Zur Geschichte eines Namens von 1507 bis zur Gegenwart. Stuttgart 2008, S. 132-143.

²²⁴ Ebenda, S. 132; Frank Ibold: Die Erfindung Lateinamerikas: Die Idee der Latinité im Frankreich des 19. Jahrhunderts und ihre Auswirkungen auf die Eigenwahrnehmung des Südlichen Amerika. In: Hans-Joachim König, Stefan Rinke (Hrsg.): Transatlantische Perzeptionen: Lateinamerika – USA – Europa in Geschichte und Gegenwart. Stuttgart 1998, S. 81.

²²⁵ Ebenda; Käthe Panick: La Race Latine. Politischer Romanismus im Frankreich des 19. Jahrhunderts. Bonn 1978, S. 12f. Panick grenzt den kulturellen vom politischen Romanismus ab, da letzterer sich in konkreten innen- wie auch außenpolitischen Projekten Frankreichs manifestierte, vgl. Ebenda, S. 13.

²²⁶ Maïke Thier: A World Apart, a Race Apart? In: Axel Körner, Nicola Miller, Adam I.P. Smith (Hrsg.): America Imagined. Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America. New York 2012, S. 163; Panick: La Race Latine, S. 11f.

Jahrhundert überdauern sollten.²²⁷ So wurden die Vereinigten Staaten als utilitaristisch und materialistisch charakterisiert und ihnen mangelnde Kultiviertheit und Spiritualität vorgeworfen.²²⁸ Mit der französischen Intervention in Mexiko (1861–1867) versuchte die Monarchie unter Kaiser Napoleon III. dann ihre imperialistischen Ansprüche an Lateinamerika auch Realität werden zu lassen.²²⁹ Begleitet wurde die militärische Intervention auch von Propagandainitiativen, deren wichtigste Botschaft das Postulat einer geteilten kollektiven Identität aller „latinen Völker“ unter der paternalistischen Führung Frankreichs war.²³⁰

Der Panlatinismus, beziehungsweise, die Idee einer kollektiven, transnationalen lateinamerikanischen Identität, wurde aber nicht nur von außen auf den Kontinent projiziert. Wie Jens Streckert jüngst in seiner umfassenden Untersuchung zur lateinamerikanischen Gemeinschaft in Paris gezeigt hat, wurde die französische Hauptstadt zu einem Begegnungsort lateinamerikanischer Intellektueller und Eliten, der die Herausbildung einer geteilten kollektiven Identität weiter beförderte.²³¹ Für die Verbreitung des Konzeptes der Latinität war Paris daher ein zentraler Ort des kulturellen und ideologischen Transfers, sowohl zwischen Frankreich und Lateinamerika als auch zwischen den lateinamerikanischen Nationen untereinander.²³² Seit dem frühen 19. Jahrhundert hatte die Metropole Intellektuelle aus der ganzen Welt angezogen und für junge Männer aus den lateinamerikanischen Oberschichten war eine Bildungsreise nach Paris geradezu obligatorisch.²³³ Auch nach dem Ende des Kaiserreiches stand die Dritte Französische Republik in der Vorstellung vieler Lateinamerikaner neben Großbritannien für die Werte und Errungenschaften der „westlichen Zivilisation“, der sie sich auch zugehörig fühlten.²³⁴ Das republikanische Staatsmodell und das humanistische Erbe der Französischen Revolution wurden für progressiv-liberale Lateinamerikaner zu einem Vorbild, an dem es sich zu orientieren galt.²³⁵

²²⁷ Thier: *A World Apart*, S. 162.

²²⁸ Prutsch: *Inter-Amerikanismus*, S. 132.

²²⁹ Thier: *A World Apart*, S. 179; Panick: *La Race Latine*, S. 182–208.

²³⁰ Ibold: *Die Erfindung Lateinamerikas*, S. 83; Thier: *A World Apart*, S. 178ff.

²³¹ Jens Streckert: *Die Hauptstadt Lateinamerikas. Eine Geschichte der Lateinamerikaner im Paris der Dritten Republik (1870–1940)*. Köln 2013, S. 298–301.

²³² Esther Aillón Soria: *La política cultural de Francia en la génesis y difusión del concepto L'Amérique Latine, 1860-1930*. In: Aimer Granados, Carlos Marichal (Hrsg.): *Construcción des las identidades latinoamericanas. Ensayos de historia intelectual siglos XIX y XX*. Mexico D.F. 2004, S. 72.

²³³ Schöllgen: *Zeitalter des Imperialismus*, S. 7.

²³⁴ Rolland: *L'Amérique latine*, S. 34ff.; Lazaros Miliopoulos: *Atlantische Zivilisation und transatlantisches Verhältnis. Politische Idee und Wirklichkeit*. Wiesbaden 2007, S. 108ff.

²³⁵ Osterhammel: *Verwandlung der Welt*, S. 348, 896f.

Französische Literatur, Kunst und Musik galten vielen lateinamerikanischen Künstlern als Vorbilder und parnassianische wie auch symbolistische Einflüsse lassen sich in der literarischen Bewegung des *Modernismo* nachweisen, die Ende des 19. Jahrhunderts in Lateinamerika aufkam.²³⁶ Positivismus, Determinismus und Rassentheorien gehörten allerdings ebenfalls zu den einflussreichen Denkgewerken, die nicht ausschließlich, aber durchaus prägend, über französische Autoren vermittelt wurden.²³⁷ Somit konnte keine Großmacht der *Grande Nation* als kulturellem Vorbild in Lateinamerika am Ende des 19. Jahrhunderts ernsthaft den Rang ablaufen.²³⁸ Abschätzig hieß es in einer deutschen Denkschrift von 1915:

„Südamerika ist heute noch in geistiger Hinsicht französisiert [sic], ein Kolonialland der französischen Denk- und Lebensmoden.“²³⁹

Die französische Kulturarbeit der Republik berief sich, ebenso wie unter Napoleon III., auf eine gemeinsame latine Identität, wenn es darum ging, die politische wie wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen Frankreich und Lateinamerika zu stärken. Zwar hatte das republikanische Frankreich seine imperialistischen Bestrebungen nach Südostasien verlagert, die Propagierung einer gemeinsam geteilten Kultur wurde aber nicht aufgegeben.²⁴⁰ Kulturinstitute sollte ein positives Frankreichbild in die Welt tragen. Die *Alliance française* wurde 1883 gegründet, 1909 folgte das speziell auf Amerika ausgerichtete *Comité France-Amérique*.²⁴¹ Während des Ersten Weltkrieges sollte dieses Profil noch weiter geschärft und zu einer starken Argumentationsstrategie im Meinungskampf werden. Frankreich konnte ganz darauf setzen, in Lateinamerika viele Sympathisanten zu finden, zumal die gebildeten Eliten in der Mehrzahl Französisch sprachen oder auch über persönliche Beziehungen nach Frankreich verfügten.²⁴² Selbst die Briten benutzten in ihrer Propagandastrategie frankophile Gefühle, um im Gesamtinteresse der Alliierten zu werben, da der Identifikation

²³⁶ Michael Rössner (Hrsg.): Lateinamerikanische Literaturgeschichte. Stuttgart, Weimar 2002, S. 206.

²³⁷ Vgl. u. a. Jorge Acevedo: Ortega, Renan y la idea de la nación. Santiago de Chile 2014, S. 21ff.; Arturo Ardao: Orígenes de la influencia de Renan en Uruguay. Montevideo 1955; Pedro Goergen: Der Positivismus Auguste Comtes und seine Auswirkungen in Brasilien. Augsburg 1975; Thomas F. Glick: El impacto del darwinismo en la Europa mediterránea y en Latinoamérica. In: Antonio Lafuente, José Sala Catalá (Hrsg.): Ciencia colonial en América. Madrid 1992, S. 319-350.

²³⁸ Rolland: L'Amérique latine, S. 27-40

²³⁹ Gast: Deutschland und Südamerika, S. 30.

²⁴⁰ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 105; Ibold: Die Erfindung Lateinamerikas, S. 87.

²⁴¹ Ders.: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 415.

²⁴² Ders.: Sog der Katastrophe, S. 102-105.

mit der französischen Gesellschaft und Kultur ein größeres persuasives Potential innewohnte als der Propagierung einer vorteilhaften Darstellung Englands.²⁴³ „Kein anderes Volk hat eine so erfolgreiche Vereinsbildung für den Dienst der Kulturpropaganda zu erzeugen verstanden wie die Franzosen“,²⁴⁴ so lautete ein deutsches Urteil von 1919 über die französische Kulturpolitik in Lateinamerika, und führte weiter aus:

„Ein Umstand begünstigt besonders die Wirkungsmöglichkeiten der französischen Kulturpropaganda: der Grundsatz von der 'Solidarität aller lateinischen Rassen'.“²⁴⁵

Der Panamerikanismus hingegen war kein kulturalistisches Konzept wie der Panlatinismus. Es handelte sich vielmehr um den ideologischen Überbau der US-amerikanischen Außenpolitik in Lateinamerika seit der Formulierung der Monroe-Doktrin von 1823. Übergeordnetes Ziel war der Ausbau der Vormachtstellung der USA in den Amerikas, das Zurückdrängen des wirtschaftlichen Einflusses Europas, sowie die Legitimierung militärischer Interventionen in der Region durch die USA.²⁴⁶ Ab den 1890er Jahren wurde der Panamerikanismus dann in verschiedenen Organisationen institutionalisiert.²⁴⁷ Offiziell ging es dabei um die Verbesserung der interamerikanischen Kooperation und die Ausweitung der Wirtschaftsbeziehungen durch Freihandelsabkommen.²⁴⁸ Der panamerikanische Gedanke war allerdings nie als ein politisches Beziehungssystem zwischen gleichwertigen Partnern konzipiert, sondern setzte eine Machtasymmetrie zugunsten der USA voraus. Im Olney-Corollary (1895) wurde die Vorherrschaft der Vereinigten Staaten auf dem Kontinent zur politischen Realität erklärt.²⁴⁹ Unter Präsident Theodore Roosevelt (1901–1909) allein intervenierten die Vereinigten Staaten fünf Mal militärisch in Mittelamerika und der Karibik, vorrangig um die Interessen von US-Firmen in der Region

²⁴³ Tato: *Global Moments, Local Impacts*, S. 221f.

²⁴⁴ Rühlmann: *Kulturpropaganda*, S. 15.

²⁴⁵ Ebenda, S. 14.

²⁴⁶ Jürgen Buchenau: *Von der Interventionsdebatte zum Zweiten Weltkrieg: Der Amerikabegriff im Wandel 1898-1945*. In: Lehmkuhl, Rinke (Hrsg.): *Amerika – Amerikas*, S. 172; Rinke: *Lateinamerika und die USA*, S. 48-50; Edmundo Aníbal Heredia: *La Guerra de los Congresos: El Pan-Hispanismo contra el Panamericanismo*. Córdoba 2007, S. 99; Michael J. Kryzanek: *U.S.-Latin American Relations*. Westport [Connecticut], London 2008, S. 31-51.

²⁴⁷ Prutsch: *Inter-Amerikanismus*, S. 136f.

²⁴⁸ Ebenda, S. 135f.

²⁴⁹ Hans-Joachim König: *Kleine Geschichte Lateinamerikas*. Bonn 2007, S. 507.

durchzusetzen.²⁵⁰ Die Erweiterung der Monroe-Doktrin durch das Roosevelt-Corollary von 1904 sollte das interventionistische Vorgehen der USA und ihre Rolle als Schutzmacht der westlichen Hemisphäre weiter legitimieren.²⁵¹ Methoden zu einer interkontinentalen Annäherung von Norden und Süden waren zunächst Konferenzen, später folgten Austauschprogramme für Akademiker und die Gründung panamerikanischer Organisationen. Die erste panamerikanische Konferenz fand vom 02. Oktober 1889 bis zum 18. April 1890 in Washington statt.²⁵² Der von den USA energisch vorangetriebene Gedanke des Panamerikanismus konnte trotz aller finanziellen und politischen Förderung nie eine wirkliche identifikationsstiftende Anziehungskraft entfalten, sondern blieb für die meisten Lateinamerikaner ein mehr pragmatisches, wenngleich einflussreiches Modell zur Gestaltung der US-lateinamerikanischen Beziehungen, das aber auch immer stärker Misstrauen erweckte. Panamerikanismus wurde so mitunter als Gegensatz oder Pervertierung eines als authentisch empfundenen *Latinoamericanismo* gedeutet und wurde bis weit ins 20. Jahrhundert als Synonym für die imperialistischen Interessen der USA gebraucht.²⁵³

Die Machtpolitik der USA in Lateinamerika seit den 1890er Jahren provozierte selbstredend Reaktionen und führte in weiten Kreisen der lateinamerikanischen Intellektuellen zu deutlicher Kritik.²⁵⁴ Somit trug der sich immer aggressiver gebärdende US-Imperialismus mit zum Aufkommen des *Hispanoamericanismo*²⁵⁵ bei, der sich sowohl in seiner progressiven als auch in

²⁵⁰ Rinke: Lateinamerika und die USA, S. 62; König: Kleine Geschichte Lateinamerikas, S. 712.

²⁵¹ Rinke: Lateinamerika und die USA, S. 61f.

²⁵² Salvador E. Morales: Primera Conferencia Panamericana. Raíces del Modelo Hegemonista de Integración. Mexiko D.F. 1994, S. 22.

²⁵³ Vgl. u. a. Fidel Castro: Latinoamericanismo vs. Panamericanismo. In: ders.: Latinoamericanismo vs. Imperialismo, hrsg. von Luis Suárez Salazar. Mexiko D.F. 2009, S. 23-53.

²⁵⁴ Prutsch: Inter-Amerikanismus, S. 143f.; Josef Raab: Pan-Amerikanisches Ideal und US-Amerikanische Vormacht: José Martí's Sicht des "Vecino Formidable". In: König, Rinke (Hrsg.): Transatlantische Perzeptionen, S. 154ff.

²⁵⁵ Jürgen Buchenau etwa definiert den Hispanoamericanismus als eine „[...] Fusion zwischen dem Hispanismus und dem immer stärker werdenden Nationalismus der spanischsprachigen Einzelstaaten [...]“, wobei zunehmend auch das indigene Erbe eine Rolle spielte, vgl. Buchenau: Interventionsdebatte, S. 174. Im *arielismo*, der von Rodó geprägten intellektuellen Bewegung, spielte dieses allerdings noch keine Rolle, und erst in den 1920er Jahren wurde der Hispanoamericanismus durch den indigenismo aus Peru oder Werke wie José Vasconcelos *La Raza Cósmica* dahingegen transformiert, dass er sich nicht mehr allein auf die europäische Geschichte und Kultur bezog. Darüber hinaus gab es auch konservative Vertreter des Hispanoamericanismus, die sich nicht als hispanophil verstanden. Zu ihnen gehörte zum

seiner konservativen Ausprägung als Antithese zu den Vereinigten Staaten verstand.²⁵⁶ Autoren und Denker der progressiven Strömung wie José Martí, José Enrique Rodó oder Manuel Ugarte formulierten in ihren Schriften eine latein-, beziehungsweise hispanoamerikanische Identität, die, nach wie vor beeinflusst von panlatinischen Zuschreibungen, den „angelsächsischen“ Utilitarismus und Materialismus als dem „lateinamerikanischen Geist“ divergente Elemente ablehnte und in den USA die größte Bedrohung für die Souveränität der Nationalstaaten Lateinamerikas erkannt hatte.²⁵⁷ Der *latinité*-Diskurs war in Lateinamerika unter Intellektuellen somit weit verbreitet und in der Regel sehr positiv besetzt. Als einflussreichste Bearbeitung kann sicherlich der 1900 publizierte Essay *Ariel* des uruguayischen Autors und Schriftstellers José Enrique Rodó gelten.²⁵⁸ Das Werk wurde zum wichtigen Bezugspunkt einer ganzen Rezeptionslinie literarischer, philosophischer und gesellschaftspolitischer Diskussionen, die die Frage nach den Spezifika und Charakteristika einer genuin „lateinamerikanischen“ Identität stellten. Rodó postulierte in *Ariel* die ethnokulturelle Einheit aller Romanen in Abgrenzung zum utilitaristischen Geist der „Angelsachsen“ und rezipierte damit zentrale Ideen und Deutungsmuster der Panlatinismus.²⁵⁹

Das Deutsche Reich verfügte bei Ausbruch des Krieges über keine den Franzosen oder US-Amerikanern vergleichbaren identitätspolitischen Anknüpfungspunkte oder Institutionen, und betrachtete sowohl den Panamerikanismus als auch den kulturellen Einfluss Frankreichs als Hindernis in einer Vertiefung der Beziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika.²⁶⁰

Beispiel der Venezolaner César Zumeta (»El Continente Enfermo«), vgl. u. a. Prutsch: Inter-Amerikanismus, S. 145.

²⁵⁶ Ebenda, S. 144

²⁵⁷ Ebenda, S. 132; Ibold: Die Erfindung Lateinamerikas, S. 93f.

²⁵⁸ Alfonso García Morales: Literatura y pensamiento hispánico de fin de siglo: Clarín y Rodó. Sevilla 1992, S. 75.

²⁵⁹ Aillón Soria: La política cultural de Francia, S. 72ff.; Belén Castro: Introducción. In: José Enrique Rodó: *Ariel*, hrsg. von Belén Castro. Madrid 2004, S. 52; Ibold: Erfindung Lateinamerikas, S. 93.

²⁶⁰ Nach dem Krieg und dem politischen Erstarren der USA konnte der Panlatinismus aus deutscher Perspektive aber auch positiv gedeutet werden, da dieser ein authentischer Ausdruck der lateinamerikanischen Identität zu sein schien: „Dem panamerikanischen Gedanken, der in den letzten Jahrzehnten so große Fortschritte auf der westlichen Halbkugel gemacht hat, stellt sich der Panlatinismus entgegen, das Streben, aller Republiken des Südens zu einer geistigen Einheit zusammenzufassen gegenüber dem Vordringen von Norden. [...] Zwei Mächte kämpfen um die Seele Lateinamerikas, der Panlatinismus, gestützt auf die Imponderabilien im Volke, und der Panamerikanismus getragen von dem Willen zu herrschen [...]“, zitiert aus Steinmeyer: Beiträge zur Kulturpropaganda, S. 4.

Dieser Umstand wurde zunehmend als Mangel und Wettbewerbsnachteil empfunden und sollte besonders in den unmittelbaren Vorkriegsjahren zu einer regen Tätigkeit von Politik, Wirtschaft und des mit ihnen verbundenen Vereinswesens zur Förderung der deutschen Kulturpolitik führen.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Bedeutung der Beziehungen zwischen dem Deutschen Kaiserreich und Lateinamerika zwischen 1890 und 1914 erschließen sich vor dem Hintergrund des Imperialismus. Als wirtschaftlich wichtige Region nahm Lateinamerika in der weltpolitischen Konzeption Deutschlands eine strategisch durchaus relevante Stellung ein, wobei sich die deutsche Interessenlage nicht allein in handels- oder finanzpolitischen Zielen erschöpfte. Diese spielten zwar eine durchweg wichtige Rolle, die Beziehungen zu Lateinamerika bekamen aber durch die Präsenz transnationaler Akteure wie Militärberatern und Schulreformern sowie einer nicht zu vernachlässigenden Migrationsbewegung aus Deutschland eine höhere Komplexität. Dieses bereits bestehende Beziehungsnetz von Akteuren aus den Bereichen Handel, Militär und deutschen Migranten bildete für die deutsche Propagandaarbeit in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges, wie im folgenden Kapitel gezeigt wird, eine wichtige Grundlage.

In Konkurrenz zu den Großmächten Großbritannien, Frankreich und den Vereinigten Staaten versuchte das Deutsche Reich, wirtschaftliche wie auch politische Einflussbereiche abzustecken und sich gegen die Rivalen durchzusetzen. Kanonenbootdiplomatie wurde von allen Großmächten als Machtmittel in der Region eingesetzt. Der Einsatz der deutschen Flotte vor der Küste Lateinamerikas führte aber für Deutschland zu keinerlei nennenswerten politischen Vorteilen, sondern vergrößerte im Gegenteil das Misstrauen der Konkurrenten. Wirtschaftlich konnte das Deutsche Reich hingegen sowohl bei der Zunahme des Handelsvolumens größere Erfolge verzeichnen als auch im Finanzwesen deutliche Fortschritte erzielen. Am Vorabend des Ersten Weltkrieges war Lateinamerika als wichtiger Handelspartner Deutschlands somit Teil des deutschen imperialistischen Ideariums. Den Deutschen fehlte es allerdings an einer integrativen kulturpolitischen Strategie, die die imperialistischen Bestrebungen auch diplomatisch hätten fördern können. „Deutschtumspolitik“ allein verfügte über wenig Überzeugungskraft, wenn sich auch Lateinamerikaner angesprochen fühlen und mit den beworbenen Werten identifizieren sollten. Frankreich und die USA hatten auf dem Gebiet der

Kulturpolitik hingegen Institutionen geschaffen, die ihre auswärtigen Interessen weiter begünstigen sollten. Während die USA ihre Außenpolitik in Gestalt des panamerikanischen Gedankens vorantrieben, konnte Frankreich die identitätsstiftende Kraft des Panlatinismus für sich nutzbar machen. Deutschland beobachtete diese Prozesse aufmerksam und erkannte in den Vorkriegsjahren das große Potential einer kulturpolitischen Offensive.

Im folgenden Kapitel wird die Entwicklung der pro-deutschen auswärtigen Öffentlichkeitsarbeit in Lateinamerika von den unmittelbaren Vorkriegsjahren bis hin zur Propaganda des Ersten Weltkrieges vorgestellt. Bezüglich des Untersuchungszeitraumes 1914 bis 1918 wird den Propagandamaßnahmen in Lateinamerika dabei mehr Raum eingeräumt als der Darstellung der Institutionen des Deutschen Reiches. Der Fokus wird auf der so genannten Zeitungs- oder Pressepropaganda liegen, da diese schon rein quantitativ die größte Bedeutung erlangte.

1.2 DAS WERBEN UM DIE „SCHÖNE HELENA“: DEUTSCHE KULTUR- UND PRESSEPROPAGANDA IN LATEINAMERIKA (1910 – 1919)

„Geben wir uns keiner Selbsttäuschung hin! Die Schuld an der mangelhaften Kenntnis von Deutschland, die wir den Südamerikanern zum Vorwurf machen, tragen wir [...] selbst. Wer bekannt werden will, muss sich bekannt machen.“²⁶¹

So bilanzierte Paul Gast 1913 in der ersten Ausgabe der *Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts* das bisherige Wirken der deutschen Presse- und Kulturarbeit in Lateinamerika. Seit 1911 hatte er als Geodät in Aachen eine Professur für Vermessungswesen inne. Sein Hauptinteresse galt ganz besonders Argentinien, wo er auch mehrere Forschungsaufenthalte verbracht hatte.²⁶² Gasts negativem Urteil schlossen sich Stimmen aus Handels- und Industriekreisen an, und die Kritik am Auswärtigen Amt, das bislang im Gegensatz zu Frankreich

²⁶¹ Paul Gast: Die deutsch-südamerikanischen Beziehungen in der Presse. In: *Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts* Bd. 1 (1913), S. 32.

²⁶² Richard Finsterwalder: Gast, Adolf Emil Paul. In: *Neue Deutsche Biographie* Bd. 6 (1964), S. 85f. Paul Gast betätigte sich nicht nur als Geodät. Im Winter 1911 kontaktierte er den in Argentinien lebenden Anthropologen Robert Lehmann-Nitsche, den Gast bat, ihm eine Einladung zum International-Amerikanisch Wissenschaftlichen Kongress zu verschaffen. Gast wollte in seinem Vortrag zeigen, dass die spanische und deutsche Wissenschaftstradition in einer engen Verwandtschaft miteinander stünden, vgl. IAI Nachlass Robert Lehmann-Nitsche, N-0070 b251, Brief Paul Gast an Robert Lehmann-Nitsche, Aachen, 23.12.1911.

Kulturpropaganda als außenpolitisches Machtmittel nur marginal eingesetzt hatte, wurde immer lauter.²⁶³

Allerdings verdeckt diese Kritik, dass verschiedenste Institutionen und Organisationen schon vor 1913 darum bemüht waren, für das Deutsche Reich in Lateinamerika zu agitieren. Der Weiterentwicklung der Pressearbeit kam dabei eine zentrale Rolle zu.²⁶⁴ Die Gründung und die Restrukturierung von Nachrichtendiensten durch Akteure aus Politik und Wirtschaft,²⁶⁵ sowie die intensiviertere Arbeit des Vereinswesens und von wissenschaftlichen Institutionen sollten aufholen, was bislang versäumt worden war.²⁶⁶ Diese Initiativen gingen nicht ausschließlich von Akteuren im Deutschen Reich aus, denn auch in Lateinamerika mehrte sich bei den Vertretern der deutschen Zeitungen für die Migrantengruppen der Wunsch nach einer Verbesserung der Nachrichtenberichterstattung aus Deutschland sowie allgemein nach einer Intensivierung der kulturpropagandistischen Arbeit vor Ort. Im Folgenden sollen die wichtigsten Organisationen auswärtiger Nachrichten- und Kulturpropaganda des Deutschen Reiches in den Jahren vor und während des Ersten Weltkrieges sowie einzelne Vorläuferprojekte aus Lateinamerika vorgestellt werden. Im folgenden Unterkapitel werden dabei Akteure eingeführt, die auch in den Kriegsjahren für die Organisation deutscher auswärtiger Propaganda in Lateinamerika eine wichtige Bedeutung erlangen sollte. Die Anfänge der Kultur- und Presspropaganda des Deutschen Reiches in Lateinamerika bis 1914

Sowohl das Auswärtige Amt als auch zahlreiche nichtstaatliche oder nur lose mit staatlichen Stellen verbundene Akteure begannen in den Jahren vor Ausbruch des Ersten Weltkrieges mit dem Ausbau kultur- und vor allem pressepolitischer Maßnahmen im Ausland. Bereits 1900 war im Auswärtigen Amt ein Pressereferat unter der Leitung von Otto Hammann eingerichtet worden, das 1904 in drei Nachrichtenabteilungen untergliedert wurde, die Zeitungsartikel aus dem Osmanischen Reich, Ostasien und Nord- und Südamerika sammelten und auswerteten.²⁶⁷ Hammann, Jurist und seit 1894 im Dienst des Auswärtigen Amtes stehend, sollte das Referat bis zu seiner Pensionierung 1917 leiten.²⁶⁸ Eine koordinierte Pressearbeit nach außen, also die systematische und bewusste

²⁶³ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 77f.

²⁶⁴ Ebenda, S. 77-90.

²⁶⁵ Klee: *Transocean GmbH*, S. 138-145.

²⁶⁶ Unter anderem die Schulvereine, vgl. hierzu Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 23. Zu den weiteren Vereinen vgl. insbes. Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 89ff.

²⁶⁷ Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 51.

²⁶⁸ Otto Graf zu Stolberg-Wernigerode: *Hammann, Otto*. In: *Neue Deutsche Biographie* Bd. 7 (1966), S. 589ff.

Verbreitung eines positiven Deutschlandbildes im Ausland, war bei der Gründung des Pressereferats jedoch noch nicht geplant gewesen. Erst im Mai 1915 wurde der Bereich zur Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes umstrukturiert und mit der Umsetzung auswärtiger Propaganda betraut.²⁶⁹ Allerdings stand das Auswärtige Amt, vornehmlich in der Person Otto Hammann, schon seit den Vorkriegsjahren in enger Fühlung mit Wirtschaftsvertretern und dem sich immer stärker ausdifferenzierenden Vereinswesen.²⁷⁰ Zwischen diesen verschiedenen Akteuren entfaltete sich eine rege Zusammenarbeit, die eine stärker forcierte und koordinierte Kulturpolitik im Ausland anstrebte. Ihre Programmatik unterschied sich von den Zielen der Kolonialverbände und der Alldeutschen insofern, als dass sie keine territoriale Expansion des Deutschen Reiches zum Ziel hatte, sondern den wirtschaftlichen und kulturellen Einfluss Deutschlands im Ausland zu vergrößern suchte.²⁷¹ Die theoretische Grundlage hierfür lieferten die Werke von Publizisten wie Karl Lamprecht und Paul Rohrbach.²⁷² Teilweise stark von protestantischem Missionierungseifer getragen, vertraten sie einen liberalen oder in ihrer Eigenbezeichnung „ethischen“ Imperialismus, der militärische Interventionen und Kolonialismus ablehnte, und deutsche Weltpolitik stattdessen als zivilisatorische Aufgabe und kulturelle Einflussnahme definierte.²⁷³ „Die Politik des deutschen Gedankens in der Welt soll also nach unserem Wunsch und Willen auf keine Eroberung und keine sonstige Gewalt abzielen“, so meinte Rohrbach in seinem einflussreichen Werk »Der deutsche Gedanke in der Welt«.²⁷⁴ Stattdessen wolle man „[...] unter Verzicht auf die kriegerische Unterwerfung fremder Länder und Völker die uns zugänglichen Gebiete der Welt mit dem geistigen Gehalt unseres Volksgedankens [durchtränken].“²⁷⁵ Auch Paul Gast vom Deutsch-Südamerikanischen Institut vertrat in seinen Publikationen ganz ähnliche Ideen, wenn er die zukünftige Gestalt der Beziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika entwarf.²⁷⁶ Den deutschen Migrant*innen kam in dieser außenpolitischen Konzeption eine Schlüsselrolle zu, da sie die Inhalte

²⁶⁹ Kestler: Auslandsaufklärung, S. 52.

²⁷⁰ Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 1, S. 171, 221-225.

²⁷¹ Ebenda, S. 61.

²⁷² Vgl. Rohrbach: Der deutsche Gedanke, S. 205f.; Walter Mogk: Paul Rohrbach und das »Größere Deutschland«. Ethischer Imperialismus im Wilhelminischen Zeitalter. Ein Beitrag zur Geschichte des Kulturprotestantismus. München 1972, S. 178-183.

²⁷³ Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 1, S. 35-39; Mogk: Paul Rohrbach, S. 80-87.

²⁷⁴ Rohrbach: Der deutsche Gedanke, S. 206.

²⁷⁵ Ebenda.

²⁷⁶ Gast: Deutschland und Südamerika; Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 2, S. 782ff.

deutscher Kulturpropaganda weiter verbreiten und für die Qualitäten des Deutschen Reiches werben sollten.²⁷⁷

Vereins- und Pressearbeit zwischen Deutschland und Lateinamerika

Unter den Organisationen nichtstaatlicher Prägung, die für einen intensivierten Ausbau der Beziehungen Deutschlands mit Lateinamerika eintraten, stachen eine Reihe von bürgerlichen Verbänden hervor. Sie waren einem neuen Typus des Vereinswesens zuzurechnen und verfolgten wie auch das Auswärtige Amt eine andere Stoßrichtung hinsichtlich der Konzeptualisierung zwischenstaatlicher Beziehungen, die den Prinzipien des liberalen Imperialismus folgen sollte.²⁷⁸ Zwischen 1899 und 1913 gründeten sich neun größere Vereine, die sich explizit den deutsch-lateinamerikanischen Beziehungen verschrieben, wobei die meisten erst relativ spät, also in den Jahren unmittelbar vor oder während des Ersten Weltkrieges, zusammentraten.²⁷⁹ Der Großteil der Lateinamerika-Vereine trat weit weniger nationalistisch auf als etwa der Alldeutsche Verband und hatte ein stark wirtschaftsorientiertes Gepräge. Schon rhetorisch weniger aggressiv, setzten sie nicht auf Kolonialismus, sondern auf den Ausbau von Handelsbeziehungen zugunsten des Deutschen Reiches. Kulturpropaganda sollte dabei in dem Maße eingesetzt werden, wie es für die Ausweitung des deutschen Handels förderlich erschien. Dazu gehörten die Herausgabe eigener Publikationen, Vortragsreihen oder auch die Etablierung akademischen Austauschs.²⁸⁰ Im Folgenden werden vier jener Vereine, die auch während des Ersten Weltkrieges für die deutsche Propaganda in Lateinamerika von Relevanz sein sollten, genauer vorgestellt.

Der Deutsch-Argentinische Centralverband (DAC) wurde 1910 in Berlin ins Leben gerufen.²⁸¹ Die Gründung des Verbandes war auf die Initiative argentinischer Botschaftsvertreter zurückzuführen. Seine Mitglieder setzten sich größtenteils aus Vertretern des Wirtschafts- und Finanzsektors zusammen, und so verstand sich der DAC auch vorrangig als Verband zur Förderung der deutschen Handelsinteressen. In Buenos Aires verfügte der DAC über einen lokalen Ableger, zu dessen Komitee Hermann Tjarks Jr., der Sohn des Besitzers der *Deutschen La Plata Zeitung*, sowie der gebürtige Schweizer Theodor Alemann, Herausgeber des *Argentinischen Tageblattes*, gehörten. Diese personalen Verbindungen zu den Vertretern der beiden größten deutschsprachigen Zeitungen

²⁷⁷ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 1, S. 64.

²⁷⁸ Ebenda, S. 26.

²⁷⁹ Ebenda, Bd. 2, S. 757-789.

²⁸⁰ Ebenda, S. 757-816.

²⁸¹ Newton: *German Buenos Aires*, S. 31.

Argentinien verweisen auf ein bereits vor 1914 bestehendes Netzwerk zwischen Institutionen des Deutschen Reiches und deutschen Migranten, dem nach Kriegsausbruch in der Koordination und Organisation auswärtiger Kriegspropaganda eine entscheidende Bedeutung zukommen sollte. Des Weiteren pflegte der DAC auch Beziehungen zu staatlichen Stellen, allen voran dem Auswärtigen Amt, sowie zu anderen Vereinen, wie zum Beispiel dem Deutsch-Brasilianischen Handelsverband (DBH) oder dem Deutsch-Wissenschaftlichen Verein (DWV) in Buenos Aires.²⁸² Diese Kontakte sollten sich nach dem Kriegsausbruch weiter intensivieren.

Der Verband publizierte ab 1912 monatlich die *Mitteilungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes* zur Förderung wirtschaftlicher Interessen, wobei inhaltlich, wie es der Titel bereits ankündigt, wirtschaftliche, handels- und finanzpolitische sowie juristische Themen behandelt wurden.²⁸³ Einzig die Schriftenreihe *Veröffentlichungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes zur Förderung wirtschaftlicher Interessen*, die parallel im eigens gegründeten Süd- und Mittel-Amerika-Verlag erschien, bildete ein Gegengewicht zu den sonst doch recht trockenen Fachtexten der *Mitteilungen*, da dort auch Vorträge und Essays zum Abdruck gelangten.²⁸⁴ In dieser Reihe wurde 1914 auch Wilhelm Keipers Rede *Deutsche Kulturaufgaben in Argentinien* publiziert, die dieser am 30. Januar des selben Jahres vor dem Preußischen Abgeordnetenhaus gehalten hatte.²⁸⁵ Wilhelm Keiper kam innerhalb des Netzwerkes zwischen Deutschland und Argentinien eine herausragende Stellung zu.²⁸⁶ Der Pädagoge aus Pommern war in den 1900er Jahren vom argentinischen Bildungsministerium als Schulreformer angeworben worden und folgte dem Angebot nach Buenos Aires,

²⁸² Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 763ff.

²⁸³ Vgl. *Mitteilungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes zur Förderung wirtschaftlicher Interessen*, Berlin, August 1912.

²⁸⁴ Vgl. u. a. R. von Codnitz: *An den hohen Anden Süd-Amerikas*. In: *Veröffentlichungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes zur Förderung wirtschaftlicher Interessen*, H. 10, Berlin 1914.

²⁸⁵ Wilhelm Keiper: *Deutsche Kulturaufgaben in Argentinien*. In: *Ebenda*, H. 7, Berlin 1914.

²⁸⁶ Wilhelm Keiper (1868 – 1962) vertrat, wie man seinen Schriften deutlich entnehmen kann, ganz die völkische Deutschtumsideologie des Kaiserreichs. 1938 kehrte Keiper, der mit der nationalsozialistischen Diktatur sympathisierte, nach Deutschland zurück; vgl. u. a. Wilhelm Keiper: *Das Deutschtum in Argentinien während des Weltkrieges (1914 – 1918)*. Hamburg 1942. Noch 1968 heißt es verklärend in einem Nachruf: „So hat er [Anm. d. A. Wilhelm Keiper] fast vier Jahrzehnte hindurch wie kein anderer dem Deutschtum am La Plata gedient und Bleibendes zu dessen Erhaltung beigetragen. Dies soll ihm unvergessen bleiben [...]“, zitiert aus Herbert Koch: *Wilhelm Keiper zur Erinnerung aus Anlaß seines 100. Geburtstages*. In: *Institut für Auslandsbeziehungen Stuttgart. Zeitschrift für Kulturaustausch* Bd. 18, H. 4 (1968), S. 321.

wor er das Instituto Nacional del Profesorado Secundario mit aufbaute.²⁸⁷ Er war zudem Vorsitzender des Deutschen Wissenschaftlichen Vereins in Buenos Aires.²⁸⁸ In seiner Rede plädierte Keiper vor den Abgeordneten für eine Intensivierung der aktiven deutschen Kulturarbeit in Argentinien, wobei ihm sowohl die Einrichtung eines zentralisierten Nachrichtendienstes als auch die Gründung eines Institutes in Buenos Aires „zur Förderung deutscher Kultur“ vorschwebte.²⁸⁹ Seinen Ausführungen lag die Überzeugung zugrunde, dass die nationale Kultur Argentiniens sich nur nach europäischen oder US-amerikanischen Vorbildern entwickeln könne, und in diesem Sinne galt es nun, das deutsche Kultur- und Gesellschaftsmodell als besonders erstrebenswertes zu präsentieren und vor allem den Einfluss Frankreichs und der USA zurückzudrängen. Dadurch sollten gleichzeitig auch „die wirtschaftlichen Beziehungen verstärkt und erweitert werden.“²⁹⁰

Keipers Einlassungen entsprach auch die Arbeit des Deutsch Wissenschaftlichen Vereins. Dieser war schon 1897 unter dem Namen Deutsche Akademische Vereinigung in Argentinien gegründet worden und verstand sich zunächst als kleiner geselliger Kreis, der den akademischen Austausch unter den deutschsprachigen Migranten fördern wollte.²⁹¹ In Buenos Aires ansässige deutsche Geschäftshäuser und wohlhabende Privatpersonen unterstützen den Verein finanziell.²⁹² Zu seinen Mitgliedern gehörten 1912 bekannte Namen wie Theodor Alemann und Hermann Tjarks, sowie der Anthropologe Robert Lehmann-Nitsche, der in La Plata, der Hauptstadt der Provinz Buenos Aires, das anthropologische Museum leitete.²⁹³ Infolge steigender Mitgliederzahlen setzte sich der DWV allerdings bald neue Ziele, wobei er sich immer und zuerst als deutsche Institution und Vertretung deutscher Interessen begriff:

²⁸⁷ Koch: Wilhelm Keiper, S. 320f.

²⁸⁸ Vgl. Wilhelm Keiper: Ziele und Aufgaben des Deutschen Wissenschaftlichen Vereins in Buenos Aires. Buenos Aires 1913.

²⁸⁹ Ebenda, S. 23.

²⁹⁰ Ebenda, S. 14f.

²⁹¹ Ebenda, S. 17. In Santiago de Chile existierte ebenfalls ein *Deutscher Wissenschaftlicher Verein*, der mit seinem Pendant in Buenos Aires auch Kontakte pflegte, vgl. hierzu o.A.: Bericht des Deutschen Wissenschaftlichen Verein zu Buenos Aires, Buenos Aires, 01.07.1909–31.03.1911, S. 6f. In Mexiko gab es ebenfalls ein Pendant, vgl. Brígida von Mentz: Asociaciones del grupo alemán en México. In: dies. [et al.] (Hrsg.): Los Pioneros del imperialismo alemán, S. 412.

²⁹² Keiper: Deutschtum in Argentinien, S. 28.

²⁹³ Vgl. o.A.: Deutscher Wissenschaftlicher Verein für Buenos Aires. Mitgliederliste und Kassenbericht für die Zeit vom 01. Januar 1911 bis 31. März 1912. Buenos Aires 1912.

„Das Ziel, das sich [...] für den Verein ergibt, ist ein doppeltes: es gilt, für die Deutschen in der Heimat möglichst alles hier vorhandene Material für die wissenschaftliche Kenntnis Argentiniens herbeizuschaffen [...], und zweitens den Argentinern eine möglichst ausgedehnte, vielseitige und gründliche Kenntnis der deutschen Verhältnisse und der deutschen Kultur zu vermitteln und so mitzuhelfen, dem deutschen Wesen hier die Geltung zu verschaffen, die ihm im Austausch geistiger Werte gebührt.“²⁹⁴

Der Verein sollte nach Kriegsausbruch als einer der ersten Institutionen deutscher Migrant*innen auf die Propaganda der Entente reagieren, indem er ein eigenes Nachrichtenbüro namens *Audiatur et altera pars* (lat. „Man höre auch die andere Seite“) organisierte.²⁹⁵ Der Deutsche Wissenschaftliche Verein in Buenos Aires kann als ein lokaler Exponent der deutschen auswärtigen Kulturpolitik und Vereinsarbeit begriffen werden. Mit Wilhelm Keiper hatte der Verein dazu einen Vorsitzenden, der sowohl zur deutschen Diplomatie gute Kontakte besaß, als auch innerhalb der deutschsprachigen Gemeinde in Argentinien ein anerkanntes Mitglied war. Er schien somit wie kein anderer geeignet, in Argentinien deutsche Interessen zu vertreten.

Der Deutsch-Brasilianische Handelsverband gründete sich 1912 wie der Deutsch-Argentinische Centralverband ebenfalls in Berlin. Die soziale Struktur seiner Mitglieder war mit der des DAC absolut vergleichbar.²⁹⁶ Wenn auch vorrangig handelspolitische Ziele verfolgt wurden, bemühte man sich ebenso, genau wie der DAC, um eine geeignete Außendarstellung und verfolgte kulturpolitische Ziele, wozu unter anderem das Angebot von Sprachkursen, die Organisation akademischen Austauschs oder auch die Publikation einer eigenen Schriftenreihe gehörten.²⁹⁷

Auch die Mitglieder des Deutsch-Südamerikanischen Institutes (DSI), das sich am 29. Dezember 1912 in Bonn konstituierte, speisten sich zumeist aus Wirtschaftskreisen, allerdings fanden sich auch zahlreiche Akademiker und Politiker aus Deutschland und Lateinamerika in seinen Reihen.²⁹⁸ Zu den ersten Mitgliedern des DSI gehörten neben seinem Vorsitzenden Paul Gast unter anderem der Offizier Emil Körner, der deutschstämmige brasilianische Senator und Minister Lauro Müller, Robert Lehmann-Nitsche aus La Plata, der

²⁹⁴ Keiper: Ziele und Aufgaben, S. 19.

²⁹⁵ BA-B, R 901/72258, Bericht NDLSPPZ an ZfA, o.O., 06.11.1915.

²⁹⁶ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 775.

²⁹⁷ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 766, 778; o.A.: *Satzungen Deutsch-Brasilianischer Handelsverband e.V.*, Berlin o.J.

²⁹⁸ Vgl. *Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts*, H. 1 (1913), S. 68; Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 783.

Militärattaché Brasiliens in Berlin F.E. Julien sowie mehrere Vertreter der deutschen Presse in Lateinamerika, darunter Paul Oestreich, Chefredakteur der *Deutschen Zeitung für Chile*, Theodor Alemann für das *Argentinische Tageblatt* und Hermann Tjarks, Besitzer der *Deutschen La Plata Zeitung*.²⁹⁹ Die Diversität der Mitglieder aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen und nationalen Kontexten entsprach dem Selbstverständnis des Institutes, durch kulturellen und wissenschaftlichen Austausch indirekt die Handelsbeziehungen zu fördern, wobei man sich lose an der Arbeit des *Comité France-Amérique* orientierte.³⁰⁰ „Enge Handelsbeziehungen zwischen Kulturvölkern gedeihen nur auf dem Boden genauer Kenntnis und sicheren Verständnisses der beiderseitigen Kulturen, und der Austausch materieller Güter kann des Austausches ideeller Güter nicht dauernd entbehren“³⁰¹, so lautete der Grundgedanke des Institutes.

Ein Kernelement der Kulturpolitik des DSI war die aktive Pressearbeit:

„Das Deutsch-Südamerikanische Institut wird sich mit besonderer Liebe der Aufgabe widmen, seine Beziehungen zu der Presse jenseits des Ozeans zu pflegen, deren Entwicklung zu verfolgen und für die Anerkennung und Förderung ihrer ehrlichen Arbeit einzutreten.“³⁰²

Neben den *Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts* erschienen vom DSI herausgegeben die spanisch- beziehungsweise portugiesischsprachigen Zeitschriften *El Mensajero de Ultramar* und *O Transatlantico*, die nach Kriegsausbruch ganz in den Dienst der Kriegspropaganda gestellt wurden und in Lateinamerika hauptsächlich über die Deutsche Überseebank (*Banco Alemán Transatlántico*) sowie lokale deutsche Buchhandlungen vertrieben wurde.³⁰³ Hier wird deutlich, wie schmal der Grat zwischen auswärtiger Öffentlichkeits- oder Kulturpolitik und Kriegspropaganda tatsächlich war, denn in ihrer Strategie der Verbreitung eines möglichst positiven Deutschlandbildes änderten die genannten Zeitschriften nach 1914 weder inhaltlich noch in ihrer formalen Gestaltung sonderlich viel, so dass der Krieg thematisch eine untergeordnete Rolle spielte.

²⁹⁹ Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts, H. 1 (1913), S. 75-87; Ebenda, H. 2 (1913), S. 185.

³⁰⁰ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 782.

³⁰¹ Paul Gast: Warum mußte das Deutsch-Südamerikanische Institut gegründet werden? In: Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts, H. 1 (1913), S. 3f.

³⁰² ders: Die deutsch-südamerikanischen Beziehungen in der Presse. In: Ebenda, S. 31.

³⁰³ Martin: *Latin America*, S. 13-16. Vgl. außerdem entsprechende Werbeanzeigen in Juan C. Guerrero: *La guerra europea mirada por un sudamericano. Crónica político-militar*. 2 Bde. Stuttgart 1915–1918.

Allerdings erlangten die Zeitschriften in Lateinamerika deshalb wohl auch nicht die Bedeutung, die ihr Herausgeber Paul Gast ihnen gerne gegeben hätte.³⁰⁴

Es ist kein Zufall, dass sich alle in Deutschland ansässigen Vereine auch um die Verbreitung eigener Presseerzeugnisse bemühten. Die Zeitung war in Europa wie in den Amerikas unangefochten das einflussreichste Massenmedium der Epoche.³⁰⁵ Ferner blieb der aktive wie passive Zugang zu Medien wie Tageszeitungen nicht allein auf Bürgertum und Oberschicht beschränkt. Die Bedeutung von Zeitungen und Zeitschriften stieg gerade in urbanen Zentren rasant an und forderte auch von den herrschenden Klassen einen neuen Umgang mit der Presse, der es ihnen erlauben sollte, sich die steigenden Absatzzahlen der Zeitungen zunutze zu machen oder diese als Mittel sozialer Kontrolle einzusetzen.³⁰⁶ In einer sich immer stärker vernetzenden Welt wurde die Kontrolle über den Nachrichtenverkehr zu einem wichtigen machtpolitischen Faktor.³⁰⁷ Der Zugang zu Telegrafie bedeutete im Zeitalter des Imperialismus und Kolonialismus schließlich auch die Sicherung von Herrschaft.³⁰⁸ Klare Vorreiter waren hier die Briten. Ihre *All Red Line* verlief seit 1902 einmal um den ganzen Globus und verband die Kolonialgebiete und Dominions mit London.³⁰⁹ Anschaulicher ließe sich die damalige Vormachtstellung des britischen Imperialismus kaum visualisieren. Das Deutsche Reich hatte sich ebenfalls seit den 1890er Jahren um den Ausbau seiner Kabelverbindungen nach Übersee

³⁰⁴ PA AA, R 121 333, Schreiben Nachrichtenabteilung AA an Deutschen Überseedienst, Berlin, 01.03.1917.

³⁰⁵ Jörg Requate: Die Zeitung als Medium politischer Kommunikation. In: Ute Frevert, Wolfgang Braungart (Hrsg.): Sprachen des Politischen. Medien und Medialität in der Geschichte. Göttingen 2004, S. 139; Michael Kunczik: Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln, Weimar, Wien 1997, S. 130-136.

³⁰⁶ Gary S. Messinger: The Battle for the Mind. War and Peace in the Era of Mass Communication. Amherst, Boston 2011, S. 2-6; Wolfgang Piereth: Propaganda im 19. Jahrhundert. Die Anfänge aktiver staatlicher Pressepolitik in Deutschland (1800-1871). In: Daniel, Siemann (Hrsg.): Propaganda, S. 32-42; Florian Altenhöner: Kommunikation und Kontrolle. Gerüchte und städtische Öffentlichkeiten in Berlin und London 1914/1918. München 2008, S. 30.

³⁰⁷ Margot Fuchs: Anfänge der drahtlosen Telegrafie im Deutschen Reich 1897-1918. In: Hans-Jürgen Teuteberg, Cornelius Neutsch (Hrsg.): Vom Flügeltelegraphen zum Internet. Geschichte der modernen Telekommunikation. Stuttgart 1998, S. 124; Osterhammel: Verwandlung der Welt, S. 1023-1029.

³⁰⁸ Vgl. hierzu u. a. Dwayne Roy Winseck, Robert M. Pike: Communication and Empire. Media, Markets, and Globalization, 1860–1930. Durham [u. a.] 2007; Dirk van Laak: Pionier des Politischen? Infrastruktur als Europäisches Integrationsmedium. In: Neubert, Schabacher (Hrsg.): Verkehrsgeschichte, S. 170f.

³⁰⁹ P.M. Kennedy: Imperial Cable Communications and Strategy, 1870-1914. In: The English Historical Review Bd. 86, H. 341 (1971), S. 728–752.

bemüht, um sich von den französischen und englischen Telegrafeneleitungen unabhängig zu machen.³¹⁰ Ab 1903 nahmen Telegramme aus Deutschland dann den Weg über Emden, Vigo, Lissabon, Madeira und Saint Vincent nach Pernambuco in Brasilien, von wo aus sie weiter in das Landesinnere und – wenn auch nicht immer zuverlässig – an die Westküste des südamerikanischen Kontinents verteilt wurden.³¹¹ Die Telegrafie bildete zusammen mit der Professionalisierung der Presseberichterstattung die Grundlage für einen international operierenden Nachrichtenverkehr, der mit nur geringer zeitlicher Verzögerung in der Lage war, Gleichzeitigkeitsplateaus medialer Erfahrungen hervorzubringen.³¹² Und auch für den globalen Handelsverkehr war sie von entscheidender Bedeutung, da eine effiziente Abwicklung von Geschäften und Transaktionen durch den Telegrafen überhaupt erst ermöglicht wurden.³¹³

Diese auch machtpolitische große Relevanz des Kommunikationswesens hatte sich seit der Mitte des 19. Jahrhunderts herauszubilden begonnen. Die Erfindung des Telegrafen, effizientere Printmethoden wie Linotype und die Etablierung von Nachrichtenagenturen wie *Havas* 1835 in Paris, *Reuter* 1850 in London oder *Wolff's Telegraphisches Büro* (WTB) 1849 in Berlin, garantierten eine beschleunigte Informationsvermittlung und Kommunikationsverdichtung und trugen so, neben Industrialisierung und steigender Urbanisierung, zum Aufkommen der Massengesellschaft der Moderne bei.³¹⁴ Auf dem lateinamerikanischen Nachrichtenmarkt hatte sich die französische Agentur *Havas* seit den 1870er Jahren eine Monopolstellung erarbeitet. Die selten deutschfreundliche Berichterstattung der Agentur sowie ihres englischen Pendant *Reuter* wurde als Bedrohung deutscher Interessen im Ausland wahrgenommen.³¹⁵ Das Einflussgebiet der relativ kleinen deutschen Agentur *Wolff's Telegraphisches Büro* (WTB) aus Berlin blieb auf Mitteleuropa

³¹⁰ Jorma Ahvenainen: *The European Cable Companies in South America before the First World War*. Helsinki 2004, S. 285.

³¹¹ Ebenda, S. 287, 313f.

³¹² Lambert Wiesing: *Was sind Medien?* In: Stefan Münker, Alexander Roesler (Hrsg.): *Was ist ein Medium?* Frankfurt a.M. 2008, S. 244; Götz Großklaus: *Medien-Zeit. Medien-Raum. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne*. Frankfurt a.M. 1995, S. 72ff.

³¹³ Renniecke: *Siemens in Argentinien*, S. 46.

³¹⁴ Messinger: *Battle for the Mind*, S. 3; Martin Creutz: *Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung*. Frankfurt a.M. 1996, S. 32. Die Jahresangaben zur Gründung der Nachrichtenagenturen können variieren, so wird in manchen Fällen auch 1851 als Gründungsjahr von Reuter angegeben, vgl. u. a. Osterhammel: *Verwandlung der Welt*, S. 75.

³¹⁵ PA AA, R 16 682, Brief Oestreich an Heilbronn, Valparaíso, 04.01.1913; vgl. auch Eleazar Díaz Rangel: *La Información Internacional en América Latina*. Caracas 1991, S. 73ff.; Geppert: *Pressekriege*, S. 81.

beschränkt, darüber hinaus verfügte das WTB überhaupt nicht über die personalen Voraussetzungen, um einem Korrespondentennetzwerk von der Größe *Havas'* oder *Reuters* etwas entgegenzusetzen zu können.³¹⁶ Da das WTB zudem auch noch durch Kartellverträge an *Havas* gebunden war, musste man auf andere Agenturen setzen. So finanzierte das Auswärtige Amt seit 1903 die *Weltkorrespondenz* und die *Continental-Correspondenz*, die nach dem Namen ihres Gründers Ludwig Asch auch als Asch-Dienst bekannt wurden.³¹⁷ Die *Continental-Correspondenz* brachte auch Beiträge in spanischer und portugiesischer Sprache,³¹⁸ ab 1906 wurde sie durch das Transatlantische Büro ergänzt. Allerdings hatten auch diese Dienste keinen durchschlagenden Erfolg.³¹⁹ Als Paul Oestreich, der Chefredakteur der *Deutschen Zeitung für Chile*, daraufhin im Frühjahr 1913 in Santiago de Chile einen eigenen spanischsprachigen Korrespondenzdienst für Südamerika plante, reagierte Ludwig Asch persönlich so gekränkt, dass er von Oestreich beschwichtigt werden musste.³²⁰ Diese Episode illustriert aber, dass die deutschen Nachrichtenbüros auch von Seiten der deutschsprachigen Presse im Ausland wenig geschätzt wurden und ihre Form der Berichterstattung als nicht ausreichend angesehen wurde, um in gewünschtem Umfang Nachrichten aus und über Deutschland zu liefern.

In der Konsequenz wurden im März 1914 mehrere der kleinen Nachrichtendienste im *Syndikat Deutscher Überseedienst* (DÜ) zusammengeschlossen.³²¹ Die Initiative für den Zusammenschluss und die Gründung eines übergeordneten Dienstes war von Kreisen der Groß- und Schwerindustrie ausgegangen, das Auswärtige Amt aber war bei der Umsetzung vor allem durch Otto Hamman maßgeblich beteiligt gewesen.³²² Der DÜ verfügte über Korrespondenten in Lateinamerika und warb vor Ort Journalisten an, die das vom Dienst zusammengestellte und versandte Material verwerten sollten.³²³ Im Mai 1915 änderte der DÜ dann seinen Namen in *Transocean GmbH* (TO).³²⁴ Während des Ersten Weltkrieges wurde die *Transocean GmbH* zur zentralen

³¹⁶ Ebenda, S. 80f., 86.

³¹⁷ Ebenda, S. 86.

³¹⁸ Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 172.

³¹⁹ Geppert: *Pressekriege*, S. 87.

³²⁰ PA AA, R 16 682, Bericht Konsul Erckert an AA, Santiago de Chile, 27.06.1913.

³²¹ Bei den Nachrichtendiensten handelte es sich um die *Weltkorrespondenz*, *Kabelkorrespondenz*, *Allgemeine Korrespondenz*, *Transocean GmbH* und die *Deutsche Kabelgramm GmbH*, vgl. Albes: *Worte wie Waffen*, S. 104.

³²² Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 40; Klee: *Transocean GmbH*, S. 137; Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 157-219.

³²³ Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 41.

³²⁴ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 105.

Stelle für den Nachrichtenverkehr nach Übersee. Im Herbst 1916 spaltete sich die TO in zwei Dienste auf, der eine behielt den Namen Transocean bei, der andere nannte sich wieder Deutscher Überseedienst.³²⁵ Der Grund für die Trennung waren divergierende Vorstellungen im Vorstand der GmbH über die Ausgestaltung der Propaganda. Die TO geriet daraufhin ganz unter die Kontrolle des Auswärtigen Amtes und wurde staatlich finanziert, während der DÜ ein privatwirtschaftliches Unternehmen und einer der Grundsteine für Alfred Hugenbergs Medienimperium wurde.³²⁶ Ein Großteil der Nachrichtentelegramme sowohl der TO als auch der kleineren Dienste aus Deutschland nahm üblicherweise den Weg über New York und wurde dann durch die Central and South American Telegraph Company weiter Richtung Süden geschickt.³²⁷

Deutsche Pressearbeit in Lateinamerika und die Entdeckung der lateinamerikanischen Leserschaft

In Lateinamerika versuchten in den Vorkriegsjahren die Redaktionen der deutschen Zeitungen in Kooperation mit den diplomatischen Vertretern eine deutschfreundliche Berichterstattung in Landessprache umzusetzen. Im Februar 1912 wandte sich zum Beispiel der Besitzer und Herausgeber des *Urwaldboten* im südbrasilianischen Blumenau, Artur Koehler, mit der Bitte um finanzielle Unterstützung an das deutsche Konsulat in Florianópolis.³²⁸ Dass sich die Redaktion der Zeitung bei der Auslandsvertretung des Deutschen Reiches um eine so genannte „pekuniäre“ Subventionierung bemühte, ist ein erster Verweis auf eine durchaus gängige Praxis, die während des Krieges noch größere Ausmaße annehmen sollte, da nahezu keine der in spanischer oder portugiesischer Sprache erscheinenden deutschen Zeitungen in der Lage war, sich finanziell selbst zu tragen, so dass Konsulate und Botschaften oft Zuschüsse verteilen mussten. Auch Koehler ging es bei seiner Anfrage vor allem um den Erhalt der portugiesischen Ausgabe des Blattes, die seit September 1909 als Komplement zum deutschsprachigen *Urwaldboten* erschien.³²⁹ Der Konsul unterstützte Koehlers Anliegen beim Auswärtigen Amt mit folgender Begründung:

³²⁵ Ebenda, S. 105f.; Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 42.

³²⁶ Klee: *Transocean GmbH*, S. 145ff.

³²⁷ PA AA R 16 460, Brief Hermann Tjarks an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires, Buenos Aires, 03.06.1914.

³²⁸ PA AA, R 16 597, Bericht Kaiserlich Deutsches Konsulat Florianopolis an AA, Florianopolis, 12.02.1912.

³²⁹ Ebenda, Brief Artur Koehler an AA, Blumenau [Brasilien], 25.06.1912.

„[...] Die portugiesische Ausgabe ist, da sie allein in nichtdeutschen Kreisen verstanden wird, in der Lage dem Empfinden und den Wünschen der Deutschbrasilianischen der Regierung gegenüber Ausdruck zu geben und andererseits für die Förderung des deutschen Handels Propaganda zu machen. Auch vermag sie allein den oft gefälschten Nachrichten über Deutschland aus französischer oder englischer Quelle gegenüberzutreten und die deutschen Verhältnisse in ihrem wahren Licht erscheinen lassen; und dies umso mehr, als das Unternehmen des *Urwaldboten* seit seinem Erscheinen als ein deutsch-nationales angesehen werden kann.“³³⁰

Der Konsul behauptete also eine Übereinstimmung von Interessen mit jenen der Akteure im Deutschen Reich, also vorrangig den Verbänden, hinsichtlich des Handelsausbaus. Der *Urwaldbote* sah sich darüber hinaus aber auch als Interessenvertretung der deutschen Migrantengruppen innerhalb der brasilianischen Gesellschaft. Die Ausgabe der Zeitung in portugiesischer Sprache sollte ebenso als Sprachrohr der deutschen Wirtschaft und ihrer Interessen wie als Stimme der deutschstämmigen Migranten in Brasilien fungieren.

In Chile erschien am 01. Februar 1913 die erste Ausgabe der *Revista del Pacífico*.³³¹ Gründer der Zeitschrift, die von Chile aus entlang des Pazifiks bis nach Panama Verbreitung finden sollte, war Paul Oestreich, Chefredakteur der 1910 gegründeten *Deutschen Zeitung für Chile*.³³² Oestreich stand aus Anlass der Veröffentlichung des ersten Heftes der *Revista* in brieflichem Kontakt mit Gustav Steinmann, seinerseits Mitglied des bereits erwähnten Deutsch-Südamerikanischen Institutes, dem Oestreich seit 1913 ebenfalls angehörte.³³³ Ziel der illustrierten Zeitschrift sollte es sein, „[...] der spanisch sprechenden Bevölkerung der südamerikanischen Westküste Welt und Dinge nach deutscher Anschauung zu zeigen und den zahlreichen gegen Deutschland [...] gerichteten Darstellungen der Agence Havas, der Reuterbüros und der englischen und französischen Presse [...] entgegenzuarbeiten.“³³⁴ Weiter schrieb Oestreich:

„Sie sehen, dass auch Deutsche im Auslande an ihren bescheidenen Teil zur Erhöhung von Deutschlands Geltung und Einfluss in der Welt beizutragen sich Bemühen.“³³⁵

³³⁰ Ebenda, Bericht Kaiserlich Deutsches Konsulat Florianopolis an AA, Florianopolis, 12.02.1912.

³³¹ PA AA, R 16 682, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an AA, Santiago de Chile, 15.03.1913.

³³² Ebenda, Brief Oestreich an Heilbronn, Valparaíso, 04.01.1913; Young: Germans in Chile, S. 163.

³³³ Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts, H. 2 (1913), S. 187.

³³⁴ PAAA, R 16 682, Brief Oestreich an von Erckert, Valparaíso, 02.02.1913

³³⁵ Ebenda.

Oestreich machte darüber hinaus auf die handelspolitischen Vorteile aufmerksam, die eine solche Publikation mit sich bringen würde.³³⁶ Er plante, die Zeitschrift gratis hochrangigen Personen in Chile, Peru, Bolivien, Ecuador, Kolumbien und Panama zukommen zu lassen, ein Vorgehen, das während des Ersten Weltkrieges zu einem üblichen Prozedere der Propagandaverbreitung werden sollte. Die Zeitschrift sollte sich, so hoffte Oestreich, über Annoncen deutscher Handelshäuser selbst tragen können. Gustav Steinmann, zu jenem Zeitpunkt der Vizepräsident des Aufsichtsrates des DSI, bat Oestreich zudem um geeignetes Pressematerial, das in der Zeitschrift veröffentlicht werden sollte.³³⁷

Fast genau ein Jahr vor Beginn des Ersten Weltkrieges trat Oestreich dann mit noch größeren Plänen an die deutsche Gesandtschaft in Santiago heran. Spanisch- und portugiesischsprachige Zeitschriften, in ihrer Aufmachung der *Revista del Pacífico* ähnlich, sollten in Brasilien, Argentinien und Panama aufgebaut und über eine Zentralredaktion in Buenos Aires koordiniert werden. Auch wenn seine Pläne nicht in die Tat umgesetzt wurden, nahm Oestreichs Idee in einem Punkt die Organisation von Propaganda in Südamerika während des Krieges bereits vorweg, da er die wichtige Rolle von Buenos Aires als dem zentralen Nachrichtenknotenpunkt in der Region erkannt hatte.³³⁸

Als ersten Schritt zur Verwirklichung seiner Pläne begann Oestreich zunächst, Nachrichtenkorrespondenzen zusammenzustellen und diese unentgeltlich an andere Zeitungen entlang der Westküste zu versenden, so dass deutschfreundliche Artikel auch in Peru und Bolivien veröffentlicht werden konnten. Im Sommer 1914, kurz vor Kriegsausbruch, begann Oestreich auf eigene Kosten mit der Herausgabe der *Korrespondenz Südamerika*, um ein Gegengewicht zu der Berichterstattung französischer Nachrichtenagenturen zu schaffen. Insgesamt war der Erfolg des Unternehmens eher bescheiden. Der Aktivismus Oestreichs zeigt aber zum einen anschaulich, wie dringlich die Lage in Lateinamerika hinsichtlich der Möglichkeiten der Pressebearbeitung zunehmend eingeschätzt wurde, und zum anderen, in welchem engem Kontakt die Redaktionen der deutschsprachigen Zeitungen in Lateinamerika sowohl mit den Gesandten als auch mit Vertretern des deutschen Vereinswesens standen, wenn es um die Umsetzung von Pressearbeit ging.³³⁹

³³⁶ Ebenda, Brief Oestreich an Heilbronn, Valparaíso, 04.01.1913.

³³⁷ Ebenda.

³³⁸ Ebenda, Denkschrift »Ein deutscher Pressedienst für Südamerika« von Paul Oestreich, Valparaíso, Juli 1913.

³³⁹ Ebenda, Bericht Kaiserlich Deutsches Generalkonsulat für Chile, Valparaíso, 03.06.1914.

Gleiches gilt für den Besitzer der größten und einflussreichsten deutschen Zeitung in Südamerika, Hermann Tjarks. Seine *Deutsche La Plata Zeitung* wurde nicht nur in weiten Teilen der deutschsprachigen Gemeinden über die Grenzen Argentiniens hinaus gelesen, die Zeitung und ihre Redaktion waren auch wichtige Vermittler von Nachrichten im Gebiet des *Cono Sur*. Tjarks erhielt regelmäßig den *Asch-Dienst* und drahtete die empfangenen Telegramme an argentinische Zeitungen, aber auch nach Chile und Brasilien weiter.³⁴⁰ In Chile erhielt zum Beispiel *El Mercurio*, eine einflussreiche Tageszeitung, die während des Krieges stark für die Entente Partei ergreifen sollte³⁴¹, Telegramme über die Vermittlung der *Deutschen La Plata Zeitung*. Im Februar 1914 hatte der deutsche Gesandte in Buenos Aires bei Tjarks anfragen lassen, ob dieser die Herausgabe einer spanischsprachigen Zeitung, welche die deutsche Interessen in Argentinien vertreten sollte, betreuen würde. Tjarks hielt das Vorhaben für durchführbar, allerdings tat sich in der Angelegenheit bis zum Kriegsausbruch nichts.³⁴² Im Juni 1914 plante das Auswärtige Amt schließlich die Ausweitung des deutschen Nachrichtennetzes von Buenos Aires aus, wobei Tjarks Mitarbeit und Expertise als wichtige Faktoren für den Erfolg des Unternehmens betrachtet wurden.³⁴³

Etwa zur selben Zeit, im Frühling 1914, erreichte der deutsche Konsul Eugen Will die brasilianische Hauptstadt Rio de Janeiro, um dort eine „Presshauptstelle“ einzurichten, die dem Auswärtigen Amt zugehörig war.³⁴⁴ Wills finanzielle Mittel und Möglichkeiten waren dabei allerdings mehr als bescheiden. Dem Konsul wurden weder eigene Räumlichkeiten noch Mitarbeiter zur Verfügung gestellt, so dass er vorerst in allen Belangen auf die Unterstützung der in Rio ansässigen Firma Theodor Wille & Co. angewiesen blieb.³⁴⁵ Theodor Wille & Co. war eines der größten und finanzstärksten deutschen Handelshäuser in Brasilien. Der Export von Kaffee lag fast ganz in der Hand des Unternehmens.³⁴⁶ Dass der Konsul nun von der Großzügigkeit des Handelshauses abhängig war, veranschaulicht erneut,

³⁴⁰ PA AA, R 16 460, Brief Hermann Tjarks an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires, Buenos Aires, 03.06.1914.

³⁴¹ Der *Mercurio* druckte neben den Telegrammen englischer und französischer Provenienz auch weiterhin welche aus deutscher Herkunft ab, vgl. den Band *Chile en un mundo que cambia*. "El Mercurio" 1911-1920, hrsg. von Chantal Signorio L. Santiago 2007, S. 123.

³⁴² PA AA, R 16 460, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an AA, 11.02.1914

³⁴³ Ebenda, Brief Hermann Tjarks an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires, Buenos Aires, 03.06.1914.

³⁴⁴ PA AA, R 16595, Bericht Will an AA, Rio de Janeiro, 20.10.1914; vgl. auch Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 179.

³⁴⁵ PA AA, R 16 595, Bericht Will an AA, Rio de Janeiro, 20.10.1914.

³⁴⁶ Dehne: *Western Front*, S. 15; Compagnon: *América Latina*, S. 54.

wie essentiell die Beziehungen zwischen Diplomatie und vor Ort ansässigen Deutschen, hier in der Gestalt des deutschen Großhandels, waren, wenn Projekte über große Distanzen hinweg realisiert werden mussten.

Das ursprüngliche Ziel der neuen Presshauptstelle des Auswärtigen Amtes in Rio de Janeiro war die lokale wie regionale Etablierung des Transocean-Nachrichtendienstes gewesen. Die sich überschlagenden Ereignisse in Europa durchkreuzten diese Pläne jedoch, und Wills Aufgaben beschränkten sich im Sommer 1914 auf die „[...] Empfangnahme, Bearbeitung und Übersetzung der aus Deutschland über Pernambuco [...]“ eingehenden Telegramme, sowie ihre Weitergabe an die *Agencia Americana*.³⁴⁷ Da der Konsul den Großteil der Arbeit in Tag- und Nachtschichten allein bewältigen musste, war Will in den Tagen vor und nach Kriegsausbruch völlig überlastet.³⁴⁸

Das Beispiel Eugen Wills ist symptomatisch für die Lage der deutschen auswärtigen Kulturpropaganda in Lateinamerika zum Kriegsausbruch. Denn trotz aller Bemühungen konnte von einer professionellen Kultur- und Pressearbeit im Ausland noch keine Rede sein. Sie stellte vielmehr ein noch unausgereiftes Experimentierfeld dar. Die nachträglich geübte Kritik an der vermeintlichen Untätigkeit der Amtsträger im Deutschen Reich entbehrte somit nicht jeder Grundlage, redete aber durchaus erfolgreiche Unternehmungen, wie etwa die Gründung der *Transocean*, auch klein. Es gab sowohl im Deutschen Reich wie in Lateinamerika diverse transnational organisierte Akteure und Institutionen, die an einem Ausbau von Beziehungen aktiv mitgewirkt und die große Bedeutung von Kultur- und Pressearbeit für die auswärtige Politik und die Wirtschaft erkannt hatten.

1.2.1 DEUTSCHE PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA WÄHREND DES ERSTEN WELTKRIEGES: AKTEURE UND MAßNAHMEN

Trotz all jener Versuche, die Pressearbeit in den Jahren vor 1914 zu verbessern, kamen die meisten zeitgenössischen Betrachtungen deutscher Kommentatoren, die sich essayistisch oder pseudowissenschaftlich mit dem Phänomen der Kriegspropaganda auseinandersetzten, in ihrer Bewertung der Ereignisse in der

³⁴⁷ PA AA, R 121 950, Bericht Will an AA, Berlin, 06.06.1918. Die *Agencia Americana* war eine in Brasilien ansässige Agentur, die sich einer Kooperation mit den deutschen Diensten gegenüber offen gezeigt hatte, vgl. Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, S. 179.

³⁴⁸ PA AA, R 16 595, Bericht Will an AA, Rio de Janeiro, 20.10.1914.

Regel nicht ohne ein spezifisches Narrativ aus, das hier als Erzählung vom „Überraschungseffekt“ bezeichnet werden kann. Völlig unvorbereitet habe die Propaganda der Entente Deutschland getroffen und mit Erstaunen und Schrecken habe man beobachten müssen, mit welcher rasender Geschwindigkeit sich weltweit ein negatives Bild des Kaiserreiches verbreitet habe, dem die mangelhafte und meist nur unzulänglich improvisierte deutsche Gegenpropaganda wenig entgegenzusetzen gehabt habe. Dabei hätte man es, so meinten es nicht wenige zeitgenössische Stimmen, doch besser wissen müssen, denn seit Jahren hätten *Havas* und *Reuter* im Ausland gegen das Deutsche Reich gearbeitet.³⁴⁹

Die Propagandaoffensive der Entente mobilisierte eine imaginierte, gleichwohl nicht weniger bedeutsame „Weltöffentlichkeit“, die (ver-)urteilte, Partei ergriff und ihre politischen Entscheidungen von diesen Urteilen abhängig machen konnte. Öffentliche Meinung wurde zunehmend als kriegsentscheidender Faktor wahrgenommen und Propaganda war das Instrument, das die positive Einstellung der Neutralen dauerhaft sichern sollte. Der Krieg wurde so zu einem medialen Kommunikationsereignis, das auch diejenigen Teile der Welt, die nicht unmittelbar vom Kampfgeschehen betroffen waren, an den Ereignissen teilnehmen ließ und Interpretationen der Geschehnisse lieferte, die auch in den neutralen Ländern zu lebhaften Diskussionen Anlass gaben.³⁵⁰

Besonders deutlich wird dies, wenn man den Blick auf Lateinamerika richtet. Keine andere Weltregion war wohl, von einigen durchaus ernsthaften wirtschaftlichen Erschütterungen zu Kriegsbeginn abgesehen, so wenig direkt vom Krieg betroffen wie der südliche Kontinent. Und dennoch beherrschte der Konflikt von Beginn an die Presselandschaften Lateinamerikas, welche durch die neuen Anforderungen, die die Berichterstattung über den Krieg in Europa stellte, in einigen Regionen auch nachhaltig transformiert wurden.³⁵¹ Die Sympathien der meisten Blätter lagen dabei deutlich auf Seiten der Entente, was vor allem in einem Gefühl der Verbundenheit mit Frankreich und der Aktivierung panlatiner Gefühle der Verbrüderung begründet lag.³⁵² Der Überfall des Deutschen Reiches auf Belgien und die damit verbundene eklatante Verletzung des Völkerrechts, sowie die bald eintreffenden Berichte über die Gräueltaten deutscher Soldaten an der belgischen und französischen Zivilbevölkerung taten ein Übriges, die internationale Reputation Deutschlands schwer zu schädigen und die Legitimität

³⁴⁹ Vgl. u. a. Niessen-Deiters: Krieg, Auslandsdeutschtum und Presse, insbes. S. 5-7; Paul Rohrbach.: Woher es kam. Stuttgart 1919.

³⁵⁰ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 100ff.

³⁵¹ Ders.: Kriegausbruch 1914, S. 31; Vega Jiménez: Guerra, S. 16f.

³⁵² Rinke: Sog der Katastrophe, S. 102; Compagnon: América Latina, S. 67-69.

der deutschen Kriegserklärung gegen Frankreich in Frage zu stellen. Deutschland galt bald, und dies nicht unbegründet, als Hauptaggressor des Krieges. Die Propaganda der Entente verarbeitete die Übergriffe und die durch das deutsche Heer in Belgien und Frankreich verübten Massaker in den so genannten *atrocity stories*, welche die Grausamkeiten in einer expliziten, teils auch übertrieben reißerischen Sprache schilderten.³⁵³ Ein Großteil der lateinamerikanischen Tageszeitungen stützte sich in ihrer Berichterstattung zudem auf Nachrichtenquellen wie *Havas*, so dass nachrichtenrelevante Themen fast ausschließlich von französischen oder britischen Agenturen gesetzt wurden und die deutschfreundliche Presse auf diese meist nur noch reagieren konnte.³⁵⁴

Die deutsche Gegenpropaganda lief sowohl im In- wie im Ausland nur äußerst schleppend an. Dies lag nicht allein am propagandistischen Überraschungsangriff der Entente, der die unvorbereiteten amtlichen Stellen vor Entsetzen zu lähmen schien. Die deutschen Behörden konnten weder ihre Zusammenarbeit untereinander noch die Verteilung von Zuständigkeiten mit nicht- oder halbstaatlichen Institutionen zufriedenstellend klären, so dass eine zentrale Koordination geschweige denn eine effiziente Organisation nicht möglich war.³⁵⁵ Hinzu kamen Kompetenzgerangel zwischen den Zivilbehörden und der Obersten Heeresleitung (OHL) sowie eine strikte militärische Zensur bei Kriegsbeginn, die den Versand deutscher Zeitungen ins Ausland behinderte, was einen deutlichen Nachteil im Kampf um die Deutungshoheit der Kriegereignisse darstellte.³⁵⁶ Gerade in der Anfangsphase stießen inhaltlich oft grobschlächtig und journalistisch schlecht aufbereitete Beiträge zusätzlich auf Kritik.³⁵⁷ Die Durchtrennung der deutschen Unterseekabel durch die britische Marine in den ersten Kriegstagen erschwerte die Kommunikation zwischen Deutschland und den Amerikas zusätzlich.³⁵⁸ Dies führte in der Konsequenz dazu, dass lokalen

³⁵³ Die hohe Anzahl der von beiden Kriegsparteien veröffentlichten *atrocity stories* führte nach dem Ersten Weltkrieg dazu, diese ganz als propagandistische Erfindungen abzutun. John Horne und Alan Kramer konnten in ihrer wegweisenden Studie zeigen, dass die Berichte der Entente über die deutschen Kriegsverbrechen in Belgien und Frankreich keine reine Fiktion gewesen war, sondern auf tatsächlichen Ereignissen beruhten, vgl. John Horne, Alan Kramer: *German Atrocities, 1914. A History of Denial*. New Haven 2001.

³⁵⁴ Paddock: *German Propaganda*, S. 137.

³⁵⁵ Grupp: *Voraussetzungen und Praxis*, S. 804.

³⁵⁶ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 85f.

³⁵⁷ Piper: *Nacht über Europa*, S. 194; Kunczik: *Öffentlichkeitsarbeit*, S. 147.

³⁵⁸ Ebenda, S. 153.

Engagements, ähnlich wie in Spanien oder Italien, eine große Bedeutung in der Produktion und Distribution von Propaganda zukam.³⁵⁹

Im Folgenden sollen die wichtigsten Propagandainitiativen und -publikationen dargestellt werden, die für ein lateinamerikanisches Publikum konzipiert wurden und pro-deutsche Positionen vertraten. Aufgrund der Materialfülle kann hier nur ein Ausschnitt abgebildet werden, der allerdings exemplarisch auf bestimmte grundsätzliche Analogien sowohl in den angewandten Methoden sowie der Organisation deutscher Propaganda in Lateinamerika als auch bezüglich der Akteursstruktur verweist.³⁶⁰

1.2.1.1 PROPAGANDA FÜR LATEINAMERIKA AUS DEUTSCHLAND (1914–1919)

In den Jahren vor dem Kriegsausbruch hatte man damit begonnen, das deutsche Nachrichtenwesen in Übersee auf- und auszubauen. Jetzt konnte, trotz aller technischen Hindernisse und teilweise recht unausgereifter inhaltlicher Ideen, an die bereits bestehenden Initiativen und Kontakte angeknüpft werden, denn Kriegspropaganda für und in Lateinamerika bedeutete in erster Linie Pressepropaganda. Dies ist nicht sonderlich überraschend. Die Zeitung war bis in die 1920er Jahre das bedeutsamste Massenmedium der Epoche, und das galt für das Deutsche Kaiserreich ebenso wie für Argentinien oder Mexiko.³⁶¹ Dementsprechend wurde dem Pressewesen auch von deutscher Seite die größte persuasive Kraft für ihre Propagandakampagnen zugeschrieben:

„In Lateinamerika spielt bei der Pressepropaganda die Tageszeitung die Hauptrolle. In ihr drückt sich die wachsende Intensität des gesamten Volkslebens am mächtigsten aus; denn jeder, der Politiker, der Diplomat, der Gelehrte, der Künstler, der Arzt und der Techniker, drängt zur Tageszeitung. [...] Der Lateinamerikaner ist ein leidenschaftlicher Zeitungsleser, und es kommt ihm dabei zugute, dass die Blätter sehr billig sind.“³⁶²

Man konzentrierte sich daher auf die Herausgabe von Propagandapublikationen, die Aufrechterhaltung deutscher Nachrichtendienste, die Unterbringung von Nachrichtentelegrammen und Artikeln in geeignet erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften, sowie die Gründung eigener spanisch- oder portugiesischsprachiger Tageszeitungen. Und dies geschah nicht nur, wie zu zeigen sein wird, in Deutschland, sondern wurde vor allem in

³⁵⁹ Albes. *Worte wie Waffen*, S. 138ff.; Ostermann: *Duell der Diplomaten*, S. 33.

³⁶⁰ Vgl. hierzu Castells: *Communication Power*, S. 19.

³⁶¹ Vgl. u. a. Ángel Rama: *La Ciudad Letrada*. Hanover (U.S.A.) 1984, S. 79f.

³⁶² Steinmeyer: *Beiträge zur Kulturpropaganda*, S. 69.

Lateinamerika realisiert. Nicht zu vernachlässigen sind dabei noch weitere Propagandamaßnahmen wie allgemeine Printpropaganda, also Bücher oder Flugblätter, Fotografie und Film als visuelle Medien und Theater und Reden als performative *face-to-face*-Kommunikation, die ebenfalls zum Einsatz kamen. Daneben wurden auch wissenschaftliche Vorträge und Deutschkurse angeboten, die, anders als die oben genannten Maßnahmen, einen langfristigen Einstellungswandel zum Ziel hatten.³⁶³

Doch von welchen Interessen wurde die deutsche Auslandspropaganda für Lateinamerika überhaupt geleitet? Was rechtfertigte den Aufwand eines Pressekrieges am scheinbar anderen Ende der Welt? Prinzipiell ging es den Funktionsträgern im Deutschen Reich vor allem um die Wahrung der Neutralität der lateinamerikanischen Nationalstaaten, die die außenpolitische Voraussetzung dafür bildete, die guten Handelsbeziehungen möglichst nicht abreißen zu lassen.³⁶⁴ Auf den Punkt brachte es 1915 Paul Gast, der Deutschlands imperialen Traum von Lateinamerika in folgenden Worten zusammenfasste:

„Was bedeutet aber Südamerika uns Deutschen? Wir brauchen nicht unsere Handelshäuser ein einzeln aufzählen zu lassen, wie viele Rohstoffe wir in friedlichen Tagen von dort beziehen, nicht unsere Banken, wie große, durch den Schweiß deutscher Arbeit gesammelte Geldwerte dort ihre Verzinsung finden, nicht unsere Fabrikanten, wie viele Erzeugnisse deutschen Gewerbefleißes dort lohnenden Absatz finden, nicht unsere Volkswirte, wie vorteilhaft sich alle diese wirtschaftlichen Beziehungen in Zukunft werden ausbauen und vermehren lassen – wir brauchen nur daran zu denken, dass Deutschland eine dichtbevölkerte, arbeitsfreudige und kapitalreiche Weltmacht ist, die diesen Krieg mit dem Bewusstsein führt, dass er dem kommenden Geschlecht freie Bahn schaffen soll für die erdumspannende Betätigung deutscher Kraft, und wir können nicht zugeben, dass die Länder des lateinischen Amerikas, [...], mit ihren reichen Schätzen der Natur und ihren aufwärts strebenden Bevölkerungen dem Einfluss deutschen Geistes und der Betätigung deutscher Arbeit verschlossen werden könnten.“³⁶⁵

Lateinamerika sollte unbedingt als deutsche Einflussosphäre erhalten bleiben. Die große wirtschaftliche Relevanz der Region machte eine intensiviertere Propagandatätigkeit unumgänglich, wollte man verhindern, dass Großbritannien, Frankreich und die USA die Situation nutzten, um ihre eigene Position auf dem Kontinent zu stärken. Die Konflikte der Vorkriegsjahre um die wirtschaftliche Dominanz in Lateinamerika steigerten sich zwischen 1914 und 1919 zu einem

³⁶³ Ostrowski: Public Diplomacy, S. 42ff.

³⁶⁴ Kestler: Auslandsaufklärung, S. 118.

³⁶⁵ Gast: Deutschland und Südamerika, S. 11f.

Wirtschaftskrieg.³⁶⁶ Eine strikt neutrale Haltung der lateinamerikanischen Staaten zu erwirken sollte verhindern, dass Formen indirekter Hilfe, also zum Beispiel durch den vereinfachten Zugang zu Ressourcen, den Gegnern in die Hände spielten.³⁶⁷ Neben den staatlichen Stellen waren daher auch Wirtschaftsvertreter und Lateinamerika-Verbände in Deutschland bemüht, ihren Beitrag für eine überzeugende Propagandaoffensive zu leisten.³⁶⁸

Ab Mai 1915 war das Auswärtige Amt in vier Abteilungen gegliedert: die Politische Abteilung (IA), die Personal- und Verwaltungsabteilung (IB), die Handelspolitische Abteilung (II), die Rechtsabteilung (III), sowie die Nachrichtenabteilung (IV).³⁶⁹ Die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes war im Mai aus dem Pressereferat hervorgegangen.³⁷⁰ Hier wurden vor allem Informationen und Pressemeldungen aus dem Ausland gesammelt, die dann an Zeitungen im deutschen Inland weitergegeben wurden. Weitere Referate waren mit der Gestaltung und Publikation offizieller Schriftstücke betraut, die zu Propagandazwecken im feindlichen oder neutralen Ausland ausgegeben wurden. Darüber hinaus waren Pressesubventionen, also die Bezahlung einzelner Journalisten oder die Finanzierung ganzer Zeitungen für eine deutschfreundliche Berichterstattung ein beliebtes Mittel, über die die Diplomaten und konsularischen Stellen vor Ort verfügen konnten.³⁷¹

In engster Zusammenarbeit mit der Nachrichtenstelle stand die im Oktober 1914 eingerichtete Zentralstelle für den Auslandsdienst (ZfA).³⁷² Sie unterstand direkt dem Auswärtigen Amt und war allein zum Zwecke der Produktion und des Versandes von Propagandamaterial vor allem für das neutrale Ausland gegründet worden. Bis 1917 wurde sie von dem Diplomaten Alfons Freiherr Mumm von Schwarzenstein geleitet.³⁷³ Anfang 1917 wurde die Zentralstelle dann ganz in die

³⁶⁶ Dehne: *Western Front*, S. 1ff.

³⁶⁷ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 85.

³⁶⁸ Vgl. u. a. PA AA, R 16 595, Brief Deutsch-Brasilianischer Handelsverband an seine Mitglieder, Berlin 03.11.1914.

³⁶⁹ Heinz Günther Sasse: *Zur Geschichte des Auswärtigen Amtes*. In: *100 Jahre Auswärtiges Amt, 1870-1970*, hrsg. vom Auswärtigen Amt. Bonn 1970, S. 3

³⁷⁰ Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 51.

³⁷¹ Ostermann: *Duell der Diplomaten*, S. 27; Grupp: *Kulturpropaganda*, S. 807.

³⁷² Albes: *Worte wie Waffen*, S. 91; Grupp: *Kulturpropaganda*, S. 805; Wilke: *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 99.

³⁷³ Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 56; Wilke: *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 99.

Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes eingegliedert.³⁷⁴ Neben der Herstellung und dem Druck von geeignetem Propagandamaterial, meist in Form von Büchern oder Broschüren, legte die ZfA Pressespiegel an und sammelte Adressen möglicher Meinungsmultiplikatoren, den in den Quellen so genannten „Vertrauensmännern“.³⁷⁵ Allein die Anzahl der Adressen in Lateinamerika belief sich auf etwa 3700 Einträge, wobei der Großteil auf Brasilien, Argentinien und Chile fiel.³⁷⁶ Des Weiteren versuchte die ZfA auch gezielt ausländische Journalisten zu beeinflussen, indem diese zu Reisen durch Deutschland oder Frontbesuchen eingeladen wurden. Zu den umworbenen Journalisten gehörten zum Beispiel die Spanier Juan Pujol und Vicente Gay, deren deutschfreundliche Artikel nicht selten, wie im vierten Kapitel gezeigt wird, von der deutschen Presse in Lateinamerika aufgegriffen wurden.³⁷⁷ Neben den spanischen Journalisten weilte auch der argentinische Offizier Emilio Kinkelin als Korrespondent der großen Tageszeitung *La Nación* aus Buenos Aires während des Krieges in Deutschland und der Schweiz. Seine deutschfreundlichen Berichte gelangten in der *Nación* auch regelmäßig zum Abdruck.³⁷⁸ Kinkelins Telegramme wurden über die deutsche Botschaft in Washington nach Argentinien weitergeleitet.³⁷⁹ Nach Kriegsende wurde er zum Vertreter der Universum Film AG (Ufa) in Buenos Aires ernannt, wo er die Weiterverbreitung deutscher Filme organisieren sollte.³⁸⁰ Zu den wichtigsten Publikationen, welche die ZfA nach Lateinamerika versandte, kann die spanische Ausgabe der nationalliberalen *Hamburger Nachrichten*, der *Heraldo de Hamburgo*, gezählt werden. Von hanseatischen Kaufleuten ins Leben gerufen, redaktionell geleitet durch den Nicaraguaner Máximo Asenjo, war der *Heraldo* wohl eine der meist zitierten Nachrichtenquellen deutscher

³⁷⁴ Marc Frey: Der Erste Weltkrieg und die Niederlande. Ein neutrales Land im politischen und wirtschaftlichen Kalkül der Kriegsgegner. Berlin 1998, S. 287.

³⁷⁵ Albes: Worte wie Waffen, S. 91f.

³⁷⁶ Wilke: Deutsche Auslandspropaganda, S. 108.

³⁷⁷ Ebenda, S. 99; eine Reihe von Pujols Artikeln aus dem Madrider *ABC* findet sich beispielsweise in der deutschen Propagandazeitung *El Boletín de la Guerra* aus Mexiko wieder, siehe z. B. Militarismo inglés. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 04.06.1915, S. 3; vgl. außerdem Pujols Artikel La Alemania Imperial. In: *Eco Alemán*, Caracas, 27.01.1915 S. 7.

³⁷⁸ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 120. Kinkelin war eine wichtige Stütze General Félix Uriburus bei dessen Militärputsch 1930, vgl. hierzu Stefan Rinke: "The Birth Year of Revolutions": Latin American Debates about the Global Challenges of 1917-1919. In: ders., Wildt (Hrsg.): *Revolutions and Counter-Revolutions*, S. 204.

³⁷⁹ PA AA, R 16 460, Telegramm Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Washington an AA, Washington, 25.09.1914.

³⁸⁰ PA AA, R 121 302, Bericht (ohne Angabe des Verfassers), Berlin, 09.01.1919.

Propagandablätter in Lateinamerika.³⁸¹ Asenjo fertigte zudem eine nicht unbeachtliche Menge an spanischen Übersetzungen von Einzelpublikationen für die spanischsprachigen Länder an.³⁸² Er war außerdem Chefredakteur der *Revista Latinoamericana* (Berlin), die ab 1917 vom *Deutschen Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika* und dem *Deutsch-Argentinischen Centralverband* herausgegeben wurde.³⁸³ Darüber hinaus wurde speziell für die so genannten „iberischen“ Länder die Bildpublikation *Der Große Krieg in Bildern* durch die Zentralstelle vertrieben.³⁸⁴ Materialien dieser Art, also Presse- und Drucksachen, wurden per Post an die vor Ort ansässigen diplomatischen Vertreter oder eben an geeignete „Vertrauensmänner“ versandt, die sich dann um die Weiterverbreitung oder Platzierung von ausgewählten Artikeln in Zeitungen zu kümmern hatten.³⁸⁵

Angegliedert an die ZfA war auch die so genannte „Erzberger-Stelle“, das Nachrichtenbüro des Zentrumsabgeordneten Matthias Erzberger, das hauptsächlich mit der Aufgabe betraut war, die im Ausland lebenden Katholiken im deutschfreundlichen Sinn zu beeinflussen.³⁸⁶ Zu ihren wichtigsten

³⁸¹ PA AA, R 121 333, Schreiben Hilfsausschuss Pressekommission der Kaiserlich Deutschen Gesandtschaft an das DSI, Lima, 12.01.1916; vgl. außerdem u. a. Albes: *Worte wie Waffen*, S. 95f.; Martin: *Latin America*, S. 492f.

³⁸² Vgl. u. a. Houston Stewart Chamberlain: *Inglaterra y Alemania*. Traducción del alemán por el Dr. Máximo Asenjo. München 1915. Diese Übersetzung wurde auch in den deutschen Propagandazeitungen in Lateinamerika abgedruckt, vgl. u. a. *Inglaterra y Alemania*. Juicio del célebre literato inglés Houston Stewart Chamberlain. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 07.10.1915, S. 1; o.A.: *Bélgica y su neutralidad*. Documentos secretos encontrados por la administración alemana en los archivos del Estado mayor belga en Bruselas. Traducido por Máximo Asenjo. Buenos Aires 1915. Eine eigene Propagandaschrift Asenjós in deutscher Sprache war *Máximo Asenjo: Deutsche Kämpfer und deutscher Geist!* Hamburg 1915.

³⁸³ Vgl. Ausgabe *La Revista Latinoamericana*, 1 Jg., Nr. 1 (1917), S. 1.

³⁸⁴ Katz: *Deutschland*, S. 447.

³⁸⁵ Wilke: *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 109.

³⁸⁶ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 108-110; Ostermann: *Duell der Diplomaten*, S. 42; Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 61ff. In Lateinamerika waren es oftmals spanische Priester, die deutschfreundliche Positionen vertraten und diese auch offen verkündeten. Das laizistische Frankreich lehnten sie entschieden ab, denn es bot einem traditionellen und konservativ-katholischen Gesellschaftsbild, wie es der Klerus in Spanien und Lateinamerika vertrat, keinerlei gemeinsame Anknüpfungspunkte. Anders verhielt es sich mit der autoritären Gesellschaftsorganisation des Deutschen Reiches und der katholischen Habsburgermonarchie Österreich-Ungarns, die vom Klerus durchaus mit Wohlwollen betrachtet wurden. Die *Gaceta de Chile* veröffentlichte zum Beispiel vom 11. November 1915 bis zum 16. November 1915 eine Serie von Artikeln, die unter dem Titel *El Catolicismo y la Guerra. A los católicos chilenos. Artículos notabilísimos del P. Bruno Ibeas* auf der Titelseite anti-französische Ressentiments bemühten, um das Bild von Frankreich als katholische Nation zu demontieren. Bei dem Autoren handelte es sich um den spanischen Augustinermönch Bruno Ibeas, dessen Aufsätze und Essays in Spanien sehr bekannt waren. Insgesamt aber machte katholische Propaganda in den untersuchten Zeitungen und Monographien einen verhältnismäßig kleinen Anteil aus, und

Publikationen zählte die *Kriegs-Chronik*, die auch auf Spanisch erschien.³⁸⁷ In Buenos Aires wurde zudem eine Reihe von Broschüren mit dem Titel *Los alemanes. Cómo piensan, cómo hablan, cómo se defienden* herausgegeben, die auf Materialien der „Erzberger-Stelle“ beruhten. Die Reihe umfasste kurze Beiträge, verfasst von deutschen Theologen oder Geisteswissenschaftlern, zur Lage des Katholizismus in Deutschland.³⁸⁸ Die einzelnen Broschüren waren von dem deutschen Steyler-Missionar Johannes Langenstein übersetzt worden, der seit 1900 als Missionar in Chile tätig war, was annehmen lässt, dass die Reihe auch dort zirkulierte.

Die amtlichen Stellen standen mit den Nachrichtendiensten in engster Fühlung. Neben der Transocean, die nach Kriegsausbruch immer stärker in den Einflussbereich des Auswärtigen Amtes geriet, operierten auch die kleineren Agenturen, wie das WTB und der Asch-Dienst, im Rahmen ihrer Möglichkeiten weiter in Lateinamerika.³⁸⁹ Am 28. August 1914 wurde in Frankfurt am Main der Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge (NDLSPZ) ins Leben gerufen.³⁹⁰ Ähnlich wie beim Deutsch-Südamerikanischen Institut setzte sich das Gründungskomitee vornehmlich aus Vertretern des Handels- und Finanzwesens zusammen, darunter auch wichtige Industrielle aus dem Rhein-Main-Gebiet, Vertreter deutscher Handelshäuser mit Sitz in Lateinamerika, wie zum Beispiel Hermann Weil³⁹¹ für den Getreidegroßhändler

stellte somit in diesen Medien dominanten Topos dar, der regelmäßig bedient wurde. Die meisten Beispiele stammen aus Chile, vgl. hierzu u. a. El Catolicismo y la Guerra. A los católicos chilenos. Artículos notabilísimos del P. Bruno Ibeas. In: *Gaceta de Chile*, 11.11.1915 bis 16.11.1915, S. 1; vgl. auch Lo que pienso como católico. In: Ebenda, 12.10.1915, S. 2; El Catolicismo y la Guerra. A los católicos chilenos. Artículos notabilísimos del P. Bruno Ibeas. In: Ebenda, 11.11.1915 bis 16.11.1915, S. 1; vgl. auch Lo que pienso como católico. In: Ebenda, 12.10.1915, S. 2; Deberes religiosos del soldado alemán. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 22.08.1914, S. 3; La Iglesia católica y la guerra. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 20.11.1917, S. 1; La guerra alemana y el catolicismo. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 09.09.1915, S. 2.

³⁸⁷ Albes: Worte wie Waffen, S. 109.

³⁸⁸ Einzelne Nummern der Reihe einsehbar in der Nationalbibliothek Buenos Aires, vgl. N° IV, Pedro (Peter) Lippert: El Culto de Dios en el pueblo alemán. Buenos Aires 1916; N° VIII, Dr. Jorge (Johannes) Pfeilschifter: El Cuidado espiritual de los soldados y la vida cristiana en el ejército alemán. Buenos Aires 1917; N° XI, Dr. Germán (Hermann) Platz: El Kulturkampf francés y el alemán en sus Causas y en sus Consecuencias. Buenos Aires 1917; N° XII, Dr. Goetz Briefs, Friburgo: El Militarismo alemán. Buenos Aires 1918.

³⁸⁹ Klee; Transocean GmbH, S. 154.

³⁹⁰ Albes: Worte wie Waffen, S. 101.

³⁹¹ Hermann Weils Sohn, Felix Weil, sollte sein Erbe aus dem Getreideimperium später gut investieren, nämlich in das Frankfurter Institut für Sozialforschung. Vgl. Jeanette Erazo Heufelder: Der argentinische Krösus. Kleine Wirtschaftsgeschichte der Frankfurter Schule. Berlin 2017.

Weil Hermanos aus Buenos Aires, sowie ehemalige lateinamerikanische Diplomaten, etwa Fritz Panizza, der sich nun in Frankfurt a.M. als Weingroßhändler betätigte.³⁹² Wichtigstes Anliegen des Dienstes war es, *Havas* und *Reuter* auf dem lateinamerikanischen Markt Konkurrenz zu machen.³⁹³ Langfristig wurden dabei wieder einmal vor allem handelspolitische Ziele verfolgt.³⁹⁴ Der Nachrichtendienst brachte unter seinem Namen eine eigene Publikation auf Deutsch, Spanisch und Portugiesisch heraus, die unter anderem über den *Deutschen Nachrichtendienst für Spanien* in Barcelona distribuiert wurde.³⁹⁵ Insgesamt konzentrierten sich die Meldungen auf das Kriegsgeschehen an West- und Ostfront, wobei oft so genanntes „amtliches Material“ übersetzt wurde.³⁹⁶ Artikel, die erkennen gelassen hätten, dass sich die Publikation an ein lateinamerikanisches Publikum richtete, waren im Vergleich zu den in Lateinamerika entstandenen Zeitungen, wie im zweiten Teil der Arbeit zu sehen, hingegen eher selten vertreten.³⁹⁷

Der Nachrichtendienst stand in ständigem Austausch mit dem Auswärtigen Amt und wurde von diesem bis 1917 auch finanziell unterstützt.³⁹⁸ Der NDLSPP leitete Privatbriefe an das Auswärtige Amt weiter, die über die Lage der Deutschen sowie die deutschen Propagandabemühungen in Lateinamerika berichteten und pflegte ein Netz informeller Mitarbeiter, die sich vor Ort um die Weiterverbreitung und Unterbringung der Berichte der NDLSPP-Publikation in lateinamerikanischen Zeitungen kümmern sollten.³⁹⁹ Der Versand von

³⁹² BA-B R 901/72258 Brief NDLSPP an ZfA, Frankfurt a.M., 10.09.1915; Ebenda, Brief Eduard Dettmann an Legationsrat von Hahn, ZfA, Berlin, 20.12.1917; Albes: Worte wie Waffen, S. 101.

³⁹³ PK SBB Krieg 1914/24585 Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, Frankfurt a.M., 28.08.1914; Albes: Worte wie Waffen, S. 101.

³⁹⁴ PA AA R 121 950, Denkschrift »Über den Ausbau des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge in Frankfurt a.M.«, Frankfurt a.M., November 1917, gez. Dr. E. Dettmann, Max Fleischer, F. Panizza; vgl. außerdem Albes: Worte wie Waffe, S. 103.

³⁹⁵ Das Blatt erschien auf Spanisch sowohl unter dem Titel *Servicio de Informes para los países de idioma español y portugués* als auch unter dem Namen *Servicio de Informaciones para la América Latina*, eine portugiesische Version existierte ebenfalls in beiden Varianten. Zu den Publikationen vgl. auch Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 2, S. 435.

³⁹⁶ Albes: Worte wie Waffen, S. 102; PK SBB Krieg 1914/24585 Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, Frankfurt a.M., 28.08.1914.

³⁹⁷ Vgl. z. B. El centenario de la independencia de Argentina. In: *Servicio de Informaciones para la América Latina*, Frankfurt a.M., 12.07.1916.

³⁹⁸ BA-B R 901/72256 Nachrichtendienst Frankfurt a. M., 02.11.1914–08.11.1915; BA-B R 901/72257 Nachrichtendienst Frankfurt a.M. 24. 01.1915–11. 11.1915.

³⁹⁹ BA-B R 901/72255 Schreiben NDLSPP an ZfA, Frankfurt a.M., 16.12.1914. Der NDLSPP verfügte in fast jeder lateinamerikanischen Hauptstadt über einen Vertrauensmann,

Druckschriften nach Lateinamerika, darunter unter anderem auch das Deutsche Weißbuch, lief über die Hafenstädte Amsterdam und Genua, wenngleich der Seeweg als nicht besonders zuverlässig galt. Insbesondere der Kriegseintritt Italiens auf Seiten der Entente am 23. Mai 1915 erschwerte die Lage weiter.⁴⁰⁰ Weitere Versandschriften waren unter anderem *Der große Krieg in Bildern*, eine Publikation der Transocean, sowie weitere deutsche Tageszeitungen, unter anderem der bereits erwähnte *Heraldo de Hamburgo*.⁴⁰¹ Die Zusammenarbeit mit den offiziellen Stellen, der Nachrichtenstelle des AA und der ZfA, blieb konstant eng. Die ZfA kümmerte sich beispielsweise mit um den Versand der Publikationen des Nachrichtendienstes nach Lateinamerika.⁴⁰² Erst Ende 1917 wurden dem NDLSPPZ vom Auswärtigen Amt, trotz entschiedenen Protesten des Vorstandes, die Mittel gestrichen, da die telegrafische Verbindung nach Lateinamerika als dauerhaft unterbrochen galt und postalische Zusendungen größtenteils abgefangen wurden, bevor sie ihr Ziel überhaupt erreichten. Die Finanzierung des Dienstes erschien somit nicht weiter sinnvoll.⁴⁰³

Dem Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge gelang es trotz aller Bemühungen nicht, der Transocean ernsthaft den Rang abzulaufen. Zwar kooperierte der Dienst aus Frankfurt eng mit den Nachrichtenstellen des Auswärtigen Amtes, doch die TO stellte sich im Verlauf des Krieges ganz in den Dienst des Staates.⁴⁰⁴ Von zentraler Wichtigkeit für ihre einflussreiche Stellung war der Zugang zur noch jungen Funktechnologie. In Nauen bei Berlin und in Hannover standen Hochfrequenzmasten, die bei guter Wetterlage auch über den Atlantik funken konnten. Von dort aus gelangten ab dem Frühjahr 1915 Nachrichten und Informationen regelmäßig nach Sayville/New York und Tuckerton/New Jersey.⁴⁰⁵ Seit 1911 befand sich die Station Sayville unter dem Namen Atlantic Communication Company im Besitz

vgl. BA-B R 901/72258 Schreiben NDLSPPZ an ZfA, Frankfurt a.M., 16.03.1916, 09.02.1916 und 12.02.1916.

⁴⁰⁰ BA-B R 901/72256 Schreiben NDLSPPZ an ZfA, Frankfurt a.M., 11.03.1915; PA AA, R 16460, Schreiben NDLSPPZ an AA, Frankfurt a.M., 11.11.1914; vgl. auch Albes: *Worte wie Waffen*, S. 103.

⁴⁰¹ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 102, 105; Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 95.

⁴⁰² BA-B R 901/72258 Zentralstelle für Auslandsdienst, Schreiben NDLSPPZ an ZfA, Frankfurt a.M., 16.03.1916.

⁴⁰³ BA-B R 901/72258 Schreiben Nachrichtenabteilung AA an NDLSPPZ, Berlin, 13.12.1917; vgl. auch Albes: *Worte wie Waffen*, S. 104.

⁴⁰⁴ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 105f.

⁴⁰⁵ Erst im Sommer 1915 lief der TO-Dienst über Funk verhältnismäßig stabil, vgl. PA AA R 121902, Schreiben Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Washington, Buenos Aires, 27.08.1915.

der deutschen Firma Telefunken.⁴⁰⁶ Über den Zwischenweg der deutschen Botschaft in Washington gelangten die Meldungen per Telegrafie dann weiter nach Mittel- und Südamerika. Die *Deutsche Zeitung von Mexiko* bemerkte im Mai 1915:

„Die Anlage von Sayville ist [...] von höchster Bedeutung für Deutschland in dieser Kriegszeit, wo unsere Feinde, insbesondere England, das Ausland immer wieder durch falsche und entstellte Berichte getäuscht und uns zu schaden versucht haben.“⁴⁰⁷

In Mexiko D.F. verfügte die Transocean in der Person von Dr. Schuhmacher, einem aktiven Mitglied der dortigen deutschen Kolonie, über einen eigenen Vertreter, der die Informationen an die zentralamerikanischen Staaten weiterleitete, wo wiederum freiwillige Mitarbeiter für die Unterbringung der Meldungen in der Tagespresse Sorge zu tragen hatten.⁴⁰⁸ Pro-deutsche Zeitungen von den USA bis nach Südchile erhielten so mehr oder minder kontinuierlich TO-Depeschen, die auch unter dem Namen „Tausend-Worte Dienst“ bekannt waren.⁴⁰⁹ Erst der Kriegseintritt der USA und die Konfiszierung der Funkstationen an der US-Ostküste führten faktisch zu einer Einstellung des Dienstes der Transocean.⁴¹⁰

Außer NDLSPZ und der TO operierte auch Wolff's Telegraphisches Büro über einen Vertreter in New York weiter, es konnte aber nicht, wie sich bereits in den Vorkriegsjahren abgezeichnet hatte, zur Transocean in Konkurrenz treten.⁴¹¹ Die *Continental-Correspondenz* des Asch-Dienstes hingegen sandte im Herbst 1914, ebenfalls über New York, Telegramme nach Übersee, die von dem dortigen Vertreter der argentinischen *Deutschen La Plata Zeitung*, Hermann Tjarks Jr., sowohl nach Südamerika als auch nach Shanghai weitergekabelt wurden.⁴¹²

Neben den deutschen Nachrichtenagenturen und der Presse engagierten sich vor allem die Lateinamerikavereine im Bereich der Presse- und Kulturpropaganda. So brachte der Deutsch-Brasilianische Handelsverband

⁴⁰⁶ Fuchs: Anfänge der drahtlosen Telegraphie, S. 127

⁴⁰⁷ Die Station Sayville. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 19.05.1915, S. 4.

⁴⁰⁸ Katz: Guerra Secreta, S. 503; Regina Wagner: Los alemanes en Guatemala, 1828–1944. Guatemala 1991, S. 250. In Nicaragua saß beispielsweise Georg Heinsch für die TO in Managua, vgl. PA AA R 123107, Telegramm Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Guatemala an AA, 18.06.1915.

⁴⁰⁹ Klee: Transocean GmbH, S. 144; Kestler: Auslandsaufklärung, S. 76.

⁴¹⁰ Fuchs: Anfänge der drahtlosen Telegraphie, S. 128.

⁴¹¹ Katz: Guerra Secreta, S. 503.

⁴¹² PA AA, R 16 460, Telegramm AA an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Buenos Aires, 24.10.1914.

(DBH) ab November 1914 in einer Auflage von 2000 Exemplaren ein eigenes Organ, die *Revista Teuto-Brasileira*, heraus. Die Zeitschrift wurde gratis an „alle maßgebenden Persönlichkeiten in Brasilien versandt.“⁴¹³ Auch der Deutsche Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika (DWSM), der aus dem Wunsch nach engerer Zusammenarbeit zwischen dem Deutsch-Brasilianischen Handelsverband und dem Deutsch-Argentinischen Centralverband 1915 hervorgegangen war, beteiligte sich oft im Verbund mit anderen Institutionen aktiv an den Propagandainitiativen und brachte einen eigenen Nachrichtendienst heraus.⁴¹⁴ Dieser fasste allerdings vor allem Wirtschaftsnachrichten zusammen.⁴¹⁵ So wie das Vereinswesen schon vor dem Krieg die auswärtige Kulturpolitik des Deutschen Reiches energisch vorangetrieben hatte, brachte es sich auch jetzt in die Produktion von Propagandamaterial sowie in die Organisation seiner Distribution ein. Gerade die Lateinamerikaverbände verfügten über ein gut ausgebautes Mitgliedernetzwerk in Übersee, das nun für die Aufgabe der Verteilung und Unterbringung von Propagandamaterial in lokalen Zeitungen aktiviert werden konnte.⁴¹⁶ Dabei standen die Vereine mit dem Auswärtigen Amt in Austausch, informierten über eigene Initiativen oder leiteten Stimmungsbilder weiter, blieben aber in ihrer Arbeit formell unabhängig.⁴¹⁷ Zudem versuchten auch Privatpersonen per Brief mit ihren Bekannten und Verwandten in Übersee Kontakt aufzunehmen und auf diese Weise Material zu versenden, wobei zumindest ein Fall bekannt ist, bei dem der Versand über die argentinische Legation in Hamburg laufen sollte. Die Engländer fingen ein Telegramm mit entsprechenden Instruktionen ab und reichten beim argentinischen Außenministerium Beschwerde ein.⁴¹⁸ Der argentinische Konsul hatte darüber hinaus bereits 1914 zugegeben, dass er unter anderem Exemplare der spanischen

⁴¹³ PA AA, R 16 595, Rundbrief DBH, Berlin, 03.11.1914. Die *Revista Teuto-Brasileira* fand darüber hinaus auch Abnehmer in Portugiesisch-Westafrika, vgl. PA AA, R 16595, Brief (ohne Angabe des Verfassers) an DBH, Bolama, Bergedorf bei Hamburg, 02.12.1914.

⁴¹⁴ PA AA, R 121 009, Brief Otto Herrmann an Deutelmöser AA, Berlin, 18.05.1918; vgl. auch Kloosterhuis: *Friedliche Imperialisten*, Bd. 2, S. 791ff.

⁴¹⁵ Vgl. u. a. *Nachrichtendienst des Deutschen Wirtschaftsverbandes für Süd- und Mittelamerika e.V.*, Berlin, 11.08.1916.

⁴¹⁶ PA AA, R 121 950, Schreiben DBH an AA, Berlin, 22.04.1916; PA AA, R 121009, Schreiben Nachrichtenabteilung AA an DBH, DSI, Deutschen Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika, IAI, IAG (Hamburg), DAC, *Heraldo de Hamburgo*, Berlin, 04.07.1918.

⁴¹⁷ Vgl. u. a. PA AA, R 16 595, Brief Maschke an AA, Berlin, 23.11.1914; PA AA, R 121 009, Brief Otto Herrmann an AA, Berlin, 18.05.1918; PA AA, R 121 292, Brief DAC, DBH u. a. an AA, Berlin, 30.09.1919.

⁴¹⁸ AMREC, Serie 33, AH/0017, Guerra Europea – Medida de Guerra - Neutralidad, 1914-1918, Nr. 17, Nr. IIc2. Schreiben der britischen Botschaft Buenos Aires an das argentinische Außenministerium, Buenos Aires, 30.06.1916.

Ausgabe der Hamburger Nachrichten über die Poststelle des Konsulats nach Buenos Aires versendet hatte.⁴¹⁹

Sowohl die Handelsverbände als auch die von der Privatwirtschaft getragenen Nachrichtendienste verfolgten eine langfristige Strategie bezüglich ihrer Zielsetzungen. Der Ausbau von Nachrichtenagenturen nach sowie der Erwerb eigener Periodika in Lateinamerika sollte über das Kriegsende hinaus erfolgen und dauerhaft vor allem die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika weiter ausbauen und zu festigen helfen.⁴²⁰ Dies entsprach auch den Wünschen der in Lateinamerika lebenden Kaufleute und Vertreter deutscher Geschäftshäuser, wie das folgende Zitat über den Ausbau des deutschen Handels mit Brasilien zeigt:

„Auch nach erfolgtem Friedensschluss scheint es doch wohl zweckmäßig, sich der deutschen Zeitungen anzunehmen, um nicht bloß in deutscher, sondern auch in portugiesischer Sprache für die deutsche Sache einzutreten. Es ist in Handels- und Industriekreisen genügsam bekannt, dass Brasilien ein außerordentlich aufnahmefähiges Land für die Zukunft sein wird und dass die spezielle Bearbeitung dieses beinahe jungfräulichen Bodens vielleicht einen Ersatz für die in Ostasien eingeschränkten Handelsbeziehungen geben kann.“⁴²¹

Der Wunsch nach Konsolidierung und Ausbau der wirtschaftlichen Verbindungen durch Propaganda, der auch schon vor dem Krieg aus Industrie- und Handelskreisen an die zuständigen Ministerien zum Ausdruck gebracht worden war, klang also trotz des Krieges nicht ab, sondern wurde im Gegenteil immer stärker eingefordert. Die meisten deutschen Export- und Importhäuser mit Sitz in Lateinamerika erlitten durch den Krieg massive Einbuße. Die ab 1916 von Großbritannien erstellten schwarzen Listen, die jede Form von Geschäftsbeziehungen mit deutschen Unternehmen verhindern sollten, taten ihr Übriges, um den Handel weiter zu schwächen.⁴²² Die Deutschen standen diesem Vorgehen machtlos gegenüber. Der Blick der Verbände richtete sich daher durchaus begründet in die nahe Zukunft. In der Zeit „nach dem Kriege“ sollte möglichst schnell an die für das Deutsche Reich wirtschaftlich mehr als

⁴¹⁹ AMREC, Serie 33, AH/0023, Guerra Europea – Funcionarios argentinos, 1914-1918, Nr. 17, Nr. IIe1. Schreiben des argentinischen Generalkonsulats in Hamburg an das argentinische Außenministerium, Hamburg, 12.10.1914.

⁴²⁰ PA AA, R 16 595, Protokoll der Vorstands- und Ausschuss-Sitzung des DBH, Berlin, 25.11.1914.

⁴²¹ PA AA, R 121 944, Brief Dr. P.W. Uhlmann an AA, São Paulo, 08.04.1915.

⁴²² Compagnon: América Latina, S. 130; Dehne: Western Front, S. 99; Rinke: Sog der Katastrophe, S. 93.

erfolgreichen Vorkriegsjahre angeknüpft werden.⁴²³ So informierten der Deutsche Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika, der Deutsch-Argentinische Centralverband und der Deutsch-Brasilianische Handelsverband bereits im Mai 1918 das Auswärtige Amt über ihre Pläne zur Weiterführung der Herausgeberschaft der *Revista Latinoamericana* in spanischer Sprache, beziehungsweise einer portugiesischen Ausgabe, *A Revista Latino-Americana*, nach Kriegsende:

„Die vornehm ausgestatteten Zeitschriften sollen durch fesselnd geschriebene, gut illustrierte Aufsätze über Deutschlands politisches und wirtschaftliches Leben, über die Leistungen der deutschen Industrie, Technik und Schifffahrt, und über die deutsche Wissenschaft das Interesse der gebildeten Südamerikaner am deutschen Kulturbesitz wecken und vertiefen.“⁴²⁴

Der Krieg habe, so Otto Herrmann, der Geschäftsführer des Deutschen Wirtschaftsverbandes für Süd- und Mittelamerika, gezeigt, wie unerlässlich eine effiziente „Werbung für deutsche Kultur“⁴²⁵ sei. Damit kritisierte Herrmann indirekt auch die bislang geleistete Propagandaarbeit des Auswärtigen Amtes vor und während des Krieges. Gleichzeitig aber waren die Vertreter von Wirtschaft und Handel ebenso wenig in der Lage, die von den Alliierten durchgesetzte Nachrichtenkontrolle und Zensur wirksam zu umgehen. Insofern erschien es spätestens ab 1917 nur schlüssig, Energie und Geld lieber in zukünftige Projekte für die Nachkriegsjahre zu investieren. Gleiches gilt für den Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, der schon im April 1918 begann, Vorkehrungen für die Friedenszeit zu treffen. Dazu gehörte unter anderem die Herausgabe von neuen Zeitschriften auf Spanisch und Portugiesisch, denen auch die Aufgabe zukommen sollte, „[...] der Eigenliebe der Südamerikaner zu schmeicheln.“⁴²⁶

⁴²³ Formulierungen wie „nach dem Krieg“ finden sich im gesichteten Quellenmaterial immer wieder in Bezug auf die Weiterführung der im Krieg begonnenen Propaganda- und insbesondere der Pressearbeit, vgl. u. a. PA AA, R 121 009, Brief Otto Herrmann (Geschäftsführer Deutscher Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika e.V.) an AA, Berlin, 18.05.1918; PA AA, R 121 950, Denkschrift »Über den Ausbau des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge in Frankfurt a.M.«, Frankfurt a.M., November 1917; PA AA, R 121 292, Denkschrift Verlag und Redaktion der Deutschen Zeitung von Mexiko, 21.08.1919, PA AA, R 16 596, Brief Otto Weil an Alfredo Ebel, Rio de Janeiro, 27.02.1915.

⁴²⁴ PA AA, R 121 009, Schreiben Otto Herrmann an Deutelmoser, Nachrichtenabteilung Auswärtiges Amt, Berlin, 18.05.1918.

⁴²⁵ Ebenda.

⁴²⁶ BA-B, R 901/72258 Fritz Panizza, Max Fleischer, & Eduard Dettmann: Denkschrift NDLSPP an ZfA, Frankfurt a.M., 15.04.1918.

Außerdem wurde die weitere Beeinflussung der Presse Lateinamerikas als wichtiges Ziel des Nachrichtendienstes formuliert. Gerade angesichts des Rückschlages der deutschen auswärtigen Propaganda durch die Blockade sollten bereits jetzt die ersten Vorbereitungen getroffen werden, „[...] um vom ersten Augenblick an, wo die internationalen Beziehungen wieder angeknüpft werden können, zur Stelle zu sein.“⁴²⁷ Von Maßnahmen, die die gegenwärtige Lage hätten verbessern können, war hingegen mit keinem Wort die Rede. Im Januar 1919 stellte das Auswärtige Amt die finanzielle Unterstützung des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge endgültig ein.⁴²⁸ Schon Ende 1917 hatte das Auswärtige Amt die Subventionierung des Dienstes mit einer Summe in Höhe von 4000 Mark monatlich in Frage gestellt, was zeigt, dass die auswärtige Propaganda für Lateinamerika zu diesem Zeitpunkt nicht mehr ernstlich von Deutschland aus organisiert werden konnte.⁴²⁹ Die großen Pläne, die 1918 noch geschmiedet worden waren, konnten somit nicht umgesetzt werden und der Dienst versank in den Folgejahren in der Bedeutungslosigkeit.⁴³⁰

Auch das Deutsch-Südamerikanische Institut konnte allem Aktionismus zum Trotz keine durchschlagenden Erfolge erzielen. Mit der Zeit mehrte sich bei der Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amts gar Unmut über seine beiden Publikationen *El Mensajero de Ultramar* und *O Transatlántico*, die weder inhaltlich noch stilistisch den Geschmack ihrer potentiellen Leserschaft zu treffen schienen.⁴³¹ Hinzu kam, dass der Versand der Zeitschriften sich zunehmend schwieriger gestaltete, so dass auch die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes bald von einer weiteren Förderung der Publikationen absah.⁴³² Als weitere Reaktion auf die als ungenügend erscheinende Arbeit des DSI wurde 1916 auf Initiative Hamburger Handelskreise hin die Ibero-Amerikanische Gesellschaft e.V. (IAG) gegründet.⁴³³ Die Einrichtung ging aus dem Hamburgisch Ibero-Amerikanischen Verein (IAV) hervor und verfolgte ganz ähnliche Ziele wie das Deutsch-Südamerikanische Institut,⁴³⁴ wollte sich aber nicht in dieses eingliedern, da das DSI eben nicht den an es gestellten Aufgaben gewachsen schien, „[...] eine

⁴²⁷ Ebenda.

⁴²⁸ Ebenda, Schreiben Eduard Dettmann, Eduard & Max Fleischer an AA, Nachrichtenabteilung, Frankfurt a.M., 09.01.1919.

⁴²⁹ BA-B, R 901/72258, Vorlage an Konsul Will, ZfA, Berlin, 19.01.1917.

⁴³⁰ Der NDLSPPZ wird in der gängigen Sekundärliteratur nicht mehr erwähnt, vgl. u. a. Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik.

⁴³¹ PA AA, R 121 333, Schreiben Nachrichtenabteilung AA an DÜ, Berlin, 01.03.1917.

⁴³² Ebenda.

⁴³³ Katz: Guerra Secreta, S. 500

⁴³⁴ Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 2, S. 799.

umfassendere Förderung der gesamten kulturellen Beziehungen zu Südamerika durchzuführen.“⁴³⁵ Des Weiteren hatte man mit Hamburg einen Standort gewählt, der als Handelshafen traditionell enger mit Lateinamerika verbunden war als Aachen oder Köln, wo das DSI ansässig war.⁴³⁶ Die Gründung der Ibero-Amerikanischen Gesellschaft mündete in einem Kompetenzgerangel mit dem DSI, das sich in seiner Stellung bedroht fühlte.⁴³⁷ Langfristig konnte sich aber das Hamburger Institut durchsetzen und zur bedeutendsten wissenschaftlichen deutschen Lateinamerika-Institution aufsteigen.⁴³⁸

Am 24. Juni 1918 fand ein informelles Treffen der Verbände mit dem Auswärtigen Amt statt, bei dem über das weitere Vorgehen in Lateinamerika bezüglich der Propagandaarbeit beraten werden sollten. Eugen Will vertrat das Auswärtige Amt, außerdem waren die Vorsitzenden des Deutsch-Brasilianischen Handelsverbandes, des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, des Deutsch-Südamerikanischen Institutes, des Deutschen Wirtschafts-Verbandes für Süd- und Mittelamerika, des Ibero-Amerikanischen Institutes, der Ibero-Amerikanischen Gesellschaft, des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes sowie die Redaktion des *Heraldo de Hamburgo* zu der Besprechung erschienen.⁴³⁹ Damit waren alle wichtigen Akteure anwesend, die während des Krieges innerhalb des Deutschen Reiches an der Organisation von Propaganda für Lateinamerika beteiligt waren. Grundsätzlich herrschte über das weitere Vorgehen Einigkeit. Neben der zu erwartenden Fokussierung auf den Ausbau der Pressepropaganda waren vor allem Maßnahmen geplant, die langfristig ein positives Deutschlandbild in Lateinamerika zu vermitteln helfen sollten. So vergab der *Deutsch-Argentinische Centralverband* Stipendien, die argentinischen Studenten ein Studium an einer deutschen Universität ermöglichen sollten. Das Stipendiensystem sollte auch auf andere lateinamerikanische Staaten ausgeweitet werden. Zudem wurden Wünsche nach einer besseren interinstitutionellen Koordination und Zentralisierung der Propagandaorganisation laut.⁴⁴⁰

Dass es allerdings bis zum Sommer 1918 gedauert hatte, bis ein solches Koordinierungstreffen der wichtigsten Akteure in Deutschland zustande kam,

⁴³⁵ PA AA, R 121 009, Schreiben Ibero-Amerikanische Gesellschaft e.V. an AA, Hamburg, 08.05.1918.

⁴³⁶ Ebenda.

⁴³⁷ Ebenda, Brief Prof. Dr. Schädel an AA, Hamburg, 08.05.1918.

⁴³⁸ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 436; Kloosterhuis: Friedliche Imperialisten, Bd. 2, S. 804.

⁴³⁹ PA AA, R 121 009, Bericht und Sitzungsprotokoll Eugen Will an AA, Berlin, 04.07.1918.

⁴⁴⁰ Ebenda.

zeigt eines der Grundprobleme der deutschen Auslandspropaganda während des Ersten Weltkrieges auf. Die in diesem Kapitel nur grob skizzierte Komplexität der Organisation auswärtiger Propaganda des Deutschen Reiches während des Ersten Weltkrieges nach Lateinamerika lässt erahnen, welche Schwierigkeiten aus der mangelnden gemeinsamen Koordination und den inhaltlichen Differenzen zu entstehen vermochten. Wenn Peter Grupp von einem „[...] Bild chaotischer Verhältnisse mit einem permanenten Neben-, Durch- und Gegeneinander amtlicher, halbamtlicher und privater Institutionen, mit ständigen Reorganisationen, mit unklaren und sich überschneidenden Kompetenzen [...]“⁴⁴¹ spricht, so trifft er wohl den Kern der Sache. Neben den staatlichen und halbstaatlichen Akteuren ließen es sich auch Privatpersonen und Firmen nicht nehmen, per Post Material an Bekannte oder Geschäftsfreunde nach Lateinamerika zu schicken.⁴⁴² Kritische Stimmen, wie die nachfolgende aus Brasilien, ließen nicht lange auf sich warten:

„Wer hier beobachtete, wie vielfach die Publikationen, teilweise in schauerhaftem Portugiesisch, plan- und sinnlos, von Seite unserer Landsleute in der alten Heimat verteilt wurden, ohne Organisation oder Zentralisierung, dem musste von vornherein klar sein, dass eine wirksame Propaganda nicht erreicht werden konnte und wird auch nichts anderes erwartet haben. Anstatt dass drüben durch Zentralstellen an einige wenige verlässliche Personen oder Firmen zur weiteren planmäßigen, vernünftigen Verteilung die Drucksachen gesandt wurden, zog man es vor, diese an jedermann und darunter auch an recht viele Gegner unserer guten Sache in größeren Mengen zu schicken.“⁴⁴³

Allein die Übersetzungsproblematik zeigt, insbesondere im Vergleich zur Arbeit der durch das Auswärtige Amt extra ins Leben gerufenen Nachrichtenstelle für den Orient, wie schwach besetzt die Organisation der auswärtigen Kriegspropaganda für Lateinamerika allein personell war, bedenkt man, dass Máximo Asenjo in den Quellen als einziger Übersetzer namentlich genannt wird.⁴⁴⁴ Zu den organisatorischen Problemen kamen technische hinzu, denn die Kommunikationswege nach Lateinamerika waren blockiert oder unterbrochen,

⁴⁴¹ Grupp: Kulturpropaganda, S. 804.

⁴⁴² Vgl. u. a. PA AA, R 122 804, Schreiben der Firma Richard Klippen & Co. an AA, Dresden, 05.05.1915.

⁴⁴³ Leserbrief von S. Hacker unter der Rubrik "Eingesandt" in *Deutsche Zeitung*, Porto Alegre, 12.05.1915.

⁴⁴⁴ Einzelne Privatpersonen, wie ein gewisser in Berlin-Charlottenburg lebender Don Carlos, boten dem Auswärtigen Amt ihre Hilfe an, von einer planmäßig organisierten und zentral gesteuerten spanischsprachigen Propaganda, wie die Nachrichtenstelle für den Orient sie für den Nahen Osten und Nordafrika hervorbrachte, kann dennoch keine Rede sein, vgl. PA AA, R 16 460, Brief H. Böttcher an Don Carlos, Buenos Aires, 05.11.1914.

und zu Kriegsbeginn funktionierten die deutschen Funkstationen in Nauen und Hannover noch sehr unzuverlässig. Diese Umstände machten es für Deutschland daher unumgänglich, neue Kanäle nach Übersee zu finden.

1.2.1.2 SPANIEN UND DIE SCHWEIZ: NEUTRALE KNOTENPUNKTE ZWISCHEN DEUTSCHLAND UND LATEINAMERIKA

Die neutralen Staaten ermöglichten eine zumindest partielle Aufrechterhaltung des telegrafischen Verkehrs nach Übersee. Über die deutschen Botschaften in Stockholm, Amsterdam, Bern und Madrid liefen Telegramme, Berichte und Nachrichten von Berlin aus in die Welt, wenn sie nicht vorher abgefangen wurden.⁴⁴⁵

Spanien kam bei der Verbreitung von Propaganda nach Lateinamerika eine Schlüsselrolle zu.⁴⁴⁶ Dies hatte mehrere Gründe. Zum einen wurde durch Vertreter der deutschen Gemeinde in Spanien gleich zu Kriegsbeginn ein Kommunikationsnetzwerk aufgebaut, das sowohl die personellen wie technisch-infrastrukturellen Voraussetzungen bot, Propaganda auch nach Lateinamerika zu senden.⁴⁴⁷ Vor allem der deutsche Unternehmer August Hofer nahm von Barcelona aus die Pressepropaganda in Spanien in seine Hand.⁴⁴⁸ Er wurde dabei nicht unerheblich von einem informellen Mitarbeiterstab unterstützt, der zeitweise mehr als 50 Personen, Deutsche wie Spanier, umfasste.⁴⁴⁹ Hofers *Deutscher Nachrichtendienst für Spanien* fertige eigene Beiträge sowie Übersetzungen von Telegrammen, Artikeln und ganzen Monographien an, welche „[...] in erster Linie an die Tageszeitungen in Spanien, Mittel- und Südamerika [...] unentgeltlich abgegeben und teilweise auch verkauft wurden.“⁴⁵⁰ Eine geheime Funkstation des findigen Geschäftsmannes sorgte für die

⁴⁴⁵ BA-B, R 901/72258, Brief Prof. Dr. Roberto Levi an Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, Guayaquil, 11.11.1915. Für den Kontakt zwischen Mexiko und Deutschland spielte besonders Schweden eine wichtige Rolle, da der schwedische Gesandte in Mexiko Telegramme an den deutschen Botschafter weitergab, vgl. Katz: Deutschland, S. 360. Bis zum Abbruch der Beziehungen zwischen Deutschland und den USA im Februar 1917 war in Übersee zudem New York ein zentraler Knotenpunkt des deutschen Kommunikationsnetzwerkes, vgl. Wüstenbecker: Deutsch-Amerikaner, S. 64.

⁴⁴⁶ Albes: Worte wie Waffen, S. 126; Rinke: Sog der Katastrophe, S. 116.

⁴⁴⁷ Albes: Worte wie Waffen, S. 133-138, 152.

⁴⁴⁸ Ron M. Carden: German Policy toward Neutral Spain, 1914-1918. New York, London 1987, S. 55.

⁴⁴⁹ BA-B, R 901/72258, Denkschrift NDLSPPZ an ZfA, Frankfurt a.M., 15.04.1918.

⁴⁵⁰ August H. Hofer: Deutschtum in Spanien. Barcelona 1918, S. 14. Auch die Philippinen erhielten über den Dienst in Barcelona, vgl. ebenda.

Aufrechterhaltung der Kommunikation zwischen Deutschland und Spanien.⁴⁵¹ Die deutsche Botschaft war zudem mit Prinz Maximilian von Ratibor und Corvey mit einem Mann besetzt, der sich auf dem Gebiet der Propaganda als besonders fähig und weitsichtig erweisen sollte.⁴⁵² Außerdem war bereits in der Vorkriegszeit von deutscher Seite die Möglichkeit einer Allianz von Deutschland und Spanien in Hinblick auf die Lateinamerikainteressen beider Länder in Betracht gezogen worden.⁴⁵³ Nach Kriegsausbruch erschienen die Vorteile einer solchen Annäherung immer attraktiver und Spanien wurde zu einem wichtigen Knotenpunkt zwischen Deutschland und Lateinamerika.⁴⁵⁴

Das in Spanien hergestellte Pressematerial fand daher oft seinen Weg über den Atlantik. Dies lag nicht zuletzt an den logistisch relativ günstigen Versandmöglichkeiten, zumal Artikel und andere Texte nicht einmal zusätzlich übersetzt zu werden brauchten. Seit Juli 1916 übernahm der *Deutsche Nachrichtendienst* in Barcelona unter der Leitung Hofers die Propagandaorganisation nach Lateinamerika. Hofer und sein Büro verantworteten die Verbreitung der Funktelegramme und den Versand des deutschen Propagandamaterials, darunter auch Artikel aus pro-deutschen spanischen Zeitungen.⁴⁵⁵ Der in Venezuela erscheinende *Eco Alemán* übernahm zum Beispiel in erster Linie Artikel aus spanischen Zeitungen, der *Heraldo de Hamburgo*, *El Correo de Alemania* oder die *Continental-Correspondenz* dienten nur als sekundäre Quelle, da die deutschen Zeitungen, wenn überhaupt, viel zu spät in Caracas eintrafen oder schon vorher beschlagnahmt wurden.⁴⁵⁶ Nachrichtentelegramme der Transocean etwa liefen über Bogotá auf dem Landweg nach Venezuela, was in der Regel eine Verzögerung von zwei bis drei Tagen bedeutete. Hinzu kam, dass die Telegramme der TO in Kolumbien vorsortiert und nur solche Nachrichten an das Nachbarland weitergeleitet wurden, die als wichtig erachtet wurden. Zeitungen aus dem neutralen Spanien konnten hingegen relativ ungehindert verschickt werden und boten so eine zuverlässige und regelmäßige Versorgung mit Nachrichten. Der *Eco Alemán* druckte zum Beispiel Artikel des konservativen Blattes *ABC*, des *Correo Español* (beide Madrid) und den Zeitungen *Germania* und *La Guerra Europea* (beide Barcelona)

⁴⁵¹ Albes: Worte wie Waffen, S. 137.

⁴⁵² Ebenda, S. 396.

⁴⁵³ Ebenda, S. 61f.

⁴⁵⁴ Vgl. u. a. Gast: Deutschland und Südamerika, S. 31.

⁴⁵⁵ Albes: Worte wie Waffen, S. 241f.

⁴⁵⁶ PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 19.05.1916.

nach.⁴⁵⁷ Die beiden wichtigsten germanophilen Zeitungen in Spanien, die auch in Lateinamerika eifrig zitiert wurden, waren *ABC* und *La Tribuna*.⁴⁵⁸ *La Tribuna*, *Correspondencia Militar*, *El Debate* und *Correo Español* wurden von der deutschen Botschaft in Madrid finanziert, das *ABC* allerdings nicht.⁴⁵⁹

Auch der Versand amtlicher Telegramme profitierte von der spanischen Brücke nach Übersee. Telegramme wurden über Madrid nach Teneriffa weitergeleitet, wo sich eine Funkstation befand.⁴⁶⁰ Die Kanaren waren ebenso wie die Azoren schon vor dem Krieg eine wichtige Schnittstelle der deutschen Transatlantikverbindung gewesen.⁴⁶¹ Ein Beamter der Deutsch-Südamerikanischen Telegraphengesellschaft übersetzte nun dort die Telegramme und kabelte sie mit Hilfe eines spanischen Mitarbeiters nach Amerika weiter. Dies musste in der Regel nachts geschehen, da man im Geheimen operierte und die Gefahr bestand, dass der Funkmast von den Engländern beschlagnahmt worden wäre.⁴⁶² Spanien war also innerhalb des Kommunikationsnetzes zwischen Deutschland und Lateinamerika von erheblicher Bedeutung, sowohl hinsichtlich der Produktion als auch in Bezug auf die Distribution deutscher Propaganda für Lateinamerika.

Die Schweiz bot während des Ersten Weltkrieges nicht nur Dadaisten, Pazifisten und Revolutionären einen sicheren Unterschlupf vor den Schrecken des Krieges, sondern auch deutschen Propagandisten und ihren Verbündeten.⁴⁶³ Neben Romanistikprofessor Bernhard Schädel, dem Leiter der *Ibero-Amerikanischen Institutes*, und seinem Mitarbeiter Specht, die 1918 in die Schweiz beordert wurden, wo sie von der deutschen Botschaft aus einen Propagandadienst nach Lateinamerika organisierten, weilte 1916 auch der Deutsch-Mexikaner Arnold Krumm-Heller einige Zeit in Bern.⁴⁶⁴ Krumm-Heller war als Spion und

⁴⁵⁷ Ebenda.

⁴⁵⁸ Albes: *Worte wie Waffen*, S. 139.

⁴⁵⁹ Ebenda, S. 140; Carden: *German Policy*, S. 68;

⁴⁶⁰ PA AA, R 121 009, Brief Deutsche Betriebsgesellschaft für drahtlose Telegraphie G.m.b.H., Berlin, 03.08.1915.

⁴⁶¹ Ahvenainen: *European Cable Companies*, S. 286f.; Geppert: *Pressekriege*, S. 84.

⁴⁶² PA AA, R 121 009, Brief Deutsche Betriebsgesellschaft für drahtlose Telegraphie G.m.b.H., Berlin, 03.08.1915; Ponce: *Propaganda and Politics*, S. 305.

⁴⁶³ Piper: *Nacht über Europa*, S. 368-395.

⁴⁶⁴ Katz: *Guerra Secreta*, S. 500; Friedrich E. Schuler: *Secret Wars and Secret Policies in the Americas, 1842–1929*. Albuquerque 2010, S. 179. Zur Person und zum politischen Werdegang von Arnold Krumm-Heller vgl. außerdem Ricardo Pérez Montfort: *El Dr. Arnold Krumm Heller. Un extraño ejemplo de alemán en México. Entre el esoterismo, el nacionalismo y la*

Propagandist vom mexikanischen Präsidenten Carranza nach Europa geschickt worden. In Mexiko hatte er als Verbindungsmann zwischen Carranza und der deutschen Botschaft fungiert und sich auch als Propagandist für Deutschland verdient gemacht.⁴⁶⁵ Von Bern aus hatte Krumm-Heller ursprünglich einen Nachrichtendienst aufbauen sollen, allerdings sichtete man ihn schon wenige Zeit später in Berlin, wo er als Militärattaché der mexikanischen Legation in Erscheinung trat.⁴⁶⁶ Das Projekt wurde daher zunächst aufgegeben, erst die Specht-Gruppe schien die Pläne, von der Schweiz aus die Auslandspropaganda nach Lateinamerika zu vertreiben, umzusetzen. Unter anderem war der argentinische Offizier Kinkelin damit betraut, von der Schweizer Hauptstadt aus Nachrichtentelegramme nach Lateinamerika zu kabeln.⁴⁶⁷

In Bern knüpfte außerdem der uruguayische Politiker Arrega Vidal Kontakte mit den deutschen Diplomaten. Der ehemalige Botschafter in Spanien, nunmehr wohnhaft in Zürich, war in der deutschen Botschaft in Bern kein Unbekannter. Bereits zu Kriegsausbruch hatte er „Vertrauensmänner“ sowie Agenten benannt und auch eigenhändig Dokumente von der Schweiz nach Uruguay geschafft.⁴⁶⁸ Anfang 1917 wandte sich Arrega Vidal an den deutschen Gesandten in der Schweiz. Er äußerte den Plan, in Montevideo die Zeitung *El Tiempo* aufzukaufen und seinen Freund und politischen Weggefährten, den ehemaligen uruguayischen Außenminister Antonio Bachini, als deren Direktor einzusetzen. Dafür sollte eine nicht unbeträchtliche Geldsumme aufgewendet werden, weshalb Arrega Vidal die Deutschen um die Finanzierung des Unternehmens bat. Als Gegenleistung sollte sich die Zeitung, so sah es Arrega Vidal vor, ganz in den Dienst der deutschen Propaganda stellen. Das Reichsschatzamt äußerte zunächst Bedenken, bewilligte die Gelder auf Drängen des Auswärtigen Amtes dann aber doch.⁴⁶⁹ Eine scheinbar unabhängige Zeitung zu besitzen wäre für die deutsche Propaganda in Südamerika ein Schritt nach vorne gewesen, da die allermeisten deutschfreundlichen Zeitungen entweder von den deutschen Gemeinschaften gegründet worden waren oder allgemein bekannt war, dass sie aus deutschen Kreisen finanziert wurden. Der Abbruch der Beziehungen zwischen Uruguay und Deutschland im Herbst 1917 setzte dem Projekt ein vorzeitiges Ende, obschon die

osmoterapia. In: Brígida von Mentz, ders., Renata von Hanffstengel, Cecilia Tercero (Hrsg.): *La Comunidad Alemana en la Ciudad de México*. Mexiko D.F. 1999, S. 21-38.

⁴⁶⁵ Ebenda, S. 23f.; Schuler: *Secret Wars*, S. 179.

⁴⁶⁶ Schuler: *Secret Wars*, S. 184.

⁴⁶⁷ Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 185.

⁴⁶⁸ PA AA, R 123 108, Aufzeichnung, Anlage an Buenos Aires, Montevideo, 22.02.1917.

⁴⁶⁹ Ebenda, Brief Staatssekretär des Reichsschatzamts an den Herrn Staatssekretär des Auswärtigen Amtes, Berlin, 04.08.1917.

Planungen bereits soweit gediehen waren, dass zwischen Arrega Vidal und der Transocean Verträge zirkulierten. Arrega Vidals Interessen waren neben den persönlichen – sein Freund Bachini steckte in finanziellen Schwierigkeiten – wohl auch karrieristische Ambitionen, da er den Posten des uruguayischen Botschafters in Berlin anstrebte:

„Im Übrigen ist aber Vidals Hauptmotiv politischer Ehrgeiz. Er erstrebt, wie er verschiedentlich hat durchblicken lassen, vor allem eine Ordensauszeichnung und zwar „ein Band“. [...] Vidal will später auf jede Weise versuchen, uruguayischer Gesandter in Berlin zu werden.“⁴⁷⁰

Er wurde in Uruguay öffentlich kompromittiert, als sein Engagement und seine Zusammenarbeit mit den Deutschen nach dem Abbruch der diplomatischen Beziehungen ans Licht kamen.⁴⁷¹

Die Beispiele zeigen, dass die Kommunikation zwischen Deutschland und Lateinamerika in den Kriegsjahren zwischen 1914 und 1918 nicht als simple unilineare Sender-Empfänger-Beziehung beschrieben werden kann, sondern ein komplexes Kommunikationsnetzwerk mobilisierte, dessen Akteure sich nicht zwingend als „Deutsche“ identifizieren mussten, sondern die, wie Arrega Vidal, auch von ganz persönlichen Interessen geleitet werden konnten. Es gab daher nicht den einen Ort der Propagandaproduktion innerhalb der Grenzen des deutschen Nationalstaates und auswärtige Propaganda musste nicht von außen kommen, um ihrer Funktion gerecht zu werden. Noch deutlicher wird dies, wenn man einen Blick auf die mannigfaltigen Initiativen wirft, die sich bei Kriegsausbruch in Lateinamerika formierten.

1.2.1.3 LOKAL PRODUZIERTE DEUTSCHE PROPAGANDA IN HISPANOAMERIKA (1914 – 1918)

Trotz aller Bemühungen von Seiten Deutschlands entsprach das Material aus Europa schon allein quantitativ nicht den Erwartungen der in Lateinamerika lebenden Deutschen. Die Propagandamaschinerie der Briten und Franzosen war schnell angelaufen und die Auswirkungen bekamen auch die Deutschen im Ausland bald zu spüren.⁴⁷² Das Auswärtige Amt, die ZfA sowie die zahlreichen privaten Akteure im Deutschen Reich versuchten zu reagieren, doch der Großteil

⁴⁷⁰ Ebenda, Schmidt: Aufzeichnung, o.O., o.J.

⁴⁷¹ Ebenda, Bericht Kaiserliche Gesandtschaft Bern an AA, Bern, 02.02.1918.

⁴⁷² Eine kleine Zusammenstellung von Reaktionen aus Argentinien findet sich u. a. in PA AA, R 16460, Brief des Arbeitsausschusses des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge an das Auswärtige Amt, 11.11.1914.

des im Spätsommer in Lateinamerika eintreffenden Materials war zum einen nicht übersetzt und zum anderen auch inhaltlich oft nicht brauchbar:

„Bei der Auswahl und Fassung der Nachrichten scheint mir nicht immer hinreichend berücksichtigt zu werden, dass diese [...] sowohl in Nord- und Südamerika wie in Ostasien nicht nur für deutsche Leser, sondern auch für das einheimische Publikum bestimmt sind. Schon dem Deutschen im Auslande dünkt [...] was zu Hause interessiert recht unwichtig, ich nenne nur Ordensverleihungen und Einzelheiten von Festlichkeiten. Der großen Masse nicht deutscher Leser, die durch die gegnerischen Telegramme an sensationelle Kost gewöhnt sind, muss Manches in unseren Nachrichten reichlich akademisch und wenig aktuell erscheinen. Die Anführung von Pressestimmen erweckt nur wenig Interesse, da dem überseeischen Zeitungleser die oft vereinzelt Namen der zitierten Blätter meist unbekannt sind.“⁴⁷³

So musste zwangsläufig lokales Engagement zum Motor der pro-deutschen Propaganda vor Ort werden. Viele der deutschsprachigen Gemeinden gründeten, meist in Kooperation mit den im Land ansässigen diplomatischen Vertretern, eigene spanischsprachige Zeitungen, in denen die aus Deutschland eintreffenden Kurzmeldungen abgedruckt und teilweise auch eigene Artikel veröffentlicht wurden. Darüber hinaus organisierten die Gemeinden Veranstaltungen, etwa Spendensammlungen für das Rote Kreuz, Vortragsreihen oder Filmvorführungen, die in den entsprechenden Presseorganen schon Tage vorher beworben wurden.⁴⁷⁴ Dies entsprang auch dem Bedürfnis, den Feindseligkeiten, denen sich die meisten Deutschen in Lateinamerika bald ausgesetzt sahen, etwas entgegenzusetzen und nach außen hin Geschlossenheit zu demonstrieren.

In diesem Kapitel werden die pro-deutschen Propagandainitiativen, die vor Ort von lokalen Akteuren in Hispanoamerika ergriffen wurden, näher beleuchtet, wobei das Hauptaugenmerk auf den Ländern des *Cono Surs* und Mexiko liegt, da die Aktivitäten dort sowohl in Bezug auf die Organisation als auch hinsichtlich der medialen Produktion von besonderer Relevanz für die deutsche Propaganda in der Region waren. Von Hispanoamerika ist hier die Rede, da die folgende Darstellung auf eine Einbeziehung Brasiliens verzichtet. Dies ergab sich aus der Sichtung des Quellenmaterials zu Brasilien, welche schnell erkennbar werden ließ, dass allein die innere Komplexität und Konfliktivität der deutschsprachigen Gemeinden hinsichtlich ihrer Propagandaarbeit im Rahmen der vorliegenden

⁴⁷³ PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 09.11.1915.

⁴⁷⁴ Vgl. u. a. Kermesse austro-húngara. Una nota simpática de solidaridad. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 08.11.1915; Las noticias de la guerra. La conferencia de anoche en la academia metropolitana. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 16.08.1918.

Arbeit nur unzureichend hätte abgebildet werden können. Der Fokus der folgenden Ausführungen liegt daher auf dem hispanoamerikanischen Raum.

Argentinien

Keine andere Stadt in Südamerika erlangte für die deutschen Propagandaaktivitäten eine solche Bedeutung wie Buenos Aires.⁴⁷⁵ Die Ausgangslage für derartige Unternehmungen war hier aber auch besonders günstig. Zum einen verfügte die argentinische Metropole als reichste Stadt der Region auch über das reichste Presseangebot. Nicht nur die infrastrukturellen Voraussetzungen für die rasche Umsetzung von Propagandakampagnen waren also gegeben, sondern es war auch mit einer potentiell interessierten Leserschaft zu rechnen.⁴⁷⁶ Allein das deutschsprachige Nachrichtenwesen konnte mit der *Deutschen La Plata-Zeitung* und dem *Argentinischen Tageblatt* zwei Zeitungen vorweisen, die eine relativ große Reichweite hatten und auch über die Grenzen Argentiniens hinaus gelesen wurden.⁴⁷⁷ Die argentinische Hauptstadt hatte für einige Zeit in der spanischsprachigen Welt eine führende Stellung im Verlagswesen inne, und auch die in Buenos Aires lebenden Deutschen waren im Druckerei- wie auch im Verlagswesen äußerst aktiv.⁴⁷⁸ Zum anderen lebten in Buenos Aires und der Nachbarstadt La Plata viele deutschsprachige Migranten, die eng miteinander vernetzt waren.⁴⁷⁹ Dies erleichterte Abläufe wie die Weiterverbreitung von Nachrichten oder die Absprache interner Organisationsfragen immens.

⁴⁷⁵ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 119.

⁴⁷⁶ Antonio Checa Godoy: *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla 1993, S. 222f.; Carreras, Potthast: *Kleine Geschichte Argentiniens*, S. 132.

⁴⁷⁷ Hoffmann: *¿Construyendo una comunidad?*, S. 125f.

⁴⁷⁸ Newton: *German Buenos Aires*, S. 18f.

⁴⁷⁹ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 129.



Abb. 1: Im schmutzigen Pressekrieg kann die alliiertenfreundliche argentinische Presse dem deutschen Militärstiefel nicht einmal die Hacken besudeln. Quelle: *Boletín Germánico*, Buenos Aires, 25.09.1914.

Die größten argentinischen Tageszeitungen, zu denen zum Beispiel *La Nación* gehörte, ergriffen nach dem Überfall des Deutschen Reiches auf Belgien deutlich Partei für die Sache der Entente.⁴⁸⁰ Ursache für die der Entente freundlich gesinnte Stimmung war hierbei nicht nur der Umstand, dass diese Zeitungen hauptsächlich den Dienst der französischen *Havas* erhielten, sondern auch, dass sich ein Großteil der argentinischen Öffentlichkeit mit dem Schicksal Belgiens identifizieren konnte.⁴⁸¹ Hinzu kamen frankophile Sympathien, die von vielen Argentinern geteilt wurden.⁴⁸² Diese Faktoren erleichterten es der Entente, eine bereits positiv voreingestellte Öffentlichkeit vom Wahrheitsgehalt ihrer lancierten Propagandakampagnen zu überzeugen. Ein rasches Handeln schien von deutscher

⁴⁸⁰ Hoffmann: *¿Construyendo una comunidad?*, S. 127. Während der Julikrise scheint die Haltung der größten argentinischen Tageszeitungen noch recht neutral gewesen zu sein, vgl. PA AA R 16 460, Telegramm Kaiserlich Deutscher Geschäftsträger in Buenos Aires an Auswärtiges Amt, Buenos Aires, 27.07.1914.

⁴⁸¹ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 107.

⁴⁸² Ebenda, S. 102.

Seite dringend geboten. Die ersten Propagandamaßnahmen konzentrierten sich dementsprechend auf die Beeinflussung der Nachrichtenberichterstattung sowie den Aufbau eigener, spanischsprachiger Presseorgane durch die vor Ort ansässigen Deutschen. Dennoch dauerte es in der La Plata-Region noch einige Wochen bis im Herbst 1914 die ersten Propagandaaktionen anliefen. So gründeten im September 1914 Mitglieder der deutschen Gemeinde von Buenos Aires das kurzlebige Blatt *Boletín Germánico* unter der redaktionellen Leitung von Walter Klug, das allerdings von schlechter Qualität war.⁴⁸³ Die Zeitung hielt sich nur bis November und wurde durch die am 31. Oktober 1914 erstmals veröffentlichte *La Unión* verdrängt.⁴⁸⁴

Die *Unión* war zunächst als ein spanischsprachiger Ableger der *Deutschen La Plata Zeitung* gedacht, deren Besitzer Hermann Tjarks über beste Beziehungen zur deutschen Botschaft verfügte, welche auch einen Teil der Finanzierung der *Unión* trug.⁴⁸⁵ Die Zeitung sollte in den Folgejahren zum wichtigsten Sprachrohr der deutschen Sache werden und kann sicherlich als einflussreichstes deutsches Organ in Südamerika identifiziert werden.⁴⁸⁶ Die *Unión* zirkulierte nicht nur in Argentinien, sondern weit über die Grenzen des Landes hinaus. Einzelne ihrer Artikel wurden sogar von deutschen Propagandazeitungen in Mexiko übernommen.⁴⁸⁷ Ihre Verkaufszahlen lagen bei schätzungsweise 30.000 Exemplaren.⁴⁸⁸ Die Redaktion um Tjarks war aber nicht nur mit der Publikation der *DLPZ* und von *La Unión* betraut, sondern ersetzte im Grunde den mangelhaften pro-deutschen Nachrichtendienst im *Cono Sur*. Im Herbst 1914 empfing die Redaktion nicht nur die amtlichen Telegramme der deutschen

⁴⁸³ Vgl. *Boletín Germánico. Diario de la Tarde. Defensor de los intereses de las Colectividades Germánicas. Editado por el Comité "Pro Germania"*, Buenos Aires, 25.09.1914.

⁴⁸⁴ PA AA, R 16 460, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an AA, 02.02.1915; PA AA, R 16 460, Bericht Kaiserlich Deutsches Generalkonsulat Buenos Aires an AA, 02.11.1914.

⁴⁸⁵ PA AA, R 121 902, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an AA, 25.04.1916.

⁴⁸⁶ Martin: *Latin America*, S. 13ff.

⁴⁸⁷ Otero: *Guerra en la Sangre*, S. 67. Zur Übernahme von Artikeln aus der *Unión* vgl. u. a. *Causas del antigermanismo en el populacho*. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko*, 04.03.1916, S. 1.

⁴⁸⁸ Hoffmann: *¿Construyendo una comunidad?*, S. 129. In den Berichten der deutschen Gesandtschaft wird eine Auflagennummer von 60.000 als Erfolg dargestellt. Dies war in der Sache richtig, denn der *Unión* wurden etwa 70.000 Exemplare finanziert, von denen sich aber nur die Hälfte verkaufte. Scheinbar wollte man dem Auswärtigen Amt Ergebnisse präsentieren, vgl. PA AA, R 121 902, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an AA, 25.04.1916.

Botschaft aus Washington, sondern verfügte in der Person von Tjarks Sohn über einen Privatdienst von New York aus. Hermann Tjarks Junior erhielt dort den *Asch-Dienst* und kabelte die Nachrichten anschließend nach Buenos Aires weiter. Die *DLPZ* hatte sich beim Auswärtigen Amt verpflichtet, die Telegramme dann unverzüglich an die *Deutsche Zeitung für Chile* und an die in Rio de Janeiro sitzende Agentur *Agencia Americana* weiterzuleiten.⁴⁸⁹ Des Weiteren gingen ab Frühjahr 1915 Telegramme der *Transocean* ebenfalls über die *DLPZ*-Redaktion an den deutschen Großkaufmann Waldemar Bromberg in Porto Alegre, der dort informell für Konsul Wills Presshauptstelle arbeitete.⁴⁹⁰ Die Redaktionsgruppe um die *Deutsche La Plata Zeitung* und die *Unión* fungierte somit als wichtige Schaltstelle sowohl in das Landesinnere Argentiniens als auch als Verteiler in die Nachbarländer.

Die *Unión* druckte, meist sogar zweiseitig, die Kabelnachrichten der *Transocean* ab und veröffentlichte eigene Artikel sowie Artikel aus anderen deutsch- oder spanischsprachigen Zeitungen.⁴⁹¹ Dies war eine übliche journalistische Praxis, die unter anderem auch dem Mangel an geeignetem Nachrichtenmaterial geschuldet war. Ferner veröffentlichte sie bis zum Juli 1916 wöchentlich eine Samstagsbeilage, die *Crónica Ilustrada*, die sich neben Unterhaltungsseiten und Gedichten vor allem durch ihr reichhaltiges Bildmaterial auszeichnete.⁴⁹² Auch die regulären Ausgaben der *Unión* zeigten gewöhnlich Fotografien oder Illustrationen. Ab März 1916 erschien außerdem eine Abendausgabe.⁴⁹³ Was *La Unión* von anderen deutschen Propagandazeitungen am stärksten unterschied war aber wohl die Tatsache, dass sie nicht ausschließlich über das Kriegsgeschehen in Europa oder das Leben der deutschen Gemeinschaften informierte, sondern auch über interamerikanische Politik sowie das Tagesgeschehen in Argentinien berichtete.⁴⁹⁴ Das *Handbuch der Auslandspresse* des Kriegspresseamtes von 1918 beschrieb die *Unión* daher als „[e]inwandfrei deutschfreundlich, ohne aufdringlich prodeutsch zu sein.“⁴⁹⁵ Zu

⁴⁸⁹ PA AA, R 16 460, Telegramm AA an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Buenos Aires an AA, 24.10.1914; Ebenda, Telegramm Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Buenos Aires an AA, 28.12.1914.

⁴⁹⁰ Ebenda, Telegramm AA an Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Rio de Janeiro, Berlin, 11.03.1915.

⁴⁹¹ Zum Beispiel Beiträge aus der chilenischen Propagandazeitung *La Gaceta Militar*, vgl. u. a. *La neutralidad chilena*. In: *Unión*, Buenos Aires, 20.11.1914.

⁴⁹² Vgl. u. a. *Crónica Ilustrada. Suplemento de La Unión*, Buenos Aires, 21.11.1914.

⁴⁹³ Vgl. entsprechende Anzeige in: *Unión*, Buenos Aires, 24.03.1916.

⁴⁹⁴ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 120.

⁴⁹⁵ o.A.: *Handbuch der Auslandspresse*. Bearbeitet von der Auslandstelle des Kriegspresseamtes. Berlin 1918, S. 4.

ihrem Mitarbeiterstab gehörten auch argentinische Journalisten, denen teilweise auch die Leitung einzelner Ressorts oblag.⁴⁹⁶ An den Redaktionsitzungen nahmen zudem bisweilen auch deutschfreundliche Argentinier teil, darunter der Leiter der Kriegsakademie in Buenos Aires, Oberst José Félix Uriburu und der konservative Intellektuelle Ernesto Quesada, dessen germanophile Schriften ebenfalls in der Zeitung veröffentlicht wurden.⁴⁹⁷



Abb. 2: Die Zeitungsjungen der *Unión* in Mar del Plata. Das Auto diente der Verteilung der Zeitung. Quelle: *La Unión*, Buenos Aires, 14.02.1918, S. 5.

Tjarks überraschender Tod im April 1916 bereitete dem deutschen Gesandten Karl von Luxburg daher auch einige Sorgen:

„Was uns heute vorwiegend beschäftigen muss, ist die Zukunft der *Unión*: Ihre Gründung ist die bei weitem beste individuelle deutsche Tat, welche hierzulande während des Kriegs vollbracht wurde. Sie ist ohne jeden Vergleich die tüchtigste Waffe zur Verteidigung des deutschen Namens und Ansehens gewesen.“⁴⁹⁸

⁴⁹⁶ Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 41.

⁴⁹⁷ Ebenda, S. 43.

⁴⁹⁸ PA AA, R 121 902, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Buenos Aires an AA, 25.04.1916.

Tjarks Söhne, Hermann Jr. und Emil Tjarks übernahmen daraufhin die redaktionelle Leitung der *Unión*, allerdings kam es in der Folgezeit immer wieder zu Konflikten zwischen dem 1916 mit Unterstützung der Botschaft eingerichteten Werbe- und Aufklärungsausschuss und der Redaktion des Blattes.⁴⁹⁹

Eine weitere größere Publikation war die illustrierte Zeitschrift *Germania*,⁵⁰⁰ die von Juni 1915 bis Mai 1916 zweiwöchentlich erschien.⁵⁰¹ Während sich *La Unión* vor allem an die breite Mittelschicht richtete, sollte die *Germania* „gebildete Kreise“ ansprechen.⁵⁰² Herausgeber war der deutsch-argentinische Kaufmann Eduardo Retienne.⁵⁰³ Die Zeitschrift war thematisch sehr verengt, Argentinien betreffende Nachrichten wurden kaum berücksichtigt, stattdessen dominierten Reportagen und Berichte über Deutschland, deutsche Persönlichkeiten und das Kriegsgeschehen – meist als pittoreske Abenteuer dargestellt – die Inhalte. Die *Germania* fand, wie auch *La Unión*, über Argentinien hinaus Verbreitung.⁵⁰⁴ Sie wurde dennoch nach einem Jahr eingestellt, wobei bemerkt wurde, dass der Name wohl „ungeschickt“ gewählt gewesen sei.⁵⁰⁵

Außer den deutschsprachigen Zeitungen, vornehmlich der *DLPZ* und dem *Argentinischen Tageblatt*, können noch *La Gaceta de España* und *La Bandera Otomana* als pro-deutsche Publikationen genannt werden. Die *Gaceta* war offiziell eine Gründung in Buenos Aires lebender Spanier, wurde aber durch das deutsche Handelshaus Diedrichs & Denker finanziert, nachdem das Blatt in Geldnot geraten war.⁵⁰⁶ In der argentinischen Hauptstadt erschien zudem mehr als ein Dutzend türkischer, beziehungsweise osmanischer Zeitungen, von denen aber nur die *Bandera Otomana* die Position des Osmanischen Reiches, das seit dem 29. Oktober 1914 mit Deutschland verbündet war, verteidigte.⁵⁰⁷ Erst ab März

⁴⁹⁹ PA AA, R 121 009, Brief W. Gussmann an AA, Den Haag, 10.02.1920. Vereinsartig organisierte Aufklärungsdienste wurden auch in anderen Ländern Lateinamerikas von deutschsprachigen Migranten, z. B. in Kolumbien, aufgebaut, vgl. BA-B, R 901/72257, Brief Deutsch-Columbianische Brauerei an NDLSPPZ, Bogotá, 26.03.1915.

⁵⁰⁰ Nicht zu verwechseln mit der Zeitschrift *Germania* aus Barcelona.

⁵⁰¹ Tato: Luring Neutrals, S. 334.

⁵⁰² Keiper: Deutschtum in Argentinien, S. 40.

⁵⁰³ Ebenda; Tato: Luring Neutrals, S. 334.

⁵⁰⁴ Ebenda, S. 334f.

⁵⁰⁵ PA AA, R 121 902, Böttger, Guillermo (Wilhelm): Bericht „Stimmen vom Río de la Plata“, Buenos Aires, November 1916.

⁵⁰⁶ Martin: Latin America, S. 182; Newton: German Buenos Aires, S. 35; Tato: Luring Neutrals, S. 334f.

⁵⁰⁷ Mustafa Aksakal: The Ottoman Road to War in 1914. The Ottoman Empire and the First World War. Cambridge 2008, S. 1.

1916 brachte sie auch eine Wochenausgabe auf Spanisch heraus. Die *Bandera* wurde finanziell durch Werbeanzeigen deutscher Firmen unterstützt.⁵⁰⁸

Neben den üblichen Maßnahmen der Pressebeeinflussung und des Aufbaus von Propagandazeitungen, organisierten die Deutschen auch Vortragsreihen, Lesungen und Ausstellungen, bedienten sich also Mitteln indirekter Meinungslenkung, die eher unter dem Begriff Kulturpropaganda zu fassen sind.⁵⁰⁹ Eine wichtige Institution bei der Organisation und Umsetzung dieser Veranstaltungen war der Deutsche Wissenschaftliche Verein Buenos Aires. Dem Vorsitzenden des Vereins, Wilhelm Keiper, kam, wie bereits erwähnt, eine herausragende Stellung innerhalb des deutschen Netzwerkes zu. Nach August 1914 hielt er sich eine Weile in Deutschland auf, wo er mit der Umsetzung einer deutschen Propagandastrategie für Argentinien beauftragt wurde, eine Aufgabe, die er nach seiner Rückkehr nach Buenos Aires im Spätherbst sogleich in Angriff nahm.⁵¹⁰ In den Kriegsjahren sollte er eine Reihe von Schlüsselpositionen innerhalb des deutschen Gemeindelebens am La Plata einnehmen. So übernahm Keiper nach dem frühen Tode von Hermann Tjarks für einige Zeit die redaktionelle Leitung der *Deutschen La Plata Zeitung*.⁵¹¹ Neben dem Deutschen Wissenschaftlichen Verein spielte auch das Museo Social Argentino eine nicht unwesentliche Rolle bei der Ausrichtung von pro-deutschen Protestveranstaltungen und Reden, „[...] wobei das Blut der Argentinier in Wallung geriet“, wie der Unternehmer Wilhelm Böttger zu berichten wusste.⁵¹²

Nach dem Kriegsausbruch in Europa richtete der DWV ein eigenes Kriegsarchiv sowie eine Bibliothek ein und bot schon ab Herbst 1914 Deutschkurse an, um vermehrt auch Argentinier in die Vereinsarbeit einbinden zu können.⁵¹³ Vom Jahresbeginn 1915 an brachte der DWV dann auch eine eigene Publikation heraus, die *Zeitschrift des Deutsch-Wissenschaftlichen Vereins zur Kultur- und Landeskunde Argentiniers*, die sich inhaltlich auf die von ihr im Titel angekündigten Themen beschränkte.⁵¹⁴ Dies bedeutet aber nicht, dass die Zeitschrift von ihren Machern deshalb weniger als Propagandaorgan für die

⁵⁰⁸ PA AA, R 121 903, Bericht Kaiserlich Deutsches Generalkonsulat Buenos Aires an AA, 08.10.1918.

⁵⁰⁹ Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 26f.; PA AA, R 121 902, Böttger, Guillermo (Wilhelm): Bericht „Stimmen vom Río de la Plata“, Buenos Aires, November 1916.

⁵¹⁰ Newton: *German Buenos Aires*, S. 35.

⁵¹¹ Koch: *Wilhelm Keiper*, S. 321.

⁵¹² PA AA, R 121 902, Böttger, Guillermo (Wilhelm): Bericht „Stimmen vom Río de la Plata“, Buenos Aires, November 1916.

⁵¹³ Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 22ff.

⁵¹⁴ Ebenda.

„deutsche Sache“ wahrgenommen worden wäre. Wissenschaftliches Arbeiten war für den Verein kein reiner Selbstzweck, sondern sollte der argentinischen Öffentlichkeit die Leistungsfähigkeit deutscher Bildungseinrichtungen und Forschung vor Augen führen. Als besonders großer Coup galt daher eine von einer deutschen Gruppe unter der Leitung Keipers angeführte Forschungsreise nach Patagonien, über die die Zeitschrift ausführlich berichtete.⁵¹⁵ Die Reise sollte zeigen, dass die Deutschen keine Barbaren waren, sondern vom reinen Idealismus besessene Wissenschaftler, die keinerlei Anstrengung scheuten, um den rauen Süden des Landes zu vermessen.⁵¹⁶

Im Februar 1916 gaben die Engländer die ersten so genannten „schwarzen Listen“ (*listas negras*) heraus, denen noch weitere folgen sollten.⁵¹⁷ Den britischen Unternehmern war es verboten, mit den auf den Listen aufgeführten Firmen weiterhin Handel zu treiben.⁵¹⁸ Ein Teil der gelisteten Firmen war dabei nicht in deutscher Hand, auch Firmen, die enge Geschäftsbeziehungen zu deutschen pflegten, konnten sich auf den schwarzen Listen wiederfinden.⁵¹⁹ Bei den argentinischen Behörden gingen zahlreiche Beschwerden ein, in denen die Firmen betonten, keine deutschen Unternehmen zu sein.⁵²⁰ Damit war eine neue Stufe im deutsch-britischen Wirtschaftskrieg erreicht. Doch nicht nur die Deutschen, auch die im Oktober 1916 neu gewählte argentinische Regierung unter dem Radikalen Hipólito Yrigoyen protestierte scharf gegen die Listen, da sie die Souveränität des Landes verletzten.⁵²¹ Die *listas negras* verfehlten dennoch ihre Wirkung nicht, und der deutsche Handel sah sich nicht nur in Argentinien mit weiteren Beschränkungen konfrontiert.⁵²²

In Reaktion auf die *listas negras* und die nicht aufgehörenden Anfeindungen durch die Presse und Propaganda der Entente gründeten sich 1916 eine Reihe neuer deutscher Zusammenschlüsse, wie die Deutsche Handelskammer oder die

⁵¹⁵ Ebenda, S. 26; Newton: German Buenos Aires, S. 36f.

⁵¹⁶ Keiper: Deutschtum in Argentinien, S. 26.

⁵¹⁷ Dehne: Western Front, S. 85.

⁵¹⁸ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 93.

⁵¹⁹ Ebenda.

⁵²⁰ Vgl. u. a. AMREC, Serie 33, AH/00029/1, Guerra Europea – Lista Estatuaria, Nr. 29, Nr. Ii, Beschwerde der Firma Weil Hermanos, Buenos Aires 1916.

⁵²¹ Otero: Guerra en la Sangre, S. 55.

⁵²² Rinke: Sog der Katastrophe, S. 94ff.; Dehne: Western Front, S. 99.

Deutsche Wohltätigkeitsgesellschaft.⁵²³ Eine weitere Gründung von Mitgliedern der deutschsprachigen Gemeinde war Anfang 1917 der Aufklärungs- und Werbeausschuss, der auch von Keiper persönlich geleitet wurde.⁵²⁴ Der Ausschuss war eine reine Propagandaorganisation. Unter den Verlagsnamen *Empresa Editorial Germania* und *Unión de Libreros Alemanes* wurden Bücher, Broschüren, Flugblätter, Plakate, Bildmaterial und Karten herausgegeben.⁵²⁵ Diese zirkulierten nicht nur in Argentinien, sondern wurden an Mittelsmänner im angrenzenden Ausland versendet oder gelangten über „Weitergabe von Hand zu Hand“ bis nach Uruguay, Chile und Paraguay.⁵²⁶ Am 02. Juli 1916 wurde der *Deutsche Volksbund für Argentinien* ins Leben gerufen, der ab 1917 auch eine eigene Monatsschrift, *Der Bund*, herausbrachte.⁵²⁷ An diesem Zusammenschluss waren wieder Wilhelm Keiper sowie Hermann Tjarks und Theodor Alemann maßgeblich beteiligt gewesen.⁵²⁸ Im selben Jahr wurden außerdem die Deutsche Wohltätigkeitsgesellschaft und die Deutsche Handelskammer gegründet.⁵²⁹ In ganz Lateinamerika kam es 1916 zu ganz ähnlichen Gründungen, die auch aufeinander Bezug, beziehungsweise, sich gegenseitig zum Vorbild nahmen.⁵³⁰ Vorausgegangen waren der Gründung allerdings Diskussionen über den Namen des geplanten Volksbundes. Während der Schweizer Theodor Alemann „germanischer“ Volksbund bevorzugte, um das gemeinsame kulturelle Erbe von deutschsprachigen Schweizern, Österreichern und Deutschen zu betonen, sprachen sich Tjarks und Keiper für die Benennung „deutscher“ Volksbund aus,

⁵²³ Hoffmann: *¿Construyendo una comunidad?*, S. 130f.; Handelskammern wurden außerdem in Valparaíso (Chile) und Montevideo (Uruguay) gegründet, vgl. Rinke: *German Minorities*, S. 172.

⁵²⁴ Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 59; Newton: *German Buenos Aires*, S. 36.

⁵²⁵ Newton: *German Buenos Aires*, S. 36.

⁵²⁶ Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 60.

⁵²⁷ *Der Bund. Monatsschrift des Deutschen Volksbundes für Argentinien*, Buenos Aires, Sept 1917–Dez. 1919.

⁵²⁸ Hoffmann: *¿Construyendo una comunidad?*, S. 130f.; Keiper: *Deutschtum in Argentinien*, S. 49; Koch: *Wilhelm Keiper*, S. 321.

⁵²⁹ Anne Saint Sauveur-Henn: *Die deutsche Einwanderung in Argentinien (1870-1933): Zur Wirkung der politischen Entwicklung in Deutschland auf die Deutschen in Argentinien*. In: Holger M. Meding (Hrsg.): *Nationalsozialismus und Argentinien. Beziehungen, Einflüsse und Nachwirkungen*. Frankfurt a.M. [u. a.] 1995, S. 24.

⁵³⁰ Unter anderem auch in Chile, Mexiko und in Brasilien. In Chile wie in Brasilien kam es dabei innerhalb der deutschsprachigen Gemeinde ebenfalls zu Streitigkeiten über die Namensgebung, da das Adjektiv „deutsch“ andere Zugehörigkeiten implizieren würde als der Begriff „germanisch“. Man entschied sich in Brasilien schlussendlich für die Bezeichnung *Germanischer Bund für Südamerika. Landesgruppe Brasilien*, vgl. u. a. Abänderungsvorschläge zu o.A.: *Entwurf der Satzungen für den Germanischen Bund für Südamerika. Landesgruppe Brasilien*. o.O., o.J., S. 5 (einschbar in der PK-Staatsbibliothek Berlin unter Signatur 4Uy1173/20).

da sie die Beziehungen zum Deutschen Reich in den Vordergrund stellen wollten.⁵³¹ Diese Debatte, die sich auch in anderen Ländern wiederholte,⁵³² verweist darauf, dass die vermeintliche Einigkeit und Harmonie unter den deutschsprachigen Migranten oft nur eine Illusion war. Auch innerhalb der Gemeinden waren Identitäten und Fragen der Zugehörigkeit nicht eindeutig bestimmbar.⁵³³

Das Jahr 1917 sollte nicht nur auf dem Kriegsschauplatz in Europa eine tiefgreifende Wende bringen, sondern auch die lateinamerikanischen Staaten vor neue Herausforderungen stellen. Am 03. Februar 1917 brachen die USA die diplomatischen Beziehungen mit dem Deutschen Reich ab, nachdem die Verschärfung des uneingeschränkten U-Bootkrieges verkündet worden war.⁵³⁴ Am 6. April 1917 traten die USA offiziell in den Krieg ein. Gemeinsam mit den USA erklärten in den darauffolgenden Wochen auch Kuba und Panama Deutschland den Krieg, am 26. Oktober 1917 folgte dann mit Brasilien einer der wichtigen ABC-Staaten der südlichen Hemisphäre. 1918 schlossen sich auch Guatemala, Nicaragua, Honduras und Kuba zumindest nominell den Alliierten an. Die Andenstaaten Bolivien, Ecuador und Peru sowie Uruguay brachen die diplomatischen Beziehungen zum Deutschen Reich im Verlauf des Jahres 1917 ab, traten aber nicht in den Krieg ein.⁵³⁵ Der Kriegserklärung der USA folgte zugleich eine neue Meinungsmobilisierung in Lateinamerika. Das *Committee on Public Information*, die zentrale Propagandaorganisation der USA, arbeitete dabei mit modernsten Methoden und setzte besonders in Lateinamerika verstärkt das noch junge Medium Film ein, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen.⁵³⁶ Die deutsche Propaganda musste sich angesichts dieser Filme, die besonders in

⁵³¹ Hoffmann: ¿Construyendo una comunidad?, S. 131; Sandra Carreras: Construcciones de Identidad y Ciudadanía entre los Migrantes de Origen Alemán en Argentina. In: Barbara Potthast, Juliana Ströbele-Gregor, Dörte Wollrad (Hrsg.): Ciudadanía vivida, (in)seguridades e interculturalidad. Buenos Aires 2008, S. 203f. In der ersten Ausgabe des Bundes ruft Keiper die deutschsprachige Gemeinde bezeichnenderweise dann auch zu innerer Geschlossenheit auf, vgl. Seid einig! In: *Der Bund. Monatschrift des Deutschen Volksbundes für Argentinien*, Buenos Aires 1917 (1), S. 2.

⁵³² In Brasilien liefen diese beispielsweise besonders konfliktreich ab, vgl. u. a. PA AA , R 121945, Brief A. Krall, Porto Alegre, an Dr. Schuchart, Berlin, 13.04.1916; Ebenda, Brief (ohne Angabe des Verfassers), Porto Alegre, an Dr. Schuchart Berlin, 29.09.1916.

⁵³³ Carreras: Construcciones de Identidad , S. 204.

⁵³⁴ Strachan: Der Erste Weltkrieg, S. 277.

⁵³⁵ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 147.

⁵³⁶ Jörn Leonhard: Die Büchse der Pandora. Geschichte des Ersten Weltkriegs. München 2014, S. 708f.

den großen Städten einigen Zulauf hatten, verstärkt rechtfertigen und das Medium zu delegitimieren versuchen.⁵³⁷

Jene Länder, die an ihrer Neutralitätspolitik festhielten, gerieten unter starken äußeren wie inneren Druck, ebenfalls ihre diplomatischen Beziehungen mit Deutschland abzubauen.⁵³⁸ Argentinien gab seine neutrale Haltung nicht auf, dennoch kam es 1917 nach der Versenkung argentinischer Handelsschiffe durch deutsche U-Boote zu Übergriffen gegen deutsche Einrichtungen. In Buenos Aires war es seit Kriegsausbruch immer wieder zu Massendemonstrationen für oder gegen die eine oder die andere Kriegspartei gekommen, diese gewannen aber nun zunehmend an Intensität.⁵³⁹ Die sogenannte Luxburg-Affäre bedeutete für die deutsche Propagandakampagne einen weiteren Rückschlag. Im September 1917 wurden Telegramme des deutschen Botschafters in Buenos Aires, Karl Graf von Luxburg, in der argentinischen Presse veröffentlicht, die von den Briten abgefangen worden waren. In diesen Telegrammen beleidigte Luxburg nicht nur grob den argentinischen Außenminister, sondern bemerkte auch, dass Handelsschiffe unter argentinischer Flagge im Falle eines versehentlichen Angriffs besser ohne Spuren zu hinterlassen versenkt werden sollten.⁵⁴⁰ Der öffentliche Aufschrei folgte prompt und die Empörung der Einwohner von Buenos Aires entlud sich an den deutschen Vereinshäusern, Restaurants und den Redaktionssitzen der *Deutschen La Plata Zeitung*, der *Unión* sowie der *Gaceta de España*.⁵⁴¹ Die Debatten verliefen nun entlang der politischen Lager der *rupturistas*, die für einen Kriegsausbruch Argentiniens gegen Deutschland eintraten, sowie der *neutralistas*, einer intern sehr heterogenen Gruppe, zu der sich die Befürworter der argentinischen Neutralität zählten.⁵⁴² Einige argentinische Intellektuelle zählten zu den bekannteren Fürsprechern für die Neutralität, so zum Beispiel der bereits erwähnte Ernesto Quesada, Juan P. Ramos, Estanislao Zeballos oder Alfredo Colmo, die entschieden pro-deutsche Positionen

⁵³⁷ „El cinematógrafo debiera ser la escuela de la verdad, de la moral, no de las farsas convencionales y de la irrespetuosidad“, zitiert aus "Civilización" que no civiliza. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 25.07.1917, S. 1.

⁵³⁸ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 176ff.

⁵³⁹ María Inés Tato: La contienda europea en las calles porteñas. Manifestaciones cívicas y pasiones nacionales en torno de la Primera Guerra Mundial. In: dies., Martín O. Castro (Hrsg.): Del centenario al peronismo. Dimensiones de la vida política argentina. Buenos Aires 2010, S. 34-38.

⁵⁴⁰ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 176f.

⁵⁴¹ Ebenda, S. 177; Tato: Contra la corriente, S. 216; PA AA, R 121 912, Bericht Kriegspresseamt Auslandsstelle an AA, Berlin, 03.01.1918.

⁵⁴² Tato: La disputa por la argentinidad, S. 237; Otero: Guerra en Sangre, S. 74.

vertraten.⁵⁴³ Sie organisierten sich 1917 in der *Liga Patriótica Argentina pro Neutralidad*, die den Deutschen ein wichtiger Partner wurde. Ihre Gegner sammelten sich im *Comité Nacional de la Juventud*, welches klar auf Seiten der Entente stand, auf panlatine Ideen Bezug nahm und für einen Abbruch der Beziehungen zum Deutschen Reich eintrat.⁵⁴⁴ Beide Gruppen beanspruchten für sich, alleiniger Vertreter der nationalen Interessen Argentiniens zu sein.⁵⁴⁵

Trotz des massiven Drucks sowohl von Seiten der USA als auch von den *rupturistas* im eigenen Land, hielt Argentinien bis zum Kriegsende an der Neutralitätspolitik fest.⁵⁴⁶ Die *rupturistas* warfen Yrigoyen vor, aus Sympathien für die Deutschen zu handeln, doch seine Beweggründe waren weitaus komplexer. Vorrangig ging es Yrigoyen um die Abwehr des wachsenden US-amerikanischen Einflusses in Südamerika. Eine unabhängige außenpolitische Position signalisierte ein autonomes Handeln im Sinne des Nationalstaates, der sich nicht von den Vereinigten Staaten instrumentalisieren ließ.⁵⁴⁷ Anti-englische Gefühle mochten bei Yrigoyens Überlegungen ebenfalls eine Rolle gespielt haben.⁵⁴⁸ In der Konkurrenz mit Brasilien um die Rolle als führende Regionalmacht wird zudem die Allianz Brasiliens mit den USA Argentinien zu einem entgegengesetzten außenpolitischen Verhalten motiviert haben.⁵⁴⁹ Neutralität bedeutete für die Regierung Yrigoyen also nicht, keine Meinung zu haben, sondern ein aktives Eintreten für die eigenen nationalen Interessen.⁵⁵⁰ Germanophilie spielte für die Nichteinmischung Argentiniens eine untergeordnete Rolle.⁵⁵¹

Die Deutschen dankten es Yrigoyen trotzdem. Im Juni 1918 erreichte ein Telegramm aus Argentinien über Madrid das Auswärtige Amt. Der deutsche Geschäftsmann Mühlenkamp, der seiner Aussage nach gute Kontakte zur *Unión Cívica Radical* (UCR), der Partei Yrigoyens, pflegte, trat mit der Idee an den Botschafter heran, eine Zeitung zu gründen, welche die Interessen der Partei vertreten sollten, da *La Nación* und *La Prensa* die Regierung nicht unterstützen würden:

⁵⁴³ Tato: *La disputa por la argentinidad*, S. 243.

⁵⁴⁴ Ebenda, S. 236ff.

⁵⁴⁵ Dies.: *Contra la corriente*, S. 217.

⁵⁴⁶ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 180ff.

⁵⁴⁷ Tato: *Luring Neutrals*, S. 342; Compagnon: *América Latina*, S. 152.

⁵⁴⁸ Otero: *Guerra en la Sangre*, S. 81.

⁵⁴⁹ Compagnon: *América Latina*, S. 152.

⁵⁵⁰ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 196.

⁵⁵¹ Tato: *Luring Neutrals*, S. 342.

„Hinter der ganzen Idee steht der Präsident der Republik Irigoyen [sic] und der Gouverneur der Provinz Buenos Aires Camilo Crotto, ferner noch [unleserlich] der radikalen Partei Argentiniens Dr. Rogelio Arocheya. Die genannten Namen mögen Eurer Exzellenz als Bürgschaft dafür dienen, dass es sich um ein ernsthaftes Unternehmen handelt, durch das wir in die Lage versetzt werden, einen maßgebenden Einfluss auf die äußere Politik des Landes und somit auch eines großen Teiles von Südamerika auszuüben, was besonders in handelspolitischer Beziehung nach Beendigung des Krieges von Wichtigkeit sein wird. [...] Außer den drei oben genannten Personen, Irigoyen [sic], Araya, Crotto darf niemand um das Projekt etwas wissen.“⁵⁵²

Die geplante Zeitung war als eigenes Organ der UCR konzipiert, das Auswärtige Amt sowie einige deutsche Geschäftshäuser sollten sich allerdings möglichst großzügig an der Finanzierung beteiligen.⁵⁵³ Das Unternehmen kam schlussendlich nicht zustande, kann aber als besonders ambitionierter Versuch bewertet werden, langfristig auf die argentinische Presse- wie Parteienlandschaft einzuwirken. Auch wenn es nach Kriegsende durch die Einstellung finanzieller Zuwendungen zunächst zu einer vorübergehenden Krise der pro-deutschen Propaganda in Argentinien kam, so blieb die Idee der Pressebeeinflussung in einem deutschfreundlichen Sinn doch weiter lebendig.⁵⁵⁴

Uruguay

Die kleine deutschsprachige Gemeinde Uruguays stand mit Buenos Aires in regem Austausch, ganz besonders auch in Hinblick auf die Umsetzung von Propaganda.⁵⁵⁵ Bereits 1914 hatte es in Montevideo mehrere Versuche gegeben, eine deutschfreundliche Zeitung ins Leben zu rufen, doch das Erscheinen der *La Unión* in Buenos Aires ließ diese Vorhaben in den Hintergrund treten, da die Zeitung sich, obwohl sie kaum über die aktuellen Ereignisse in Uruguay berichtete, schnell gegen die auflagenschwachen lokalen Blätter durchsetzen konnte.⁵⁵⁶ Zuvor hatte der diplomatische Vertreter des Deutschen Reiches in Uruguay, Baron von Ow-Wachendorf, versucht, seine politischen Kontakte spielen zu lassen, um auf die Hauptstadtzeitung *El Día* Einfluss nehmen zu können. Ihr Besitzer, José Batlle y Ordóñez, bis 1915 Präsident Uruguays, ließ

⁵⁵² PA AA, R 16 461, Telegramm Kaiserlich Deutsche Botschaft Madrid, 21.06.1918.

⁵⁵³ Ebenda.

⁵⁵⁴ PA AA, R 121 302, Bericht Oberstleutnant und Kommandeur Kretzschmar, Reichswehr-Regiment 23, o.O., o.J.

⁵⁵⁵ Pastor W. Nelke: Das Deutschtum in Uruguay. Schriften des Deutschen Ausland-Instituts Stuttgart. Stuttgart 1921.

⁵⁵⁶ Nelke spricht von 1000 Exemplaren, die täglich in Montevideo abgesetzt wurden, vgl. ebenda, S. 269; Fischer: Deutsche Propaganda, S. 90.

zumindest zu, dass eine Spalte seiner Zeitung der deutschen Propaganda zur Verfügung gestellt wurde. Ein Mitglied der deutschen Kolonie veröffentlichte dort in Absprache mit Ow-Wachendorf Artikel. Grundsätzlich stand *El Día* aber auf Seiten der Entente und druckte im Verhältnis weitaus mehr Nachrichten französischer Provenienz ab.⁵⁵⁷ 1917 schwenkte die Zeitung dann klar in das proalliierte Lager über.⁵⁵⁸ Es gelang Ow-Wachendorf nicht, weitere Zeitungen in Montevideo zu einer positiveren Berichterstattung zu bewegen. Die einzige Zeitung, die sich eindeutig deutschfreundlich zeigte, war der katholische *El Bien Público*, dessen Leserschaft aber sehr klein war.⁵⁵⁹

Neben der Presse spielten in Montevideo wie in Buenos Aires auch andere Formen propagandistischer Einflussnahme eine wichtige Rolle. Dazu zählten zum Beispiel Vorträge in der Ortsgruppe Montevideo des Deutschen Wissenschaftlichen Vereins Buenos Aires, Konzerte, Wohltätigkeitsveranstaltungen für das Deutsche Rote Kreuz, sowie Film- und Theatervorführungen.⁵⁶⁰ Gerade Filmaufnahmen von den Kriegsschauplätzen zogen ein besonders großes Publikum an und wurden von den Deutschen durchweg als erfolgreiches Propagandamittel bewertet.⁵⁶¹ Allerdings erschwerten die britische Seeblockade und das Kampfgeschehen auf dem Atlantik zunehmend den Versand, so dass kein neues Filmmaterial mehr in Montevideo eintraf.⁵⁶² Die deutschen Theatervereine spielten eigens geschriebene Stücke, und Schauspielgruppen aus Buenos Aires gastierten auch in Montevideo:

„So hatten wir die Freude, am 13. Mai 1916, im Theater Solis das deutschfreundliche Propagandastück „Los Bárbaros“ zu sehen, das seinen Zweck nicht verfehlte, da viele uruguayischen Familien auf der Bühne sehen konnten, dass die Deutschen nicht so gefährlich sind, wie man sie zu schildern liebte.“⁵⁶³

Eine Besonderheit in Uruguay war das Centro Germania, das am 07. August 1915 von deutschfreundlichen Uruguayern im Ateneo gegründet wurde. Alle Gründungsmitglieder gehörten dem Christlichen Verein Junger Männer an. Pastor Nelke umreißt das Wirken des Centro in seiner Kriegsschöpfung folgendermaßen:

⁵⁵⁷ PA AA, R 123 107, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Montevideo an AA, 14.10.1915; Nelke: Deutschtum in Uruguay, S. 246.

⁵⁵⁸ PA AA, R 123 107, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Montevideo an AA, 20.07.1920.

⁵⁵⁹ Ebenda, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Montevideo an AA, 14.10.1915.

⁵⁶⁰ Nelke: Deutschtum in Uruguay, S. 254f. und 262f.

⁵⁶¹ Ebenda, S. 255.

⁵⁶² Ebenda, S. 263.

⁵⁶³ Ebenda.

„Die hauptsächliche Arbeit des *Centro Germania* [Anm.: kursiv i.O.] war die Propaganda für die deutsche Sache. [...] Die für uns günstigen Berichte veröffentlichte nun das *Centro Germania* in landesüblicher Weise. Es machte die deutschen Depeschen auf großen Tafeln am Hauseingang bekannt; bei Siegesnachrichten brannte ein rotes Licht über derselben und später heulte auch eine Sirene.“⁵⁶⁴

Der Verein brachte auch eine eigene Wochenzeitung, *La Verdad*, heraus, deren vielsagender Name später in *El Debate* umgeändert wurde.⁵⁶⁵ Offizieller Herausgeber der *Verdad* war ein Spanier.⁵⁶⁶ Die Zeitung fand auch in Buenos Aires einige Leser.⁵⁶⁷ Insbesondere die Artikel des ehemaligen Majors von Lükken fanden scheinbar Anklang. Einst als Militärreformer nach Argentinien gekommen, machte er sich „bald unmöglich“ und saß fortan in Montevideo fest.⁵⁶⁸ Das *Centro Germania* publizierte zudem eine große Menge an Flugblättern, die sich besonders gegen die auch in Uruguay aufkommenden *listas negras* richteten.⁵⁶⁹ Die Gelder für diese Publikationen flossen aber aus deutschen Kreisen zu.⁵⁷⁰ Im Verein fanden außerdem Vortrags- und Gesellschaftsabende statt, die eine Annäherung zwischen Deutschen und Uruguayern befördern sollten. Deutschkurse wurden interessierten Uruguayern ebenso angeboten wie gemeinsame Liederabende oder Ausflüge. Die Mitgliederzahlen beliefen sich laut Pastor Nelkes Angaben auf 650 Personen, von denen die meisten Uruguayer waren.⁵⁷¹ Diese Angabe ist allerdings mit Vorsicht zu bewerten, da Nelke nicht genau zwischen Deutschen, beziehungsweise Deutschstämmigen und Uruguayern, beziehungsweise uruguayischen Staatsbürgern deutscher Herkunft differenziert.

Im Oktober 1917 brach Uruguay seine diplomatischen Beziehungen zum Deutschen Reich ab.⁵⁷² Angesichts der schon in den vorherigen Jahren der Entente sehr entgegenkommenden Haltung Uruguays erschien dieser Schritt nicht überraschend und die öffentliche Meinung war insgesamt nicht sonderlich deutschfreundlich eingestellt.⁵⁷³ Das Schreckbild der „deutschen Gefahr“, die seit

⁵⁶⁴ Ebenda, S. 266.

⁵⁶⁵ Ebenda, S. 269.

⁵⁶⁶ BA-B, R 901/72258, Bericht NDLSPPZ and ZfA, Frankfurt a.M., 06.11.1915.

⁵⁶⁷ Ebenda.

⁵⁶⁸ Ebenda.

⁵⁶⁹ Nelke: *Deutschtum in Uruguay*, S. 267.

⁵⁷⁰ PA AA, R 123 107, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Montevideo an AA, 14.10.1915.

⁵⁷¹ Nelke: *Deutschtum in Uruguay*, S. 266f.

⁵⁷² Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 170f.

⁵⁷³ Ebenda, S. 169.

der Jahrhundertwende grassierende Angst, die Deutschen würden über Südbrasilien auch Uruguay besiedeln und kolonialisieren, spielte dabei eine gewichtige Rolle.⁵⁷⁴ Der Abbruch der Beziehungen führte beim *Centro Germania* zu einem spürbaren Mitgliederschwind und die deutsche Gemeinde geriet stark unter Druck.⁵⁷⁵ Die Erfolge der deutschen Propaganda in Uruguay waren trotz aller Anstrengungen kaum messbar. Nelke bilanzierte:

„Die Zahl derer, die frei und offen für unsere deutsche Sache eintraten, war sehr beschränkt. Ich meine, die große Masse des Volkes war für Deutschland und seine Ideale unzugänglich, ja bangte vor einem Siege Deutschlands, weil man meinte, die freie Entwicklung der Menschheit würde dadurch für immer gehemmt werden.“⁵⁷⁶

Uruguay war damit eines der Länder Südamerikas, in dem die Deutschen während des Ersten Weltkrieges einen besonders schweren Stand hatten.

Chile

In Chile sah sich die deutsche Propaganda im Vergleich mit der Situation in anderen südamerikanischen Staaten sicherlich den wenigsten Hindernissen ausgesetzt. Zwar hatten die deutschen Handelshäuser auch hier mit den Folgen der britischen *listas negras* zu kämpfen, insgesamt aber war die Stimmung gegenüber den Deutschen in Chile weitaus wohlwollender als etwa in Argentinien oder Uruguay.⁵⁷⁷ Dies gilt auch für die Berichterstattung in der Presse, die in der Regel nicht aggressiv deutschfeindlich auftrat.⁵⁷⁸ Dennoch waren auch die chilenischen Zeitungen von den französischen und englischen Nachrichtenagenturen abhängig, was Anlass zur Klage gab. Der deutsche Gesandte in Santiago, Friedrich Karl von Erckert, konnte Ende Oktober 1914 trotzdem zufrieden berichten, „[...] dass alle großen Blätter hier mich oft um Nachrichten aus deutscher Quelle gebeten haben [...]. Tatsächlich drucken hier alle Blätter stets ab, was ich ihnen offiziell und privat gebe, und das ist recht viel; [...]“.⁵⁷⁹

⁵⁷⁴ Ebenda, S. 114.

⁵⁷⁵ Nelke: Deutschtum in Uruguay, S. 267, 274-278.

⁵⁷⁶ Ebenda, S. 264.

⁵⁷⁷ Dehne: Western Front, S. 75f.; Rinke: Sog der Katastrophe, S. 121f.; PA AA, R 121 902, Böttger, Guillermo (Wilhelm): Bericht „Stimmen vom Río de la Plata“, Buenos Aires, November 1916.

⁵⁷⁸ PA AA, R 16 683, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an Konsul Will, Santiago de Chile, 31.10.1914.

⁵⁷⁹ Ebenda.

Neben den Bemühungen um die Unterbringung deutscher Nachrichtentelegramme in der etablierten Tagespresse wurden auch pro-deutsche Zeitungen weiter unterstützt oder neu gegründet. Die gut organisierte deutsche Gemeinschaft verlegte ihr Hauptpresseorgan, die 1910 von Paul Oestreich ins Leben gerufene *Deutsche Zeitung für Chile*, im September 1914 von Valparaíso nach Santiago, wo eine direkte Zugsanbindung an den mehrheitlich von deutschen Migranten besiedelten Süden eine bessere Versorgung mit Nachrichten garantierte.⁵⁸⁰ Oestreichs Projekt aus der Vorkriegszeit, die *Revista del Pacífico*, erschien nach einer mehrwöchigen Pause ab Herbst 1914 in einer gekürzten Fassung täglich. Beide Blätter, die *Deutsche Zeitung für Chile* und die *Revista del Pacífico*, erhielten sowohl die Transocean-Depeschen über New York ergänzt durch Nachrichten des deutschen *New York Staatsanzeiger* als auch Hofers Nachrichtendienst aus Barcelona.⁵⁸¹

Zu den Zeitungen der deutschen Gemeinde und der *Revista del Pacífico* gesellte sich bereits im August 1914 mit *La Gaceta Militar* eine weitere pro-deutsche Zeitung in spanischer Sprache. Die Zeitung war offiziell von dem Chilenen Heraclio Fernández auf eigene Kosten gegründet worden und erhielt vorgeblich keine finanzielle Unterstützung durch die deutsche Gesandtschaft.⁵⁸² Vermutlich standen Teile des chilenischen Heeres hinter dem Blatt, was mutmaßen lässt, dass die Zeitung über andere Kanäle von deutscher Seite mitgetragen wurde.⁵⁸³ Neben Fernández waren Enrique León und der gebürtige Spanier José María Llarena fester Teil der Redaktion. Beide waren ebenso wie Fernández schon vorher als Journalisten bei diversen Zeitungen, unter anderem *El Ferrocarril*, beschäftigt gewesen.⁵⁸⁴ Das Erscheinungsdatum der Zeitung sowie ihre im ersten Leitartikel am 08. August 1914 entworfene Programmatik lassen jedoch keinen Zweifel daran, dass die Zeitung allein mit der Intention gegründet worden war, die chilenische Öffentlichkeit mit pro-deutschen Inhalten zu versorgen, wer nun auch

⁵⁸⁰ Young: *Germans in Chile*, S. 164.

⁵⁸¹ Ojeda-Ebert: *Deutsche Einwanderung*, S. 129; August Hofer: *Streng vertraulich. Das zweite Kriegsjahr des Deutschen Nachrichtendienstes für Spanien. September 1915–Oktober 1915*. In: ders.: *Deutschtum in Spanien*, S. 46.

⁵⁸² Virgilio Figueroa (Hrsg.): *Diccionario Histórico Biográfico y Bibliográfico de Chile*. Bd. 2. Nendeln, Liechtenstein 1974 [1929], S. 141; PA AA, R 16 683, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an Konsul Will, Santiago de Chile, 31.10.1914.

⁵⁸³ Ebenda, Brief Otto Walkner, Valparaíso, an Ludwig Asch, Berlin, 19.11.1914.

⁵⁸⁴ Vgl. Los Redactores de "La Gaceta". In: *Gaceta Militar*, Santiago, 29.12.1914, S. 1. Bei *El Ferrocarril* hatt auch Galvarino Gallardo Nieto gearbeitet, ein chilenischer Politiker, der eine große pro-deutsche Verteidigungsschrift veröffentlichte, vgl. Galvarino Gallardo Nieto: *Neutralidad de Chile ante la Guerra Europea*. Santiago de Chile 1917.

immer als Hauptfinanzier hinter dem Projekt stand.⁵⁸⁵ Zudem publizierte die Zeitung offizielle Kommuniqués der deutschen Legation aus Santiago sowie vereinzelt übersetzte Artikel aus der *Deutschen Presse* und der *Deutschen Zeitung für Chile*.⁵⁸⁶ In ihrer Nachfolgerin, der *Gaceta de Chile*, waren die Verbindungen zur deutschen Gemeinschaft in Chile dann auch personelle, da der Hauptvertreter der Zeitung in Valparaíso, Arturo Fliess, deutscher Herkunft war.⁵⁸⁷ Die *Gaceta* war mit ihrer Gründung im August 1914 eine der ersten Zeitungen, die in Lateinamerika im Sinne der Deutschen Kriegspropaganda betrieb. Unter seinem Pseudonym „Juan García“ veröffentlichte Fernández zahlreiche Artikel und Kommentare in dieser und in den Zeitungen *La Gaceta de Chile* und *El Tiempo Nuevo*. Diese folgten der *Gaceta Militar* nach, als diese auf massiven Druck der englischen Gemeinde hin ihr Erscheinen einstellen musste.⁵⁸⁸ Alle drei Zeitungen waren im Ton oft sehr aggressiv, was sowohl Mitgliedern der deutschen Gemeinde als auch dem Gesandten von Erckert negativ auffiel.⁵⁸⁹ Dennoch hieß man die Unterstützung prinzipiell willkommen. Die *Gaceta Militar* wurde als durchaus erfolgreiches Unternehmen bewertet und konnte sich auch finanziell selbst tragen.⁵⁹⁰ Auf Betreiben der Alliierten hin musste die Zeitung zweimal ihren Namen ändern, um nicht eingestellt zu werden.⁵⁹¹ Auch die argentinische *La Unión* übernahm Artikel der *Gaceta Militar*, so wie andersherum Beiträge der *Unión* auch in den pro-deutschen Zeitungen in Chile zu finden waren.⁵⁹² Chefredakteur Fernández betrachtete sich als germanophil und Unterstützer der Interessen der chilenischen Mittelklasse.⁵⁹³ Nach Kriegsende wechselte er in die

⁵⁸⁵ Vgl. *La Gaceta Militar*. In: Ebenda, 08.08.1914, S. 1.

⁵⁸⁶ Vgl. u. a. Comunicación oficial alemana. In: Ebenda, 29.08.1914, S. 1; Los culpables (Traducido de la Deutsche Presse). In: Ebenda, 24.08.1914, S. 1; El comercio alemán y la acción naval inglesa. In: Ebenda, 29.08.1914, S. 2.

⁵⁸⁷ *La Gaceta de Chile* en Valparaíso. Don Arturo Fliess. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 04.09.1915, S. 1.

⁵⁸⁸ Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 183.

⁵⁸⁹ PA AA, R 16 683, Brief Otto Walkner, Valparaíso, an Ludwig Asch, Berlin, 19.11.1914. Ähnliche Kritik äußerte auch der deutsche Gesandte Erckert. „Es besteht hier ferner seit Kriegsausbruch eine ganz für Deutschland arbeitende "Gaceta Militar", von kleinen chilenischen Leuten geleitet, die pekuniär nirgends unterstützt werden und trotzdem ein recht gutes Geschäft machen sollen, was beweist, dass die Zeitung trotz ihres recht derben Tons und obwohl sie vielfach übers Ziel schießt, einem wirklichen Bedürfnis entspricht“, vgl. PA AA, R 16 683, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an Konsul Will, Santiago de Chile, 31.10.1914.

⁵⁹⁰ Ebenda.

⁵⁹¹ Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 183.

⁵⁹² Vgl. z. B. La neutralidad chilena. In: *Unión*, Buenos Aires, 20.11.1914, S. 4; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 122.

⁵⁹³ Figueroa (Hrsg.): *Diccionario Histórico Biográfico*, S. 141.

Redaktion der ultrakonservativen *La Unión* aus Santiago.⁵⁹⁴ Die *Unión*, die auch dem katholischen Klerus in Chile nahe stand, hatte 1914 als von der Gesandtschaft unabhängiges Blatt pro-deutschen Meinungen ebenfalls wiederholt eine Plattform geboten.⁵⁹⁵

Wie auch in den anderen Ländern Lateinamerikas wurde der Pressepropaganda der höchste Erfolgsgrad zugeschrieben. Die Förderung lokaler Zeitungen und einer deutschfreundlichen Berichterstattung erschienen dabei vielversprechender als der Rückgriff auf das aus Deutschland eintreffende Material.⁵⁹⁶ In Punta Arenas erschien ab 1915 der *Eco de la Guerra*, in Santiago versuchte man die Zeitschrift *Simplicísimo* in Anlehnung an die in Deutschland erfolgreiche Satirezeitschrift *Simplicissimus* zu etablieren. Am 28. August 1916 gründete sich in Santiago ein Werbeausschuss, ganz ähnlich zu seinem Pendant in Buenos Aires. „Der Werbeausschuss verdankt sein Entstehen einigen besonders betätigungsdürftigen [sic] Herren, die namentlich im Anfang mitunter stark über das Ziel hinausschossen und nicht immer den erforderlichen politischen Takt besaßen, [...]“, hieß es dazu im Bericht des deutschen Gesandten.⁵⁹⁷ Der Ausschuss veröffentlichte Flugblätter, Bücher und Bildmaterial, veranstaltete öffentliche Kundgebungen und gab ab Juli 1917 eine eigene Wochenzeitung, *El Submarino*, heraus. Die Redaktionsleitung hatte Otto Jacobitz inne.⁵⁹⁸ Diese Zeitschrift brachte mitunter sehr derbe Karikaturen und war deshalb in den elitären Kreisen der deutschen Gemeinde nicht sonderlich beliebt, in Teilen der chilenischen Arbeiterschicht aber fand das Blatt, zumal es auch gratis verteilt wurde, nach Botschafter von Erckerts Einschätzung durchaus Anklang.⁵⁹⁹ Als

⁵⁹⁴ Nicht zu verwechseln mit der argentinischen *La Unión*. Die chilenische *La Unión* bestand schon vor dem Krieg und vertrat politisch konservative und katholische Positionen. Auffällig ist, dass sie schon in den Vorkriegsjahren eine eigene Rubrik, die *Página Alemana*, veröffentlichte, in der eine deutschfreundliche Berichterstattung gepflegt wurde, vgl. PA AA, R 16 682 Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an AA, 24.04.1914.

⁵⁹⁵ PA AA, R 16 683, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft in Chile an Konsul Will, Santiago de Chile, 31.10.1914.

⁵⁹⁶ „Ich möchte Sie, verehrter Herr Asch, allen Ernstes bitten, zu überlegen, ob dieser Weg der Publikation [Anm.: Förderung deutschfreundlicher Berichterstattung in Landespresse] nicht der allerrationalste [sic] ist, und ob er nicht sichereren Erfolg zeitigen wird, als ein Herausenden im Übermaß von spanisch geschriebenen Zeitschriften und Flugblättern. Unsere langjährige Erfahrung im Auslande zeigt uns, dass diese, von denen, welche sie lesen sollen (Chilenen, Argentinier usw.) meist zu wenig oder gar nicht gelesen werden“, vgl. PA AA, R 16 683, Brief Otto Walkner an Ludwig Asch, Valparaíso, 19.11.1914.

⁵⁹⁷ PA AA, R 121 292, Bericht von Erckert an AA, Berlin, 17.01.1920.

⁵⁹⁸ Vgl. u. a. *El Submarino. La verdad a través de bloqueo y censura*, Santiago, 18.08.1917, S. 1. Per Post gelangte die Zeitung bis nach Costa Rica, vgl. Como el Yanqui fanfarrón teme a nuestro modesto "El Submarino". In: *Submarino*, Santiago, 20.04.1918, S. 8.

⁵⁹⁹ PA AA, R 121 292, Bericht von Erckert an AA, Berlin, 17.01.1920.

Antwort auf *El Submarino* lancierten die Alliierten 1918 *El Tanque: Seminario Ilustrado, Defensor de la Civilización y Enemigo de la Barbarie*.⁶⁰⁰ Von Seiten der Alliierten wurde darüber hinaus – wohl von der Redaktion des *Tanque* – eine gefälschte Ausgabe des *Submarino* in Umlauf gebracht, die den Duktus der Zeitung ironisierte und sich über die Vertreter der deutschen Gemeinde lustig machte.⁶⁰¹ Dies lässt den Rückschluss zu, dass *El Submarino* von den Alliierten einige Bedeutung zugemessen wurde und das Blatt einige Bekanntheit erlangt haben musste, da eine solche Persiflage nur dann Sinn hatte, wenn das Original einem bestimmten Adressatenkreis auch geläufig war. Der *Tiempo Nuevo* stand mit *El Submarino* in einem gewissen Konkurrenzverhältnis und blickte auf die etwas ordinäre Aufmachung des Blattes herab.⁶⁰² Am 16. November 1918 erschien die letzte Ausgabe des *Submarino*.⁶⁰³ Trotz der großen Bedeutung des Pressewesens kamen aber auch andere Formen propagandistischer Öffentlichkeitsarbeit nicht zu kurz, so bemühte sich zum Beispiel der Gesandte von Erckert beim Auswärtigen Amt um die Bewilligung von Geldern für Deutschkurse „für erwachsene Chilenen“.⁶⁰⁴

Eine wichtige Säule der Propagandaaktivitäten war auch in Chile das deutsche Vereinswesen. Sofort nach Kriegsbeginn wurde das Komitee für den deutschen Kampf gegründet, in dem alle Sprecher der deutschen Sprache in Chile zusammengeschlossen werden sollten und der „Reichsdeutsche“ wie auch Deutsch-Chilenen vertreten sollte.⁶⁰⁵ Aus dem Komitee ging 1916 in Santiago der Deutsch-Chilenische Bund hervor, der bis heute besteht.⁶⁰⁶ Die Durchsetzung einer möglichst effizienten Gegenpropaganda gegen die Entente, Protest gegen die schwarzen Listen und der Ausbau des deutschen Schulwesens waren die lose definierten Ziele, die zur Gründung des Bundes geführt hatten.⁶⁰⁷ Das Selbstverständnis des Deutsch-Chilenische Bundes stellte insofern eine Neuerung

⁶⁰⁰ Ausgaben Nr. 1-19 einsehbar in PK-SBB (Signatur 2" Krieg 1914/25584), *El Tanque: Seminario Ilustrado, Defensor de la Civilización y Enemigo de la Barbarie*, Santiago, 18.06.1918-22.10.1918.

⁶⁰¹ Vgl. *El Submarino. La verdad a través de bloqueo y censura*, Santiago, 14.09.1918. Die gefälschte Ausgabe forderte u. a. auch den *Tiempo Nuevo* zur Veröffentlichung eines Artikels heraus, der die Fälschung scharf kritisierte, vgl. A propósito de la usurpación del título de "El Submarino. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 25.09.1918, S. 4.

⁶⁰² PA AA, R, 121 292, Bericht von Erckert an AA, Berlin, 17.01.1920.

⁶⁰³ Vgl. *El Submarino. La verdad a través de bloqueo y censura*, Santiago, 16.11.1918.

⁶⁰⁴ PA AA, R 62 390, Bericht Kaiserliche Gesandtschaft Santiago an AA, Santiago de Chile, 28.02.1916.

⁶⁰⁵ Ojeda-Ebert: *Deutsche Auswanderung*, S. 130.

⁶⁰⁶ Ricardo Krebs Kaulen (Hrsg.): *Die Deutschen und die deutsch-chilenische Gemeinschaft in der Geschichte Chiles*. Santiago 2001, S. 236.

⁶⁰⁷ Ojeda-Ebert: *Deutsche Auswanderung*, S. 130f.

dar, als dass er für sich beanspruchte, alle in Chile lebenden Sprecher der deutschen Sprache zu vertreten, wobei der Bund nun definierte, wer „Deutsch“ war und wer nicht. Ojeda-Ebert weist darauf hin, dass in diesem Sinne die Inklusion aller Deutsch-Chilenen in den Bund, das heißt derjenigen Auswanderer, die sich schon Mitte des 19. Jahrhunderts in Chile niedergelassen hatten, ganz der imperialistischen Programmatik des Deutschen Reiches entsprach, welches alle deutschstämmigen Auswanderer für seine Großmachtpolitik zu instrumentalisieren versuchte.⁶⁰⁸ Die erste Versammlung des Bundes fand am 13. Oktober 1916 in Concepción stand, wobei die konkreten Kriegsereignisse in Europa den Tagungsberichten nach erstaunlich wenig Raum einnahmen. Vielmehr stand die allgemeine „Deutschtumsarbeit“ im Vordergrund, so zum Beispiel Fragen nach der Reorganisation des deutschen Schulwesens und die Umsetzung von Maßnahmen zur weiteren Ausbreitung „deutscher Werte“. Der Krieg wurde da zum Thema, wo er das deutsche Handelsleben berührte, also in Bezug auf die wirtschaftlichen Schwierigkeiten durch die *listas negras*.⁶⁰⁹ Die von der Versammlung beschlossenen Schritte, die einer Förderung des „Deutschtums“ dienen sollten, waren als langfristige, im weiteren Sinne auch kulturpropagandistische, Maßnahmen angelegt, die grundsätzlich eher einen nach innen gerichteten, identifikationsstiftenden Impetus hatten. Dazu gehörte das Anwerben von Wanderrednern, die Bildung von Wanderbibliotheken mit deutscher Literatur sowie die Verbreitung deutscher Zeitungen und Zeitschriften unter den Migranten.⁶¹⁰ Erst ein Vorschlag des Werbeausschusses aus Santiago nahm auch die Einbeziehung der chilenischen Bevölkerung in die Vereinsarbeit in den Blick:

„Der kürzlich in Valparaíso abgehaltene Bazar hat deutlich gezeigt, dass auch das roman-chilenische [sic] Element sich gern an deutschen Veranstaltungen beteiligt und auf die Vorteile hingewiesen, welche derartige Veranstaltungen in dieser Hinsicht mit sich bringen.“⁶¹¹

Im Sonderausschuss für Veröffentlichungen setzte sich darüber hinaus Paul Oestreich für eine besondere Unterstützung des *El Tiempo Nuevo* durch Inserate und Abonnements von deutscher Seite ein. Dabei wies er darauf hin, dass die Zeitung ein ganz ähnliches Potential entwickeln könnte, wie *La Unión* aus Buenos Aires.⁶¹² Am Ende konnte sich Oestreich mit seiner Forderung nach einer

⁶⁰⁸ Ebenda, S. 134f.

⁶⁰⁹ o.A.: Tagung des Deutsch-Chilenischen Bundes. Sammlung der auf dem 1. Bundestag geleisteten Arbeit. Concepción [Chile] 1916, S. 20-33.

⁶¹⁰ Ebenda, S. 33ff.

⁶¹¹ Ebenda, S. 36.

⁶¹² Ebenda, S. 46.

speziellen Förderung des *Tiempo Nuevo* nicht durchsetzen und der Bund formulierte seine Ziele für die Beeinflussung der nationalen spanischsprachigen Presse insgesamt ziemlich allgemein.⁶¹³ Im Zentrum der Diskussionen standen die beiden deutschsprachigen Zeitungen *Deutsche Presse* und *Deutsche Zeitung für Chile*, was zeigt, dass Oestreich, der in Zusammenarbeit mit der diplomatischen Vertretung und seiner *Revista del Pacífico* andere Wege gehen wollte, bezüglich der Propagandaproduktion eine recht singuläre Position einnahm und zumindest innerhalb des Bundes nicht die Mehrheitsmeinung vertrat.⁶¹⁴ Pressepropaganda in spanischer Sprache war somit für den Bund noch unbekanntes Neuland und ihre Möglichkeiten wurden verkannt.

Chile gab seine Neutralität während des Ersten Weltkrieges nicht auf. Die außenpolitischen Motive waren hierfür ganz ähnlich wie in Argentinien. Auch in Chile war das Misstrauen gegenüber den US-amerikanischen Ambitionen in Südamerika groß, zudem wollte man sich seine außenpolitische Unabhängigkeit bewahren. Im engsten Kreis des chilenischen Präsidenten Juan Luis Sanfuentes pflegte man zudem durchaus Sympathien für das Deutsche Reich, was allerdings kein sonderlich schwerwiegender Grund für die Aufrechterhaltung der Neutralität gewesen war, da sich ohnehin die Mehrheit der chilenischen Bevölkerung, *germanófilos* wie *aliadófilos*, für die neutrale Haltung ihres Landes aussprachen.⁶¹⁵ Die innenpolitische Situation war somit weniger konfliktiv als in Argentinien.

Mexiko

Die Situation in Mexiko war bei dem Ausbruch des Krieges in Europa eine besondere. Seit Beginn der Mexikanischen Revolution 1910 war das Land innenpolitisch nicht zur Ruhe gekommen. Bis 1920 kam es immer wieder zu äußerst gewalttätigen militärischen Auseinandersetzungen zwischen den verschiedenen revolutionären und konterrevolutionären Gruppen.⁶¹⁶ Nach dem Sturz des greisen Diktators Porfirio Díaz konnte sich zunächst Francisco Madero gegen seine Rivalen durchsetzen. Bis zu seiner Ermordung 1913 hatte er die Präsidentschaft Mexikos inne. Die gegenrevolutionäre Bewegung brachte General Victoriano Huerta an die Macht, er konnte sich aber nur bis zum Juli 1914

⁶¹³ Ebenda, S. 47.

⁶¹⁴ Ebenda, S. 49.

⁶¹⁵ Couyoumdjian: Chile y Gran Bretaña, S. 94f.; Rinke: Sog der Katastrophe, S. 182f.

⁶¹⁶ Klaus-Jörg Ruhl, Laura Ibarra García: Kleine Geschichte Mexikos. Von der Frühzeit bis zur Gegenwart. München 2000, S. 167.

halten.⁶¹⁷ Ihm folgte der Konstitutionalist Venestiano Carranza nach, der 1920 wie Madero, einen gewaltsamen Tod fand.⁶¹⁸ Die Zeit des Ersten Weltkrieges fällt somit mit der Präsidentschaft Carranzas zusammen.⁶¹⁹ Der Krieg entfaltete in Mexiko vor allem in diplomatischen Ränkespielen sein Wirkung, die Carranza durchaus für seine innen- und außenpolitischen Interessen zu nutzen wusste.⁶²⁰ Dabei ließ die geostrategische wie auch politische Lage Mexikos das Land zu einem der wichtigsten Orte für Spionageaktivitäten der Kombattanten in den Amerikas werden.⁶²¹

Anders als in den klassischen Einwandererländern des *Cono Surs* waren die deutschen Gemeinden in Mexiko wie auch in Mittelamerika zahlenmäßig klein. Nichtsdestotrotz waren es auch dort in erster Linie die Deutschen vor Ort, die die Propagandaarbeit in Kooperation mit den Botschaften und Konsulaten in die eigene Hand nahmen und eine rege Tätigkeit entfalteten, auch wenn diese in ihrer Anfangsphase noch recht bescheiden ausfiel. Der Historiker Friedrich Katz hat betont, dass erst die Amtsübernahme durch den neuen deutschen Botschafter Heinrich von Eckardt in Mexiko D.F. zu einem richtigen Anlaufen der deutschen Propagandaaktivitäten führte.⁶²² Zudem tat sich der 1915 gegründete *Verband deutscher Reichsangehöriger in Mexiko* in der Propagandaarbeit hervor und koordinierte von der Hauptstadt aus seine mehr als 30 Ableger in anderen mexikanischen Städten.⁶²³ Botschafter von Eckardt pflegte gute Beziehungen zu Präsident Carranza und seinem Regierungskreis, was den Deutschen auch immer wieder Vorteile für ihre Propagandakampagnen einbringen sollte.⁶²⁴ Darüber hinaus brachte er sich aktiv in das deutsche Gemeindeleben ein und war ein gern gesehener Gast bei Veranstaltungen und Feierlichkeiten.⁶²⁵ Nach seiner

⁶¹⁷ Ebenda, S. 174.

⁶¹⁸ Gilbert M. Joseph, Jürgen Buchenau: *Mexico's Once and Future Revolution*. Durham, London 2013, S. 84.

⁶¹⁹ Ebenda, S. 55 und 74f.

⁶²⁰ Katz: *Guerra Secreta*, S. 575-590; Schuler: *Secret Wars*, S. 168-195.

⁶²¹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 478-498; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 188; Schuler: *Secret Wars*, S. 83;

⁶²² Katz: *Deutschland*, S. 451.

⁶²³ Jamie Bisher: *The Intelligence War in Latin America, 1914-1922*. Jefferson [North Carolina] 2016, S. 134f.; Stefan Manz: *Constructing a German Diaspora. The "Greater German Empire", 1871-1914*. New York 2014, S. 120.

⁶²⁴ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 188.

⁶²⁵ Heinrich von Eckardt besuchte regelmäßig die Veranstaltungen der deutschen Gemeinde, vgl. u. a. *Deutschtum in Mexiko*. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 15.09.1915, S. 3; *Deutschtum in Mexiko*. In: Ebenda, 06.11.1915, S. 2.

Abberufung Ende 1918 schrieb eine proalliierte Zeitschrift über seine Arbeit in Mexiko folgende Worte:

„[...] pues sí es cierto que los servicios prestados por H. von Eckardt como propagandista a su país eran muy útiles para el desarrollo de los planes de la mencionada nación, [...]“⁶²⁶

Insgesamt wurden durch die Botschaft in acht mexikanischen Städten Lesezimmer eingerichtet, in denen deutsch- und spanischsprachige Publikationen auslagen, es wurden verstärkt Deutschkurse angeboten und beworben und neben der üblichen Methode der Pressebeeinflussung auch Propagandabroschüren und -kalender verkauft, von denen einige gar aus der Feder des Legationssekretärs selbst stammten.⁶²⁷ Der Nachrichtendienst wurde von der Botschaft und der deutschen Gemeinde koordiniert. Er speiste sich vornehmlich aus TO-Depeschen, die über New York dem Transocean-Vertreter in Mexiko zugestellt wurden. Aus dieser Arbeit sollte später der *Servicio Alemán de Información*, zunächst bekannt als *Agencia Duems*, hervorgehen.⁶²⁸ Im *Salón Rojo*, einem auch vom mexikanischen Mittelstand viel besuchten Vergnügungssaal, der den „größten Kinematograph der Republik“⁶²⁹ besaß, wurden regelmäßig die Kriegsfilme beider Parteien gezeigt. Die Filmvorführungen wurden von der deutschen Presse auch eifrig beworben.⁶³⁰ Filme spielten aber auch bei den Versammlungen der deutschsprachigen Gemeinden eine wichtige Rolle und wurden in die Festakte integriert.⁶³¹

Seit Kriegsbeginn erschien neben der spanischsprachigen Sonderbeilage der treupreußischen *Deutschen Zeitung für Mexiko*⁶³² auch der *Boletín de la Guerra. Por la Verdad*. Die Tageszeitung gehörte offiziell dem aus Spanien stammenden Manuel León Sánchez. Die Schriftleitung oblag Philippe Serrano, einem Mexikaner, dessen Mutter deutscher Herkunft war. Die Zeitung brachte unter anderem die amtlichen Telegramme der deutschen und österreichischen Heeresleitung und wurde laut Botschafter von Eckardt sowohl bei Mexikanern als

⁶²⁶ El Retiro de von Eckardt y la prensa neoyorkina. In: *La Guerra Europea. Crónica ilustrada creada en México para la defensa de los aliados*, Mexiko D.F., 03.01.1919, S. 14.

⁶²⁷ PA AA, R 122 690, Anlage Bericht Deutsche Botschaft Madrid, Gesandtschaft Mexiko an AA, Madrid, 29.01.1919.

⁶²⁸ Katz: *Guerra Secreta*, S. 503.

⁶²⁹ Vgl. Werbeanzeige in *Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 09.01.1915.

⁶³⁰ Vgl. u. a. Salón Rojo. El rey de los cines. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 05.07.1915, S. 3; Anzeige des *Salón Rojo* in Ebenda, 22.02.1915, S. 4.

⁶³¹ Vgl. u. a. Kermesse austro-húngara. In: Ebenda, 08.11.1915, S. 1.

⁶³² Rinke: *Deutsche Lateinamerikapolitik*, Bd. 2, S. 550. Zur politischen Einordnung der *Deutschen Zeitung für Mexiko* vgl. von Mentz: *Asociaciones del grupo alemán en México*, S. 412.

auch bei den in Mexiko lebenden Spaniern gut angenommen.⁶³³ Manuel León Sánchez war außerdem Herausgeber der *Noticias Inalámbricas*, die vom Transocean-Dienst bedient wurden.⁶³⁴ Er betätigte sich darüber hinaus als Propagandaredner.⁶³⁵ Seit 1908 unterhielt er eine Verlagsdruckerei und verfügte somit auch über die notwendigen Fachkenntnisse im Bereich des Publikationswesens.⁶³⁶ Der *Boletín* druckte neben Artikeln aus spanischen Blättern auch Beiträge der seit 1832 bestehenden konservativen Zeitung *El Diario de la Marina* aus Havanna (Kuba) ab.⁶³⁷ In Mérida erschien ebenfalls eine pro-deutsche Zeitung unter dem Namen *El Boletín de la Guerra*, deren Chefredakteur Antonio Pereira Vargas war. Sie speiste sich zum Großteil aus Artikeln des spanischen *ABC*.⁶³⁸

1916 war es der deutschen Botschaft zudem gelungen, die Tageszeitung *El Demócrata* für sich zu gewinnen. Hatte das Blatt bis zu diesem Zeitpunkt noch die *Havas*-Depeschen gedruckt und tendenziell eher proalliierte Positionen vertreten, änderte sich dies nun radikal. Dabei spielte die Vermittlung des mexikanischen Präsidenten Venustiano Carranza eine wichtige Rolle, denn die Zeitung begann mit ihrer pro-deutschen Berichterstattung erst auf seine Anordnung hin.⁶³⁹ Der Besitzer des maderistischen *Demócrata*,⁶⁴⁰ Rafael Martínez, genannt *RipRip*, führte daraufhin in einem Pressefeldzug, der sich maßgeblich gegen den Herausgeber des alliiertenfreundlichen *El Universal*, Felix Palavicini, richtete, selbst die Feder. Martínez und Palavicini waren beide Abgeordnete der verfassunggebenden Versammlung, die von 1916 bis 1917 in Mexiko tagte, und politische Konkurrenten.⁶⁴¹ Ihre von den Deutschen, respektive

⁶³³ PA AA, R 122 690, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Mexiko an AA, 25.11.1915.

⁶³⁴ Katz: *Guerra Secreta*, S. 508.

⁶³⁵ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 189.

⁶³⁶ Die Druckerei bestand bis in die 1950er Jahre. Zu ihren Publikationen zählte u. a. o.A.: *El Egipto mexicano y sus maravillas históricas. El mejor guía del turista para visitar las famosas ruinas de Yucatán*. Mexiko D.F. 1926.

⁶³⁷ Vgl. z. B. Paz a los hombres. *Guerra de 1914. Poesía del gran poeta español Salvador Rueda*. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 23.03.1915, S. 3.

⁶³⁸ Katz: *Guerra Secreta*, S. 504; BA-B, R 901/72257, Ausgabe *El Boletín de la Guerra*, Mérida, 13.01.1915.

⁶³⁹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 505; de la Parra: *Primera Guerra Mundial*, S. 159.

⁶⁴⁰ Die Zeitung bezeichnet sich in einer Gedenkausgabe zu ihrer Gründung selbst als maderistisch, vgl. „El Diario que fundara D. Francisco de Madero, celebra el segundo aniversario de su instalación definitiva en la ciudad de México“, zitiert aus einer Sonderbeilage in: *Demócrata*, Mexiko D.F., 06.08.1917, S. 1.; Katz: *Guerra Secreta*, S. 505.

⁶⁴¹ Enrique Martínez Prado (Hrsg.): *Historia del Congreso Constituyente 1916 – 1917. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 1917*. Mexiko D.F. 1985, S. 70, 73. Martínez war außerdem mexikanischer Konsul in Barcelona gewesen, vgl. ebenda, S. 70.

den USA, finanzierten Zeitungen nutzten sie daher auch für ihre eigenen Interessen, indem sie sie zum Austragungsort einer persönlichen Fehde werden ließen.

Seine Nachrichten erhielt der *Demócrata* über eine Agentur mit Sitz in New York, also in der Regel Telegramme der Transocean.⁶⁴² Der *Demócrata* war nicht die einzige Zeitung in Mexiko, die fortan von der deutschen Botschaft Subventionen und Papierlieferungen erhielt, aber die wichtigste, da sie als große Hauptstadtzeitung eine weite Verbreitung fand.⁶⁴³ Die Bereitstellung von Papier war nötig geworden, da in Mexiko Papierknappheit herrschte. Das Problem verschärfte sich zusätzlich, als die Spannungen mit den USA weiter zunahmen und 1917 ein US-Embargo von Papierlieferungen nach Mexiko verhängt wurde, um die deutsche Propaganda zu schwächen.⁶⁴⁴ Im Zuge dessen riefen die pro-deutschen Blätter dazu auf, alliiertenfreundliche Zeitungen als Altpapier anzukaufen.⁶⁴⁵

Der Abbruch der diplomatischen Beziehungen zwischen den USA und dem Deutschen Reich änderte nichts an Carranzas Neutralitätspolitik, auch wenn seine Sympathien ab 1917 eher auf Seiten des Deutschen Reiches lagen.⁶⁴⁶ *El Universal*, der von der US-amerikanischen *Associated Press* (AP) beliefert wurde,⁶⁴⁷ und *El Demócrata* lieferten sich zwar einen erbitterten Schlagabtausch, der zumindest einmal auch durch von *El Demócrata* aufgehetzten Massen auf die Straßen getragen wurde.⁶⁴⁸ Solche Vorfälle blieben jedoch die Ausnahme, da der Krieg im politisch instabilen Mexiko nicht zu einer gesellschaftlichen Massenmobilisierung einlud, wie dies etwa in Argentinien der Fall war. Nichtsdestotrotz war zumindest die publizistische Auseinandersetzung äußerst hitzig und vor allem der *Demócrata* bediente sich nicht selten Methoden, die einem Rufmord an Palavicini gleichkamen. Als dieser 1917 aus politischen Gründen und auf Druck von Eckardts hin Mexiko verlassen musste, konnte Rafael

⁶⁴² Vgl. u. a. der Hinweis „de nuestra oficina en Nueva York“, zitiert aus Por todo el mundo: La temporada lírica en Berlín. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 04.02.1918, S. 3.

⁶⁴³ Katz: Deutschland, S. 458. Katz nennt außerdem folgende Zeitungen, die in Mexiko finanzielle Zuwendungen durch die deutsche Botschaft erhielten: *Minerva* (Puebla), *El Día* (Monterrey), *La Opinión* (Veracruz), *La Reforma* (Tampico), *La Gaceta* (Guaymas), vgl. ebenda, S. 453.

⁶⁴⁴ Katz: Deutschland, S. 459.

⁶⁴⁵ Vgl. entsprechende Anzeige im *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 24.09.1918, S. 3.

⁶⁴⁶ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 190.

⁶⁴⁷ PA AA, R 121 009, Bericht Wolf von Tervall an AA, Basel, 01.05.1918.

⁶⁴⁸ Estados Unidos y México. Como se juzga a „El Demócrata“ por su labor nacionalista. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 03.08.1918, S. 4.

Martínez triumphieren und Palavicinis erzwungenes Exil als einen Sieg seiner Zeitung feiern.⁶⁴⁹

Der Abbruch der deutsch-US-amerikanischen Beziehungen erlaubte eine offene, stark polemische Parteinahme gegen die Vereinigten Staaten, welche die pro-deutschen Zeitungen zuvor nur vereinzelt geäußert hatten.⁶⁵⁰ Nach Katz war der relative Erfolg der deutschen Propaganda in Mexiko auf eben diesen deutlichen Anti-US-Amerikanismus oder *anti-yanquismo* zurückzuführen, dessen sich die meisten Publikationen nun bedienten.⁶⁵¹ Auf diese anti-US-amerikanischen Gefühle setzten die Deutschen auch, als sie der mexikanischen Regierung ein als Zimmermann-Depesche bekannt gewordenes Telegramm zukommen ließen.⁶⁵² In diesem Telegramm schlug der Staatssekretär des Auswärtigen Amtes, Arthur Zimmermann, einen deutsch-mexikanischen Pakt gegen die USA vor, falls diese in den Krieg in Europa eintreten würden. Mexiko sollte von Süden aus die Vereinigten Staaten angreifen, um sich mit deutscher Unterstützung Teile des im Mexikanisch-Amerikanischen Krieg verlorenen Gebietes zurückzuerobern.⁶⁵³ Dass es in diesem Fall tatsächlich zu einer militärischen Unterstützung der mexikanischen Armee durch das Deutsche Reich gekommen wäre, ist unwahrscheinlich, und das Hauptziel Deutschlands war es, die US-amerikanischen Streitkräfte an der Grenze zu Mexiko zu binden.⁶⁵⁴ Das brisante Telegramm wurde abgefangen und am 01. März 1917 von den USA veröffentlicht.⁶⁵⁵ Die auf die Veröffentlichung folgende Empörung in den USA trug mit dazu bei, dass die Regierung unter Wilson dem Deutschen Reich im April den Krieg erklärte.⁶⁵⁶

Ab Sommer 1917 veröffentlichte der *Demócrata* mit *El Mundo* einen Ableger, der weniger kostete und vorrangig anti-US-amerikanische Parolen brachte. Auch *El Demócrata* senkte ab Herbst 1917 seinen regulären Preis um einige Pesos, vermutlich, um konkurrenzfähig zu bleiben, da die Zeitung eine der teuersten in

⁶⁴⁹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 517.

⁶⁵⁰ Ebenda, S. 507.

⁶⁵¹ Ebenda, S. 511.

⁶⁵² Ebenda, S. 401; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 136.

⁶⁵³ Martin Nassua: "Gemeinsame Kriegsführung. Gemeinsamer Friedensschluß." Das Zimmermann-Telegramm vom 13. Januar 1917 und der Eintritt der USA in den 1. Weltkrieg. Frankfurt a.M. 1992, S. 16f.

⁶⁵⁴ Rinke: *Im Sog der Katastrophe*, S. 69; Nassua: *Gemeinsame Kriegsführung*, S. 18f.

⁶⁵⁵ Rinke: *Lateinamerika und die USA*, S. 73f.

⁶⁵⁶ Katz: *Guerra Secreta*, S. 413.

der Hauptstadt war.⁶⁵⁷ Carranza und seine Regierung erleichterten den Deutschen in Mexiko weiterhin ihre Propagandaarbeit.⁶⁵⁸ So leitete beispielsweise der Minister und Telegrafendirektor Mario Méndez täglich Kriegstelegramme aus Nauen über einen Vertrauensmann an die deutsche Gesandtschaft weiter, welche die Telegramme wiederum der deutschfreundlichen Presse zukommen ließ.⁶⁵⁹

Der zumindest formale Kriegseintritt der meisten mittelamerikanischen Staaten und Kubas gemeinsam mit den USA führte zu einem Zuzug von Deutschen aus diesen Ländern, so dass die deutsche Gemeinde in Mexiko einen kleinen Zuwachs verzeichnen konnte.⁶⁶⁰ Zu diesen Personen zählte auch Carl Düms, ein deutschstämmiger Publizist, der bereits mehrere Jahre in den Vereinigten Staaten gelebt hatte. Mit anderen Mitgliedern der deutschen Gemeinde gründete er 1917 einen Nachrichtendienst.⁶⁶¹ Ziel war es zunächst, ein Gegengewicht zu den einflussreichen alliierten Nachrichtenagenturen, allen voran der US-amerikanischen *Associated Press*, in Mittelamerika zu bilden. Darüber hinaus organisierte das Büro auch kulturpropagandistische Veranstaltungen, so stellte etwa der Maler Ferdinand Schmolli im Dezember 1918 in den Räumlichkeiten des Dienstes seine Ölgemälde und Landschaftsmalereien aus.⁶⁶² Mit dem Nachfolger des Dienstes, dem *Servicio Atlas*, legte Düms aber auch den Grundstein für die oben bereits erwähnte *Agencia Duems*, die in den 1920er Jahren die wichtigste Nachrichtenagentur zwischen Deutschland und Mittelamerika wurde.⁶⁶³ Durch die Propagandainitiativen der Kriegsjahre wurden somit bereits Weichenstellungen für die deutsche Kulturarbeit der Weimarer Republik gelegt.

Mittelamerika

Der Dienst der Transocean lief seit Anfang des Jahres 1915 über die Verbindung USA und Mexiko nach Guatemala weiter, wobei die deutschsprachigen Meldungen erst vor Ort von Mitgliedern der deutschen Gemeinde übersetzt

⁶⁵⁷ PA AA, R 122 690, Brief Ibero-Amerikanischer Nachrichten- und Archivdienst an AA, Nachrichtenabteilung Herrn Legationsrat Dr. A. Schmidt, Hamburg, 02. 10.1917; Ankündigung der Preissenkung vgl. *El Demócrata*, Mexiko D.F., 10.09.1917.

⁶⁵⁸ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 553.

⁶⁵⁹ Katz: Deutschland, S. 459; PA AA, R 122690, Anlage Bericht Deutsche Botschaft Madrid, 29.01.19 (Gesandtschaft Mexiko). Die Datierung der Anlage ist unklar, der ihr zugrunde liegende Bericht entstand sicherlich früher.

⁶⁶⁰ PA AA, R 122690, Bericht Ibero-Amerikanischer Nachrichten- und Archivdienst Hamburg an AA Berlin, 02.10.1917.

⁶⁶¹ o.A.: 10 Jahre Deutscher Pressedienst in Latein-Amerika, 1917 – 1927, o.O. 1933 [1927], S. 2.

⁶⁶² Werbeanzeige im *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 18.12.1918, S. 1.

⁶⁶³ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 552-560.

werden mussten.⁶⁶⁴ Die deutschen Gemeinden in Mittelamerika setzten sich hauptsächlich aus Vertretern deutscher Handelshäuser und Besitzern von Kaffeeplantagen zusammen, die zwar zahlenmäßig klein, ökonomisch aber durchaus einflussreich waren.⁶⁶⁵ Das deutsche Vereinswesen organisierte, wie andernorts auch, Spendensammlungen und richtete Feierlichkeiten zu Ehren Deutschlands aus. Die Gründung eigener Zeitungen in spanischer Sprache gehörte selbstredend ebenfalls zu den ergriffenen Propagandamaßnahmen. In Managua (*El Cronista, El Eco Universal*), Guatemala-Stadt (*El Eco Alemán, La República, La Esfera*) und El Salvador (*El Heraldo Alemán*), also den urbanen Zentren Mittelamerikas, wurden ab Herbst 1914 eigene Publikationen herausgebracht oder bereits bestehende Zeitungen durch das deutsche Konsulat und deutsche Firmen subventioniert.⁶⁶⁶ In Costa Rica brachte das kleine Lokalblatt *El Correo del Atlántico*, eine Gründung der deutschen Gemeinde, wöchentlich die Transocean-Depeschen.⁶⁶⁷ In Nicaragua war die Gründung einer eigenen Zeitung nötig geworden, da die Landespresse, ebenso wie in Costa Rica, die TO-Meldungen in der Regel nicht annahm. Die pro-deutschen, mittelamerikanischen Zeitungen standen per Telegraf miteinander in Kontakt und spielten sich auch gegenseitig Artikel zu. So regelte etwa TO-Vertreter Ernst Petersen von Guatemala aus die Übermittlung der Telegramme nach Honduras, die dort wiederum in der Zeitung *El Cronista* veröffentlicht wurden.⁶⁶⁸ Daneben wurden in den oben genannten Zeitungen außerdem Artikel aus spanischen Zeitungen (*Germania*, Barcelona; *ABC*, Madrid) abgedruckt.⁶⁶⁹ Verschiedene Telegrafien- und Funkstationen, die größtenteils verdeckt betrieben werden mussten, regelten den Kommunikationsverkehr zwischen Mittel- und Südamerika sowie dem Karibikraum.⁶⁷⁰

Kolumbien und Venezuela

⁶⁶⁴ Schoonover: *Germany in Central America. Competitive Imperialism, 1821-1929*, S. 156; Wagner: *Alemanes en Guatemala*, S. 250.

⁶⁶⁵ Vega Jiménez: *Guerra*, S. 33.

⁶⁶⁶ PA AA, R 121983, Telegramm Deutsche Gesandtschaft Guatemala an AA, 28.08.1915; Vega Jiménez: *Guerra*, S. 27, 30; Quesada Rivera: *Informar la Gran Guerra*, S. 306; Wagner: *Alemanes en Guatemala*, S. 250; Schoonover: *Germany in Central America*, S. 156.

⁶⁶⁷ Vega Jiménez: *Guerra*, S. 30; PA AA, R 121 099, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Guatemala an AA, 05.06.1915.

⁶⁶⁸ PA AA, R 121983, Telegramm Deutsche Gesandtschaft Guatemala an AA, 28.08.1915.

⁶⁶⁹ Quesada Rivera: *Informar la Gran Guerra*, S. 312f. Dies trifft ebenso auf Mexiko zu und ergibt sich auch aus der Sichtung der Tageszeitungen *El Eco Alemán* (Guatemala) und *El Heraldo Alemán* (El Salvador).

⁶⁷⁰ Schoonover: *Germany in Central America*, S. 160.

In Kolumbien und Venezuela war die soziale Stratifikation der deutschsprachigen Migranten mit jener aus Mittelamerika vergleichbar. Auch dort waren es vor allem die Kaufmannschaften und Unternehmer, die in Zusammenarbeit mit den deutschen diplomatischen Vertretungen die Propagandaarbeit sowie deren Finanzierung übernahmen. Besonders in den Hafenstädten Venezuelas hatten sich viele deutsche Handelshäuser und Hamburger Firmen niedergelassen, die über das entsprechende Kapital verfügten, um die in der Mehrheit unprofitablen Propagandazeitungen zu unterstützen.⁶⁷¹

In Bogotá wurde von Deutschen, Österreichern und Schweizern der Verein *Aufklärung* gegründet, der sich ganz der Umsetzung der Propagandaarbeit widmete.⁶⁷² Selbst in Barranquilla fanden sich die Deutschen für die Organisation der Pressearbeit zusammen.⁶⁷³ Eine ganz ähnliche Institution wie der Verein *Aufklärung* war der Presseausschuss der deutschen Gemeinde in Caracas.⁶⁷⁴ Zwischen Kolumbien und Venezuela bestand auch ein Nachrichtenaustausch und das venezolanische Wochenblatt *El Eco Alemán*, dessen Auflage sich im Mai 1916 nach eigenen Angaben auf circa 3600 Exemplare belief, wurde dem Verein *Aufklärung* in Bogotá unentgeltlich für die eigene Propagandaarbeit zur Verfügung gestellt.⁶⁷⁵ Der *Eco Alemán* wurde vom deutschen diplomatischen Vertreter in Caracas als großer Erfolg bewertet, auch deshalb, da er die alliierten Botschafter zwang, über eigene Publikationen nachzudenken und nicht einzig weiter auf die alliiertenfreundliche Berichterstattung in der Tagespresse zu vertrauen.⁶⁷⁶ Dabei brachte die Zeitung hauptsächlich übersetzte Ausschnitte aus deutschen oder spanischen Zeitungen und zeichnete sich nicht durch eine eigenständige journalistische Tätigkeit der Herausgeber aus.⁶⁷⁷

⁶⁷¹ Jane M. Rausch: „Colombia's Neutrality during 1914-1918: An Overlooked Dimension of World War I. In: Iberoamericana Bd. 14., H. 53 (2014), S. 106; Herwig: Germany's Vision, S. 47-79; Fischer: Deutsche Propaganda, S. 90f.

⁶⁷² PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, Oktober 1915.

⁶⁷³ PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 19.05.1915.

⁶⁷⁴ PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 28.05.1915.

⁶⁷⁵ PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 19.05.1915; PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 19.05.1916; BA-B, R 901/72257, Brief Deutsch-Columbianische Brauerei an NDLSPPZ, Bogotá, 26.03.1915.

⁶⁷⁶ PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft für Venezuela an AA, Caracas, 09.11.1915.

⁶⁷⁷ Vgl. *El Eco Alemán. Recortes des periódicos sobre la Guerra Mundial*, Caracas, 27.01.1915.

In Kolumbien konnte neben der Lancierung der Transocean-Telegramme in der Hauptstadtspresse auch die konservative Zeitung *La Unidad* von Laureano Gómez für deutschfreundliche Positionen gewonnen werden, die nun regelmäßig Artikel publizierte.⁶⁷⁸ Ein Netz von Vertrauensmännern sorgte in Zusammenarbeit mit den Konsularstellen in den größeren kolumbianischen Städten wie Barranquilla oder Cartagena zudem dafür, dass die Nachrichtentelegramme der Transocean auch in die Lokalzeitungen der einzelnen Regionen gelangten.⁶⁷⁹ Die in Cartagena von der *Gesellschaft für Drahtlose Telegraphie* betriebene Funkstation war dabei ein bedeutsames Hilfsmittel.⁶⁸⁰

Neben dem transnationalen Kommunikationsverkehr zwischen Europa und den Amerikas war somit auch der translokale Austausch von Nachrichten und Artikeln für das deutsche Propagandaunternehmen in Lateinamerika äußerst bedeutsam.

Die Andenregion: Peru, Ecuador und Bolivien

In Peru verhielt sich die Tagespresse, obschon das Land offensiv Frankreich unterstützte, bis 1917 noch relativ neutral.⁶⁸¹ So konnte der deutsche Konsul Vietinghoff in Limas wichtigsten Blättern *El Comercio* und *La Prensa* bis zum Abbruch der deutsch-peruanischen Beziehungen im Herbst 1917 auch immer wieder Telegramme der Transocean sowie deutschfreundliche Artikel unterbringen.⁶⁸² Beide Zeitungen nahmen außerdem Artikel von Manuel Mateo Campos, Autor des Propagandabuches *Bélgica y su neutralidad enigmática. Estudio crítico libre de prejuicios*, auf, die Campos von Berlin aus dem *Comercio* und der *Prensa* zukommen ließ.⁶⁸³ Publikationen aus Deutschland gingen, um

⁶⁷⁸ PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 23.02.1915.

⁶⁷⁹ Ebenda., Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 15.05.1915.

⁶⁸⁰ Martin: *Latin America*, S. 412ff.

⁶⁸¹ Martin: *Vivir el conflicto*, S. 259-281.

⁶⁸² PA AA, R 122 804, Bericht Vietinghoff an AA, Lima, 10.10.1915; ebenda, Brief des Hilfsausschuss der deutschen Gemeinschaft an AA, Lima, 17.03.1916.

⁶⁸³ Ebenda, Brief Freiherr Ernst von Meck an Manuel Mateo Campos, Guatemala, 07.12.1914; Ebenda, Brief Hilfsausschuss Lima an Manuel Mateo Campos, Lima, 17.03.1916; vgl. außerdem Manuel Mateo Campos: *Bélgica y su neutralidad enigmática. Estudio crítico libre de prejuicios*. Berlin 1915. *Der Eco de la Guerra* aus Punta Arenas (Chile) bezeichnete Campos in einem Artikel gar als ihren Korrespondenten, eine regelmäßige Versorgung der Zeitung mit Artikeln aus seiner Feder ist allerdings nicht nachweisbar, vielmehr schien er Nachrichten weitergeleitet zu haben, vgl. *Los submarinos en la lucha por la libertad de los mares*. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 30.03.1916, S. 2f.

keinen Verdacht zu erwecken, nicht direkt an Vietinghoff, sondern an den Ordensmann Padre Guillermo des Convento de la Buena Muerte in Lima.⁶⁸⁴

Der *Comercio* erhielt die TO-Telegramme direkt über New York und nicht wie ursprünglich geplant aus Buenos Aires, da dies einem Umweg von drei Tagen bedeutet hätte.⁶⁸⁵ Vietinghoff leitete die offiziellen Telegramme außerdem nach Quito und Guayaquil, wo auch eine Funkstation stand, an Vertrauensmänner weiter, die die Nachrichten dann in geeignet erscheinenden Publikationen unterzubringen hatten.⁶⁸⁶ Zu diesen gehörte unter anderem der in Guayaquil erscheinende *El Ecuatoriano*, der von Roberto Conejo geleitet wurde. Neben den TO-Telegrammen bezog diese Zeitung ihre Informationen auch über den *Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge*.⁶⁸⁷ Ein weiterer Empfänger der Bulletins des *NDLSPZ* und einer der Vertrauensmänner war Roberto Levi, ein in Guayaquil lebender Chemiker aus Hamburg, der die Nachrichten über den Postweg über Holland, Schweden, Barcelona oder die Schweiz erhielt.⁶⁸⁸ Zu den germanophilen Kreisen in Ecuador wurden unter anderem Manuel Samaniego, Juan Alvear, Aurelio Duenas, Cristobal Naranjo und Miguel Arias gezählt, die ebenfalls zur weiteren Verbreitung deutschfreundlicher Positionen mit dem Frankfurter Nachrichtendienst in Kontakt standen.⁶⁸⁹

Die Kommunikation mit Ecuador lief somit über die peruanische Hauptstadt. Im November 1914 gründete die zahlenmäßig kleine deutschsprachige Gemeinschaft Limas, die sich zum Großteil aus Kaufleuten zusammensetzte, auf eigene Kosten die Zeitschrift *La Guerra Gráfica*.⁶⁹⁰ Wie der Titel bereits erahnen lässt, publizierte die Zeitschrift vor allem Fotografien und Grafiken über das Kriegsgeschehen. Treibende Kraft hinter dem Projekt war der deutsche Unternehmer Hermann Seer, dessen geschäftliche Kontakte nach Deutschland dafür sorgten, dass die Zeitung mit Bildmaterialien versorgt blieb.⁶⁹¹ Der Dresdner Papiergroßhändler Richard Klippgen & Co. verschickte aber nicht nur an Seer Propagandabilder, auch *El Suceso* aus der chilenischen Stadt Valparaíso

⁶⁸⁴ PA AA, R 121 292, Gesandtschaft Lima an AA, Lima, 30.10.1919.

⁶⁸⁵ PA AA, R 122 804, Bericht Vietinghoff an AA, Lima, 10.10.1915.

⁶⁸⁶ Ebenda, Bericht Vietinghoff an AA, Lima, 29.03.1915; Martin: *Latin America*, S. 442.

⁶⁸⁷ PA AA, 122 804, Bericht Vietinghoff an AA, 29.03.1915; BA-B, R 901/72256, Brief Roberto Conejo an *NDLSPZ*, Guayaquil, 07.01.1915.

⁶⁸⁸ BA-B, R 901/72258, Brief Roberto Levi an *NDLSPZ*, Guayaquil, 11.11.1915.

⁶⁸⁹ BA-B, R 901/72257, Brief M. Alberto Guerra an *NDLSPZ*, Ambato (Ecuador), 15.08.1915.

⁶⁹⁰ Martin: *Vivir el conflicto*.

⁶⁹¹ PA AA, R 122 804, Brief Firma Richard Klippgen & Co. an AA, Dresden, 05.05.1915.

erhielt über diesen Kanal Post aus Deutschland.⁶⁹² In der Provinzstadt Iquitos im Norden Perus brachte die deutsche Gemeinschaft ebenfalls ein kleines doppelseitig bedrucktes Blatt, die *Germania*, heraus, in welchem vor allem Artikel der deutschen und spanischen Presse, vorrangig aus dem *ABC*, reproduziert wurden.⁶⁹³ Bemerkenswerterweise erhielt die Zeitung neben den Transocean-Telegrammen auch Nachrichtendepeschen über Paul Oestreich aus Santiago, wobei als Nachrichtenquelle die *Agencia Oestreich* angegeben wurde.⁶⁹⁴ Somit spannte sich ein wichtiger Kommunikationskanal der pro-deutschen Propagandaorganisation entlang der Pazifikküste von Chile bis nach Ecuador.

In La Paz in Bolivien erschien seit November 1914 die spanischsprachige Zeitung *La Vanguardia*, deren Redakteure sich als „amigos de Alemania“ und „sinceras y patriotas colaboradores del desenvolvimiento progresivo de esta Patria“ beschrieben.⁶⁹⁵ Herausgeber war allerdings der Vorsitzende des *Centro Patriótico Alemán*, Gustav Callenius, der auch als Vertrauensmann für den *NLSPZ* fungierte.⁶⁹⁶ Es ist unklar, wie lange die Zeitung, die als einzig bedeutsames Propagandablatt in Bolivien bekannt wurde, Bestand hatte.⁶⁹⁷

1.2.2 DAS KRIEGSENDE UND DIE DEUTSCHE PRESSEPROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Die deutsche Propaganda desinformierte alle Glieder der lateinamerikanischen Öffentlichkeit und nicht zuletzt auch die deutschsprachigen Migrantengemeinschaften. Diese waren eben nicht nur Produzenten, sondern auch Rezipienten der deutschen Propaganda, und der Wahrheitsgehalt der aus Deutschland eintreffenden Nachrichten wurde selten in Frage gestellt. Die Meldungen über die deutsche Niederlage wurden bis zuletzt nicht geglaubt und die demokratische Regierung der Weimarer Republik traf auf nur wenig

⁶⁹² Ebenda; Frieder Schmidt, Elke Sobek (Hrsg.): Internationale Bibliographie zur Papiergeschichte (IBP), München 2003, S. 985.

⁶⁹³ Martin: Vivir el conflicto.

⁶⁹⁴ Ebenda.

⁶⁹⁵ ¿El triunfo de Alemania es un peligro?. In: *La Vanguardia*, La Paz, 23.11.1914, S. 8; vgl. außerdem Fischer: Deutsche Propaganda, S. 90.

⁶⁹⁶ BA-B, R 901/72257, Brief Gustav Callenius als Anlage des Jahresberichts des *NLSPZ*, Frankfurt a.M. 1915.

⁶⁹⁷ Fischer: Deutsche Propaganda, S. 90.

Akzeptanz.⁶⁹⁸ In Mexiko ließ von Eckardt etwa in Reaktion auf die eingehenden Telegramme über die deutsche Kapitulation zunächst Gegendarstellungen veröffentlichen.⁶⁹⁹ Auch in den anderen Ländern Lateinamerikas reagierten die Deutschen mit Fassungslosigkeit. Zu lange hatte man den aus Deutschland eingehenden Nachrichten Glauben geschenkt und an der Aufrichtigkeit der deutschen Sache nicht gezweifelt:

„Die unerwarteten gewaltigen Ereignisse der letzten Wochen haben auch uns Deutsche in Argentinien aufs tiefste erschüttert. Woher der plötzliche Umschwung kam, wir wissen es noch nicht, noch weniger, welches die nächste Zukunft unseres geliebten Heimatlandes sein wird.“⁷⁰⁰

Im Frühjahr 1919 verbrachte der Wirtschaftswissenschaftler John Mez eine Zeit in Mexiko. Mez hielt dort Reden und Vorträge, in denen er die in Mexiko lebenden Deutschen über die neuen politischen Verhältnisse in Deutschland aufzuklären und von den Vorteilen des demokratischen Systems der Weimarer Republik zu überzeugen versuchte. Im Mai schrieb er seinem guten Bekannten, dem Völkerrechtler und Pazifisten Walther Schücking, frustriert nach Versailles:

„[...] ganz unverzeihlich aber erscheint mir als vaterland-liebenden [sic] Deutschen, dass hier in einer "Deutschen Zeitung", wenn auch nicht unter Leitung, so doch unter Duldung der deutschen Reichsbehörden und der Kolonie eine geradezu unverschämte Hetze gegen die Alliierten und gegen die neue deutsche Regierung getrieben wird, [...]. Sie wissen ja, wie gern die Alliierten gerade in dieser kritischen Zeit jede derartige unvorsichtige Äußerung von deutscher Seite aufgreifen um nach Paris zu berichten: Seht, wie wenig sich die Deutschen geändert und gebessert haben, sie sind immer noch genauso militaristisch und chauvinistisch wie früher, [...].“⁷⁰¹

Mez' Vorträge stießen in Mexiko auf taube Ohren. Ähnliches meldete auch der in Buenos Aires wohnhafte deutsche Kaufmann Jaacks an das Auswärtige Amt. Die Deutschen in Argentinien würden, so Jaacks, die neue Regierung nicht akzeptieren und an einen Verrat der Sozialdemokraten glauben. Daher sei es künftig unbedingt notwendig, bei den „Auslandsdeutschen“ für die Republik zu

⁶⁹⁸ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 1, S. 368ff.; Matthias Schönwald: Nationalsozialismus im Aufwind? Das politische Leben der deutschen Gemeinschaft Argentinien in den frühen zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts. In: Meding (Hrsg.): Nationalsozialismus und Argentinien, S. 52; PA AA, R 121 292, Brief E.C. Jaacks an AA, Berlin, 16.09.1919; PA AA, R 122 690, Brief John Mez an Walther Schücking, Mexiko, 20.05.1919.

⁶⁹⁹ Katz: Guerra Seceta, S. 509.

⁷⁰⁰ „An die Mitglieder des Deutschen Volksbundes für Argentinien. In: *Der Bund. Monatsschrift des Deutschen Volksbundes für Argentinien*. Buenos Aires 1918 (16), S. 1.

⁷⁰¹ PA AA, R 122 690, Brief John Mez an Walther Schücking, Mexiko D.F., 20.05.1919.

werben.⁷⁰² Innerhalb der Gemeinden deutscher Migranten waren die Botschaften der deutschen Propaganda und ihre verzerrte Berichterstattung scheinbar erfolgreich gewesen und hatten bis zum Kriegsende die Illusion eines kommenden Sieges des Kaiserreiches aufrecht erhalten können. Doch wie sah es insgesamt in Lateinamerika aus?

Es ist empirisch schwer messbar, welchen Erfolg die deutsche Propaganda in Lateinamerika tatsächlich hatte und welche Reichweite sie besaß. Zum einen handelte es sich um ein primär urbanes Phänomen, das heißt, Propagandamedien blieben größtenteils auf einen städtischen Rezipientenkreis beschränkt.⁷⁰³ Die in einigen Regionen recht geringen Alphabetisierungsraten begrenzten die Rezeption weiter.⁷⁰⁴ Zum anderen lässt sich der tatsächliche Einfluss der deutschen Propaganda auf die Meinungen der städtischen Teilöffentlichkeiten methodisch nicht seriös bestimmen. Zwar spiegeln Briefe oder offizielle Dokumente immer wieder einzelne Einschätzungen wider, diese sind aber äußerst ambivalent, teilweise gar widersprüchlich oder auch von bestimmten Interessen geleitet.⁷⁰⁵

Festzustellen ist aber, dass sich die Alliierten von den deutschen Propagandainitiativen in einigen Regionen Lateinamerikas zumindest zeitweise ernstlich bedroht fühlten.⁷⁰⁶ Diese gefühlte Wahrnehmung einer Bedrohung durch die Stärke und Durchschlagskraft der deutschen Propaganda entsprach allerdings nicht unbedingt den Realitäten oder der Perzeption der lateinamerikanischen Leserschaft. Abzuleiten ist daraus nur, dass das deutsche Propagandanetzwerk in den Augen der Alliierten trotz aller Gegenmaßnahmen und Hindernisse überraschend gut zu funktionieren schien. In Chile führten die intensiven Propagandakampagnen der Deutschen zum Beispiel dazu, dass die britischen Gemeinden in Santiago und Valparaíso für eine Weile sogar die große und

⁷⁰² PA AA, R 121 292, Brief E.C. Jaacks an AA, Berlin, 16.09.1919.

⁷⁰³ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 129.

⁷⁰⁴ Die regionalen und nationalen Unterschiede sind hier allerdings frappierend, für Argentinien betrug die Analphabetenrate 1914 etwa 35 %, in Brasilien hingegen 65%, vgl. Compagnon: *América Latina*, S. 84.

⁷⁰⁵ So schätzten auch die diplomatischen Vertreter die Lage in ihren Berichten zum Teil recht positiv ein, wobei wohl mit einkalkuliert werden muss, dass sie dem Auswärtigen Amt auch Erfolge präsentieren wollten, vgl. u. a. PA AA, R 122 690, Bericht A. Nr. 46, von Eckardt an AA, Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Mexiko, Mexiko D.F., 25.11.1915; PA AA, R 123 110, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Venezuela an AA, Caracas, 28.05.1915.

⁷⁰⁶ Dehne: *Western Front*, S. 56ff.; Schaefer: *Deutsche Militärhilfe*, S. 183.

deutlich alliiertenfreundliche Tageszeitung *El Mercurio* verdächtigten, auf Seiten der Mittelmächte zu stehen.⁷⁰⁷

Im August 1916 schrieb der französischsprachige *Courrier du Mexique* aus der Hauptstadt über die öffentliche Meinung in Mexiko folgendes:

„Si l'on ne jugeait de l'opinion mexicaine que par le plupart de ses organes dans la presse, on serait fondé à croire que la grande majorité des Mexicains est germanophile. [...] La démonstration des sentiments germanophiles de nos confrères n'est plus à faire. [...] - que par l'attitude de ces journaux, le Mexique est un train de s'aliener des sympathies qui, à un moment donné, pourraient lui être précieuses.“⁷⁰⁸

Es ist allerdings gerade im mexikanischen Fall nicht immer einfach, anti-US-amerikanische Propaganda von pro-deutschen Stimmen abzugrenzen, wie auch Kapitel 5.2 zeigen wird. Die *Evening Post* aus New York etwa behauptete 1917 in einem Artikel, die Tageszeitung *La Defensa*, die im Normalfall nur Artikel aus *El Pueblo* reproduzierte, würde für die Deutschen Propaganda machen.⁷⁰⁹ Selbige Behauptungen finden sich für *El Pueblo*. Während *El Pueblo* in der Tat schon 1916 die US-Außenpolitik scharf kritisierte, veröffentlichte die Zeitung hingegen weiterhin die Nachrichtendespeschen der Entente und ließ auch sonst keine besonders starken pro-deutschen Tendenzen hinsichtlich ihrer Berichterstattung über das Kriegsgeschehen in Europa erkennen. Die anti-US-amerikanische Haltung der Zeitungen mochte zwar den deutschen Interessen genutzt haben, Hinweise auf ein kontinuierlich germanophiles Meinungsbild von *El Pueblo* und *La Defensa* lassen sich indes nicht nachweisen.⁷¹⁰

Bald nach dem Ende der Kampfhandlungen, während in Versailles die Friedensverhandlungen vorbereitet wurden, begann in Lateinamerika die Abwicklung der deutschen Propagandaarbeit. „Éramos un periódico de combate y como la guerra se acabó, cesó la razón de nuestro ser“, hatte sich *El Submarino* aus Chile bereits am 16. November 1918 von seinen Lesern verabschiedet.⁷¹¹ Die kostspielige Propagandaarbeit konnte finanziell weder vom Auswärtigen Amt noch von lokalen Geldgebern weitergetragen werden. Der Aufklärungsdienst in

⁷⁰⁷ Couyoumdjian: Chile y Gran Bretaña, S. 95.

⁷⁰⁸ La Presse Mexicaine et la Guerre. In: *Courrier du Mexique*, Mexiko D.F., 25.08.1916.

⁷⁰⁹ PA AA, R 122 690, Bericht Ibero-Amerikanischer Nachrichten- und Archivdienst Hamburg an AA, 02.10.1917.

⁷¹⁰ Dieses Urteil bezieht sich auf eine Sichtung von *El Pueblo* für den Zeitraum 01.10.1914 – 01.05.1919 und für *La Defensa* vom 22.06.1916 – 01.11.1916.

⁷¹¹ Nuestra Despedida. In: *Submarino*, Santiago, 16.11.1918, S. 1.

Mexiko, der bis Januar 1919 noch 26 Mitarbeiter beschäftigte, wurde bis Ende Juli nach und nach aufgelöst. Den Lagerverkauf übernahm die deutsche Buchhandlung Müller Hermanos, deren Besitzer auch die Herausgeber der *Deutschen Zeitung* waren.⁷¹² Die Gebrüder Müller legten die spanische Ausgabe der *Deutschen Zeitung* zunächst auf eigene Kosten wieder auf, so dass die *Edición en Español* ab dem 15. Juli 1919 wieder erscheinen konnte.⁷¹³ Sie wollte sich künftig hauptsächlich „deutscher Kultur-, Handels-, Industrie- und Technikpropaganda“⁷¹⁴ widmen. Das restliche Material, Broschüren, Bücher oder Kalender, wurde teilweise an mexikanische Schulen und Vereine gratis verteilt, die Propagandaschrift *Siempre Listo* wurde den örtlichen Pfandfindern überlassen.⁷¹⁵ Die Filme mussten eingelagert werden, da sie ausschließlich Kriegsereignisse zeigten und daher für weitere Vorführungen in Friedenszeiten ungeeignet waren. *El Demócrata* war weiterhin eher deutschfreundlich eingestellt und erhielt seine Nachrichten über den Dienst von Carl Düms. Die *Informaciones Inalámbricas* stellten im Februar 1919 ihr Erscheinen ein, nachdem selbst die deutsche Gemeinde das Interesse an dem Blatt im Zuge der Ereignisse um die Novemberrevolution in Deutschland verloren hatte. Die Deutschkurse liefen allerdings nach wie vor überraschend gut und ihnen wurde auch eine weiterhin wichtige Bedeutung für die zukünftige deutsche Kulturarbeit im Ausland eingeräumt.⁷¹⁶

In Buenos Aires konnte sich *La Unión* dank weiterer Subventionen durch das Auswärtige Amt bis 1923 halten, musste dann aber, obwohl sich ihre Herausgeber um eine weitere Finanzierung des Blattes bemüht hatten, aufgrund von finanziellen Problemen eingestellt werden.⁷¹⁷ Noch 1921 hatte das Auswärtige Amt in einem Telegramm an den deutschen Gesandten in Buenos Aires darum gebeten, das Fortbestehen der *Unión* „mit allen Mitteln zu sichern.“⁷¹⁸ Der politische Umbruch in Deutschland bedeutete für die bislang vor allem durch die

⁷¹² PA AA, R 122 690, Bericht des Deutschen Aufklärungsdienstes in Mexiko vom 1. Januar 1919 bis zur Liquidation am 31. Juli 1919.

⁷¹³ PA AA, R 121 292, Denkschrift Deutsche Zeitung von Mexiko, Mexiko D.F., 21.08.1919.

⁷¹⁴ Ebenda.

⁷¹⁵ PA AA, R 122 690, Bericht des Deutschen Aufklärungsdienstes in Mexiko vom 1. Januar 1919 bis zur Liquidation am 31. Juli 1919.

⁷¹⁶ Ebenda.

⁷¹⁷ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 500; PA AA, R 121 302, Telegramm Eugen Will an AA, Buenos Aires, 05.01.1921.

⁷¹⁸ PA AA, R 121 302, Telegramm Abteilung I AA, an Gesandtschaft Buenos Aires, Buenos Aires 11.01.1921.

diplomatischen Vertretungen finanzierten Zeitungen nun aber oftmals das Aus. Die Prognose war dementsprechend pessimistisch:

„Die mit deutschem Kapital zur Vertretung des deutschen Standpunktes gegründete „Unión“ befindet sich in einer gewissen Krise, weil sie eine ausgesprochene Kriegsschöpfung ist. Sie wird auf die Dauer nur lebensfähig bleiben, wenn es gelingt, sie irgendwie eng mit rein argentinischen Interessen zu verknüpfen.“⁷¹⁹

Trotz der vorerst gestoppten weiteren Propagandaarbeit hatten die Kriegsjahre den Akteuren in Deutschland demonstriert, dass auch in Friedenszeiten Propaganda, vor allem Presse-, Kultur- und Wirtschaftspropaganda, ein für die Außenpolitik der Weimarer Republik unerlässlicher Faktor sein würde.⁷²⁰ Gerade in den Nachkriegsjahren mussten die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika auf eine neue Grundlage gestellt werden, so dass auch nach dem Ende des Krieges von deutscher Seite aus die wirtschaftliche Interessen im Vordergrund standen.⁷²¹ In der Weimarer Zeit spielte Pressepropaganda, die kurz- und mittelfristige Ziele verfolgte, nicht mehr die herausragende Rolle, die sie zwischen 1914 und 1918 gespielt hatte. Sie wurde allerdings weiterhin, zum Beispiel auch durch den Deutschen Pressedienst, praktiziert, während andere Methoden, wie der Ausbau des deutschen Schulwesens, das Angebot von Sprachkursen oder der akademische Austausch, nun ebenfalls stärker gefördert wurden.⁷²²

⁷¹⁹ PA AA, R 121 302, Bericht Kretzschmar an AA, o.A.

⁷²⁰ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 413-576.

⁷²¹ So verstand sich auch der Deutsche Pressedienst, der aus Carl Düms Nachrichtenagentur hervorgegangen war, in erster Linie als Vermittler handelspolitischer Interessen: „Hier [Anm. de[n] Nordstaaten Südamerikas] wie auch in Mexiko und dem übrigen Lateinamerika geht der Kampf um die wirtschaftliche Eroberung des Lateinamerikamarktes mit den Waffen, die die Beeinflussung der Presse bietet. Unser vorwiegend wirtschaftliches Interesse an diesen Ländern kennzeichnet die Aufgaben eines deutschen Pressedienstes für Lateinamerika: Durch Zerstörung des politisch-wirtschaftlichen Zerrbildes, das die Ententepropaganda während des Krieges von Deutschland geschaffen hat, die Voraussetzung für die Wiederanknüpfung der Handelsbeziehungen allererst wieder zu schaffen und in steter Konkurrenz mit der nordamerikanischen und europäischen Wirtschaftspropaganda in Lateinamerika der deutschen Wirtschaft jene Anerkennung zu verschaffen, die in den gesteigerten Exportzahlen der deutschen Industrie nach diesen Ländern ihren Ausdruck finden soll.“ Zitiert aus o.A.: 10 Jahre Deutscher Pressedienst, S. 4.

⁷²² Zur den deutsch-lateinamerikanischen Beziehungen in der Weimarer Republik und insbesondere zur Pressepolitik vgl. Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 413-573; Goebel: Decentering the German Spirit, S. 221-245

ZUSAMMENFASSUNG

Aus der bisherigen Darstellung lassen sich bereits einige Strukturmerkmale der deutschen Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges festmachen. Besonders deutlich geworden ist, dass sich das Phänomen pro-deutsche Propaganda auf der Organisationsebene nur aus einer transnationalen Perspektive erklären lässt.⁷²³ Dies gilt sowohl für die Kommunikation der Akteure untereinander als auch für die konkrete Praxis der Produktion und Distribution von Propagandamedien. Selbst die während der Krieges erfolgende weitere Ausdifferenzierung des Vereinswesens der deutschen Migrantengruppen durch die Gründung von zumindest nominell auf den jeweils nationalen Kontext bezogenen „Volksbünden“ war keine unabhängig voneinander, parallel verlaufende Entwicklung, sondern blieb wechselseitig zum einen auf die nun auch lokal spürbaren Auswirkungen des (Wirtschafts-)Krieges und zum anderen auf die Formierung ähnlicher Bündniszusammenschlüsse in anderen lateinamerikanischen Staaten bezogen. Obwohl also pro-deutsche Propaganda in sehr verschiedenen lokalen Kontexten entstand und in noch differenteren Rezeptionskontexten – von Spanien, nach Mexiko bis nach Argentinien – zirkulierte, lassen sich auf der strukturellen Ebene, das heißt in Organisation und Praxis des transnationalen beziehungsweise translokalen Netzwerkes, einige Gemeinsamkeiten feststellen.

Zwei Aspekte stechen dabei hervor. Zum einen war die Methodik der Propaganda vergleichsweise konvergent. In Deutschland wie in Lateinamerika und auch Spanien setzte man vor allem auf Zeitungs-, beziehungsweise Printpropaganda. Zeitungen und Zeitschriften blieben somit, auch dank des technischen Fortschritts im Funkverkehr, das wichtigste Verbreitungsmedium. Pressebeeinflussung in spanischer Sprache war allerdings eine Neuerung, deren Potential nicht immer erkannt und die größtenteils von den Akteuren vor Ort eingefordert wurde. Darüber hinaus bedienten sich die Presseerzeugnisse in der Regel auch den gleichen Nachrichtenquellen, allen voran dem Dienst der Transocean, sowie der Übernahme von Artikeln aus deutschfreundlichen spanischen Zeitungen. Zudem wurden auch untereinander Artikel ausgetauscht, so dass zum Beispiel einzelne Artikel aus *La Unión* auch in Mexiko zum Abdruck gelangten. Die Finanzierung des Unternehmens sicherten in nahezu allen betrachteten Fällen Zuschüsse der deutschen diplomatischen Vertretungen sowie in nicht geringem Maße finanzielle Beteiligungen deutscher Firmen und

⁷²³ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 122.

Handelshäuser. Deutsche Propaganda entstand also in einer simultanen, plurilokalen Aktion, die sich nicht auf den einseitigen Kommunikationsweg von Deutschland nach Lateinamerika als peripherem Raum beschränkte, sondern gleichzeitig unterschiedliche Räume einband. Es gab daher auch nicht ein Zentrum, das die deutsche auswärtige Propaganda nach Lateinamerika koordiniert hätte, sondern ein plurizentrisches Netzwerk, in dem die Hauptstädte sowie die urbanen Handelszentren Lateinamerikas, in denen bedeutende Gruppen deutscher Migranten und Handelshäuser ansässig waren, die wichtigsten Knotenpunkte darstellten.

Zum anderen lassen sich in Hinblick auf die vorrangig beteiligten Akteure gewisse Parallelen feststellen. Sowohl das Botschaftspersonal als auch die Mitarbeiter wie Wilhelm Keiper, Hermann Tjarks oder Paul Oestreich waren in Deutschland geboren, pflegten weiterhin enge Kontakte in die alte Heimat und vertraten eine nationalkonservative, kaisertreue Ideologie. Sie bezeichneten sich im Jargon der Zeit als „Reichsdeutsche“. Dadurch, dass sie innerhalb der deutschsprachigen Gemeinden Schlüsselpositionen einnahmen, waren sie die idealen Mediatoren zwischen den diplomatischen Vertretungen des Deutschen Reiches und den Migrantengruppen in Südamerika. Nach Manuel Castells kann man sie als so genannte *Switcher* definieren, also als Akteure, die innerhalb eines Netzwerkes eine besondere Rolle als Konnektoren zu anderen Netzwerken, zum Beispiel zu den lokalen Eliten, den Vertretern der deutschen Wirtschaft oder der Diplomatie, einnahmen.⁷²⁴

Die lateinamerikanischen Unterstützer der Deutschen entstammten ebenfalls vorrangig dem politisch rechtskonservativen Spektrum, wozu auch Militärs oder der katholische Klerus zu zählen sind.⁷²⁵ Eine Ausnahme stellt dabei allerdings die Situation in Mexiko dar. Besonders im Fall des *El Demócrata* lassen sich keine autoritär-konservativen Tendenzen feststellen, und auch der Chefredakteur der Zeitung, Rafael Martínez, kann als überzeugter Maderist keinem rechten politischen Spektrum nach chilenischem oder argentinischem Beispiel zugeordnet werden. Hier spielten andere politische Konjunkturen eine weitaus wichtigere Rolle als ideologische Sympathien. Rafael Martínez lässt sich zudem einer weiteren Akteursgruppe innerhalb des Netzwerkes zuordnen, und zwar jenen

⁷²⁴ Castells: *Communication Power*, S. 46.

⁷²⁵ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 119. Als kleine Hommage an die argentinische Armee veröffentlichte zum Beispiel das Supplement *Crónica Ilustrada* der *Unión* zwischen November 1915 und Februar 1916 auf der ersten Seite wöchentlich Porträtaufnahmen hochrangiger Militärs, die allerdings nicht durch Beitexte kommentiert wurden, vgl. z. B. *Galería de militares argentinos*. In: *Unión. Crónica Ilustrada*, Buenos Aires 13.11.1915, S. 1.

regelmäßigen Mitarbeitern, die sich nicht als Deutsche identifizierten. Diese waren vor allem in den urbanen Zentren mit der Umsetzung, beispielsweise der redaktionellen Leitung von Zeitungen, vertraut. Zu dieser Gruppe können auch Heraclio Fernández (*La Gaceta Militar*, Santiago de Chile), Julio Cola (*La Gaceta de España*, Buenos Aires) oder Manuel León Sánchez (*El Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F.) gezählt werden. Das Netzwerk zeigte sich also sowohl flexibel genug, um sich an das jeweilige politische Machtgefüge anzupassen, als auch um Akteure zu vereinnahmen und Interessen zu integrieren, welche nicht allein auf germanophilen Sympathien oder ähnlichen politischen Ideologien basierten.

1.3 MEDIEN, DARSTELLUNGSFORMEN UND THEMEN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA, 1914 – 1918

Die Pressepropaganda war, wie bereits mehrfach erwähnt, ein äußerst wichtiges strategisches Instrument der deutschen Kriegspropaganda in Lateinamerika. Sie griff dabei auf verschiedene journalistische und auch literarische Darstellungsformen zurück, um ihre Botschaften möglichst überzeugend zu verbreiten. Propaganda erschöpfte sich aber nicht allein in der Publikation beziehungsweise Finanzierung von Zeitungen und Zeitschriften, auch wenn diese einen gewichtigen Teil der Propagandamedien ausmachten. Monographien, Flugblätter und Flugschriften zirkulierten ebenso in Lateinamerika wie Fotografien oder Filme. Die im Folgenden getroffene Unterscheidung der Darstellungsformen ist eine idealtypische Aufteilung, die einzelne wesentliche Aspekte der stilistischen Textgestaltung des Quellenkorpus erfassen soll. Daneben existierten hybride Formen, die sich vor allem aus dem Gebrauch von Zitaten, Querverweisen und anderen expliziten intertextuellen Bezügen ergaben. Als letztes werden im vorliegenden Kapitel die bedeutendsten methodischen wie inhaltlichen Tendenzen der deutschen Propagandarbeit in Lateinamerika umrissen. Dabei geht es nicht um eine vollständige Auflistung aller Methoden und Inhalte, sondern um eine Klassifizierung thematischer Teilbereiche, welche die inhaltliche Gestaltung der pro-deutschen Propagandamedien stark bestimmten.

Das vorliegende Kapitel soll also einen ersten Überblick über die Bandbreite der pro-deutschen Propaganda in Lateinamerika bieten. Gleichzeitig wird somit

nach den historischen und situativen, beziehungsweise institutionellen Kontexten in den ersten beiden Kapiteln nun auch der mediale bestimmt.⁷²⁶

1.3.1 DEUTSCHE PROPAGANDAMEDIEN IN LATEINAMERIKA WÄHREND DES ERSTEN WELTKRIEGES: EINE ÜBERSICHT

Die Wahl des Mediums zur Diffusion von Propaganda gibt implizit Aufschluss über ihr Zielpublikum und die vom Sender erwünschte Wirkungsweise. Im vorherigen Kapitel ist bereits deutlich geworden, welche große Bedeutung der *Presse* in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges zukam. Dies lag einerseits an dem insgesamt hohen Stellenwert, welcher der Zeitung als wichtigstem Leitmedium der Epoche zugesprochen wurde.⁷²⁷ Andererseits kamen die bereits genannten technischen Vorteile in der Herstellung und Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften den Akteuren zupass, zumal durch die deutschsprachige Presse vor Ort eine bestehende Infrastruktur sowie eine bereits etablierte journalistische Praxis vorhanden waren. Das regelmäßige und zu den Ereignissen zeitnahe Erscheinen der Zeitung, ihre Serialität, machte zudem das Geschehen im räumlichen wie im zeitlichen Sinne präsent und schien so das Versprechen nach Teilnahme an weit entfernten Ereignissen trotz aller Distanz zu erfüllen.⁷²⁸ Da Propaganda darüber hinaus von der statischen Wiederholung ihrer Aussagen lebt, um ihre Behauptungen und Deutungen des Geschehens dauerhaft zu naturalisieren, entspricht die Regelmäßigkeit des Erscheinens der Tages- und Wochenpresse auch der inhärenten und funktionalen Logik von Propaganda.⁷²⁹

Ein weiterer Aspekt, der die Pressearbeit zu einem bevorzugten Propagandainstrument werden ließ, ist die vermeintliche Objektivität des Mediums, die auch vom Rezipienten zumindest erwartet wird. Da der Krieg in Lateinamerika in erster Linie als Presseereignis wahrgenommen wurde, war es eine zentrale Aufgabe der pro-deutschen Zeitungspropaganda, ihre Repräsentation des Krieges als einzig wahre durchzusetzen, eine Aufgabe, die angesichts des Nachrichtenmonopols von *Havas* und *Reuters* nicht leicht zu bewerkstelligen war. Allein die argentinische *La Nación* leistete sich bereits in

⁷²⁶ Vgl. Landwehr: Historische Diskursanalyse, S. 107.

⁷²⁷ Zur großen Bedeutung des Pressewesens bei der Konzeption von Kulturpropaganda vor 1914 vgl. Kunczik: Öffentlichkeitsarbeit, S. 130-136.

⁷²⁸ Henri Lefebvre: Rhythmanalysis. Space, Time and Everyday Life. London 2004, S. 32.

⁷²⁹ Esposito Macht als Persuasion, S. 84f., 87f.; Tim Karis: Foucault, Luhmann und die Macht der Massenmedien. Zur Bedeutung massenmedialer Eigenlogiken für den Wandel des Sagbaren. In: Achim Landwehr (Hrsg.): Diskursiver Wandel. Wiesbaden 2010, S. 245f.

größeren Stil eigene Korrespondenten in Europa, unter anderem in Brüssel, der Großteil der aktuellen Nachrichten wurde aber nach wie vor durch die französischen oder englischen Dienste geliefert.⁷³⁰ Anders als an der „Heimatfront“ im deutschen Inland konnte man die Propaganda der Entente in Lateinamerika nicht durch strikte Zensurvorgaben bekämpfen, sondern war direkt mit den feindlichen Äußerungen konfrontiert. Die Ausgangslage in den neutralen Staaten war somit im Prinzip eine anspruchsvollere, da sie von der Propaganda nicht nur die Darlegung, sondern auch die Widerlegung von Argumenten erforderte.⁷³¹ Kontrolle über die institutionellen wie technischen Voraussetzungen, im Foucaultschen Sinne die Dispositive, die zur Generierung und Stabilisierung des Diskurses beitragen, bedeutete schließlich auch immer eine Hierarchisierung der dominanten Repräsentationen und Interpretationen des Krieges.⁷³² Pro-deutsche Positionen und Aussagen mussten sich somit zunächst als „wahr“ legitimieren und autorisierte Sprecher hervorgebracht werden.⁷³³

Neben den Tages-, Wochenzeitungen und illustrierten Zeitschriften wurden auch Fachzeitschriften publiziert, die sich an einen eingeschränkten Leserkreis richteten. Hierzu zählen zum Beispiel die Publikationen der wirtschaftlichen Interessenverbände oder des Deutschen Wissenschaftlichen Vereins in Buenos Aires. Sie unterscheiden sich von der Tagespresse insofern, als dass sie nicht als kurz- oder mittelfristige persuasive Strategie eingesetzt wurden. Demnach äußerten sie sich nicht reaktiv zu aktuellen Vorkommnissen des Krieges, sondern versuchten einen langfristigen Einstellungswandel ihrer Leser hervorzubringen.⁷³⁴

Neben der Pressepropaganda machten *Monographien* einzelner Autoren zu bestimmten Themen einen nicht geringen Anteil der deutschen Propagandamedien in Lateinamerika aus. Sie wurden entweder aus Deutschland an geeignete Adressaten versandt, die diese dann vor Ort weiterzuverbreiten hatten, oder in deutschen Druckereien hergestellt und verkauft. In Mexiko waren etwa die Gebrüder Müller, welche die *Deutsche Zeitung von Mexiko* herausgaben,

⁷³⁰ Compagnon: América Latina, S. 47.

⁷³¹ So stellt Javier Ponce in Bezug auf den spanischen Fall fest: „Whereas in war different warring parties face off against another, in the field of propaganda, it is in the neutral countries where the direct confrontation between the two sides takes place, and where each side must advertise itself in order to tip undecided minds in its favour“, zitiert aus Ponce: Propaganda and Politics, S. 292.

⁷³² Landwehr: Historische Diskursanalyse, S. 77.

⁷³³ Haslinger: Diskurs, S. 27.

⁷³⁴ Ostrowski: Public Diplomacy, S. 24f.

solche Multiplikatoren von Propagandamaterial, unter anderem auch deshalb, weil sie Zugang zu Druckmaschinen besaßen.⁷³⁵

Flugblätter und Flugschriften stellen die klassischen Propagandamedien dar, welche schon in den Religionskriegen der Frühen Neuzeit massenhaft zum Einsatz kamen.⁷³⁶ Auch im Ersten Weltkrieg wurden sie noch als Propagandainstrumente gebraucht und auch in Lateinamerika verbreitet. Ein besonderer Typ der Flugschrift war der Abdruck von *Reden*. Aufgrund ihrer relativ geringen Länge und angesichts des kostengünstigen Verfahrens wurden sie in der Regel in Form von Heftbindungen oder Broschüren abgedruckt. Manuel León Sánchez etwa ließ seine Propagandareden, die er im Sommer 1918 in der *Academia Metropolitana* in Mexiko Stadt hielt, als Reihe im Eigenverlag des *Boletín de la Guerra* publizieren.⁷³⁷ Im Gegensatz zu den Flugschriften sind Flugblätter nicht in ausreichender Menge überliefert, um eine seriöse Gesamtaussage über ihre Herkunft, Inhalte und Verbreitungswege treffen zu können.⁷³⁸ Aus dem amtlichen Quellenmaterial geht hervor, dass sie teilweise durch die deutschen Gemeinschaften hergestellt und verteilt wurden, wobei oftmals Zeitungsartikel, die als besonders effektiv betrachtet wurden, zum Abdruck gelangten.⁷³⁹ Erwähnt sei hier beispielsweise das Flugblatt *¡A los Americanos!* Dieses Flugblatt reproduzierte einen Artikel der deutschen Journalistin Leonore Niessen-Deiters, den diese zuvor im Hamburger Fremdenblatt veröffentlicht hatte.⁷⁴⁰ Das Flugblatt zirkulierte nachweislich in Argentinien und Brasilien, wo es angeblich „großen Erfolg“ hatte.⁷⁴¹

⁷³⁵ PA AA, R 122 690, Bericht des Deutschen Aufklärungsdienstes in Mexiko vom 1. Januar 1919 bis zur Liquidation am 31. Juli 1919.

⁷³⁶ Kerstin te Heesen: Das illustrierte Flugblatt als Wissensmedium der Frühen Neuzeit. Opladen, Farmington Hills 2001, S. 97ff.

⁷³⁷ Vgl. u. a. Manuel León Sánchez: *¡Si los submarinos alemanes llegasen a México*. Conferencia sustentada el 22 de agosto de 1918, en la Academia Metropolitana de México. Mexiko D.F. 1918; ders.: *Noticias falsas. Las atrocidades alemanas y la propaganda yanqui-aliada*. Conferencia sustentada el jueves 15 de agosto de 1918, en la Academia Metropolitana de México. Mexiko D.F. 1918.

⁷³⁸ Vereinzelt sind Flugblätter als undokumentierte Beigaben im Archivmaterial überliefert, vgl. z. B. AMREC, Serie 33, AH/00034/7, Guerra Europea. Misiones especiales, 1914-1918, o.A.: *Opiniones sobre la neutralidad argentina 1917*, Manifiesto neutralista, o.O., o.J.

⁷³⁹ PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 23.02.1915.

⁷⁴⁰ AMREC, Serie 33, AH/0003, Guerra Europea – Medidas de Guerra, Alemania, 1914-1918, Nr. 3, Nr. 226B, Flugblatt „A los Americanos“ von Leonore Niessen-Deiters.

⁷⁴¹ Ebenda; PA AA, R 16 595, Schreiben Arbeitsausschuss NDLSPPZ an AA – Presseabteilung. Frankfurt a.M., 27.11.1914.

Unter die *visuellen Medien* sind nicht nur Fotografie und Film zu fassen, sondern auch andere visuelle Darstellungsformen wie die Karikatur, Kunstdrucke, Grafiken und Tabellen. Diese entfalten ihre Wirkung in der Regel als Bild-Text-Kombination, also im Zusammenspiel von semiotischen Zeichen.⁷⁴² Das Bild kann dabei zum Text komplementär sein oder durch eine bewusste Differenz zwischen Bild und Text einen ironischen Bruch erzeugen.⁷⁴³ Eine ganz besonders wichtige Rolle spielte während des Ersten Weltkrieges die *Fotografie*.⁷⁴⁴ Der Erste Weltkrieg war der erste militärische Konflikt, der in großem Umfang fotografisch dokumentiert wurde, wodurch Kriegsmalerei und Grafik als bis dato wichtigste visuelle Darstellungsformen des Krieges an Bedeutung verloren.⁷⁴⁵ Die Fotografie galt gemeinhin als objektives Repräsentationsmedium, dem eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben wurde.⁷⁴⁶ Die Weiterentwicklung der Kameratechnik erlaubte eine nie zuvor dagewesene Massenproduktion von Bildmaterial, und so zirkulierten Fotografien vom Krieg bald auch in Lateinamerika.⁷⁴⁷ Dies entsprach auch ganz der journalistischen Entwicklung in der Region. In Argentinien verzeichnete man zum Beispiel seit dem 19. Jahrhundert einen zunehmenden Absatz illustrierter Periodika, die zunächst Grafiken abdruckten und später auch Fotografien integrierten.⁷⁴⁸ Ihre persuasive Kraft wurde als besonders hoch eingeschätzt und die Deutschen vor Ort bemühten sich stark um ihre Verbreitung, etwa indem sie Foto- und weitere Bildmaterialien in Einzelpublikationen veröffentlichten:

„Am morgigen Tage erscheint das erste Heft der „Crónica Ilustrada del Deutsche Zeitung von Mexiko“, das in der Deutschen Buchhandlung zum Kauf ausgelegt wird. In diesem ersten Heft sind 28 Bilder über die Behandlung und Unterbringung der feindlichen Gefangenen in Deutschland mit einleitendem Text veröffentlicht, die am ehesten geeignet sind, die von der gegnerischen Presse über die Leiden der Gefangenen in Deutschland ausgestreuten

⁷⁴² Rolf Bachem: Einführung in die Analyse politischer Texte. München 1979, S. 29.

⁷⁴³ Ebenda.

⁷⁴⁴ Ludger Derenthal, Stefanie Klamm: Bilderfluten – Bildermangel. Fotografie im Ersten Weltkrieg. In: dies. (Hrsg.): Fotografie im Ersten Weltkrieg. Leipzig 2014, S. 8; Gunnar Schmidt: Visualisierungen des Ereignisses. Medienästhetische Betrachtungen zu Bewegung und Stillstand. Bielefeld 2009, S. 50.

⁷⁴⁵ Piper: Nacht über Europa; Anton Holzer: Die Schlacht der Bilder. Fotografie, Propaganda, Krieg. In: Derenthal, Klamm (Hrsg.): Fotografie im Ersten Weltkrieg, S. 32.

⁷⁴⁶ Derenthal, Klamm: Bilderfluten, S. 8.

⁷⁴⁷ Vgl. u. a. *Instantáneas de la Guerra*, Buenos Aires, 1918. Bei dieser Publikation handelte es sich um ein seriell erscheinendes Heft mit Fotografien vom Kriegsgeschehen.

⁷⁴⁸ Sandra M. Szir: De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional. In: Marcelo Garabedian, dies., Miranda Lida (Hrsg.): Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos. Buenos Aires 2009, S. 81.

Lügnachrichten wirksam zu entkräften. Das Titelbild ziert eine künstlerisch ausgeführte Reproduktion eines von einem namhaften deutschen Maler angefertigten Bildnisses unseres Kaisers. Das Heft ist zu Propagandazwecken unter der hiesigen Bevölkerung sehr geeignet und wir empfehlen es unseren Lesern auf das angelegentlichste.⁷⁴⁹

Wie das Zeitungswesen steht die Fotografie als Medium in einem besonderen Spannungsverhältnis zwischen der Wirklichkeit und ihrer Repräsentation, da sie beansprucht, zu dokumentieren, jedoch auch immer eine Auswahl ihrer Motive treffen muss, die tendenziös sein oder instrumentalisiert werden kann.⁷⁵⁰ Zunächst soll aber danach gefragt werden, welche Motive die deutsche Propaganda in Lateinamerika bevorzugt abbildete? Eine erste grobe Differenzierung des fotografischen Bildmaterials ist die Unterscheidung von Fotografien, die den Krieg, also zum Beispiel das Leben an der Front, Zerstörungen durch Granaten oder neue Waffentechnik, darstellten und Bildern, die sich nicht explizit auf das Kriegsgeschehen bezogen, wie etwa Porträts oder Landschaftsaufnahmen aus Deutschland. Während die pro-deutschen Tageszeitungen in der Regel Aufnahmen vom Krieg oder Porträts bedeutender Persönlichkeiten präferierten, tendierten Zeitschriften eher dazu, auch pittoreske Landschaftsaufnahmen, Malereien und Druckgrafiken abzdrukken, deren Motive keinen unmittelbaren Bezug zu den Kriegseignissen hatten und welche auf den ersten Blick allein der Unterhaltung dienten.⁷⁵¹ Hinzu kommen Fotografien, die das Vereinsleben der deutschsprachigen Gemeinden dokumentierten.⁷⁵² In allen drei Fällen wurden die Motive konsequent in Variationen wiederholt und die Porträtaufnahmen von Hindenburg oder Bethmann-Hollweg unterscheiden sich in ihrer Ikonographie kaum voneinander, ebenso gleichen sich die zu Tausenden zirkulierenden Bilder von der Front, und selbst die Darstellung von Vereinsfeierlichkeiten folgten einem schematischen Muster.⁷⁵³

Zu den weiteren Bildmedien zählten wie oben genannt *Karikaturen*, die meist der Verunglimpfung des Kriegsgegners dienten, sowie Grafiken, Tabellen, aber auch *Landkarten*, die der Visualisierung der Kriegsentwicklungen dienten.⁷⁵⁴

⁷⁴⁹ Deutschtum in Mexico. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 24.02.1916, S. 2.

⁷⁵⁰ Schmidt: Visualisierungen des Ereignisses, S. 7.

⁷⁵¹ Besonders deutlich wird dies in der illustrierten Zeitschrift *Germania* aus Argentinien.

⁷⁵² Vgl. u. a. Fotografien zum Artikel *En el club alemán*. In: *Unión*, Buenos Aires, 20.11.1914, S. 5.

⁷⁵³ Bernd Hüppauf: *Fotografie im Krieg*. Paderborn 2015, S. 330; Leonhard: *Die Büchse der Pandora*, S. 599f.

⁷⁵⁴ Vgl. u. a. *El gráfico terrible de la campaña submarina*. In: *Unión*, Buenos Aires, 13.07.1917, S. 7.



Abb. 3: Gezeichnete Weltkarte. Die schwarz gefärbten Teile sollen die Nationen anzeigen, die sich von den englischen Politikern in den Krieg hätten ziehen lassen. Quelle: *La Unión*, Buenos Aires, 12.04.1917, S. 3.

Eine solche Karte hing zum Beispiel in der Deutschen Buchhandlung in Mexiko D.F. aus, was der Gegenseite ein Dorn im Auge war:

„Man scheint es sich zum Vorsatz gemacht zu haben, diese Karte auf jeden Fall aus dem Schaufenster zu entfernen, da sie mehr als alles andere geeignet ist, durch die Markierung der Stellungen der beiderseitigen Heere die Glaubwürdigkeit der französischen Siege nachzuweisen. Solange der harmloseste Beschauer aus den bunten Fähnchen sieht, dass sich die deutschen Heere überall in Feindesland befinden und kein bewaffneter Feind auf deutscher Erde steht, kann man ihm nicht gut erzählen, dass die Russen Berlin belagern und Kosaken und Gurkhas in Hannover sich die Hand reichen.“⁷⁵⁵

Karten illustrierten auch häufig die Kriegsberichterstattung in der Tagespresse und waren somit wichtiger Teil der visuellen Propaganda. Ebenso wie der Fotografie wurde und wird Karten gemeinhin ein recht hoher Grad an objektiver Repräsentation zugeschrieben, was den Einsatz des Materials für Propagandazwecke als besonders zweckmäßig erscheinen lassen musste.⁷⁵⁶

⁷⁵⁵ Der Zeitungskrieg in Mexiko gegen das Deutschum. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 24.04.1915, S. 1.

⁷⁵⁶ Denn genau wie die Fotografie sind Karten eben auch manipulierbar und stellen nicht allein das Abgebildete dar, sondern repräsentieren darüber hinaus auch die ihrer Gestaltung zugrunde liegenden historischen, politischen und ideologischen Konjunkturen, vgl. u. a. Karl

Die größte Innovation im Propagandakampf des Ersten Weltkrieges war sicherlich der Einsatz von *Film*. Vor allem die US-Amerikaner setzten das neue Medium geschickt ein.⁷⁵⁷ Auch die deutsche Seite wusste um die Verführungskraft des bewegten Bildes, die Mehrzahl der deutschen Propagandafilme konnte allerdings beim Zielpublikum aufgrund ihres monotonen Erzählstils keinen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.⁷⁵⁸ Hinzu kam, dass im Vergleich zu den USA bei den Deutschen ein Mangel an Filmen herrschte, da ihre Distribution durch die englische Blockade und die unsicheren Seewege problematisch war. So wartete der deutsche Gesandte Kracker von Schwarzenfeldt in Bogotá vergeblich auf Filme, die er über das Auswärtige Amt bestellt hatte.⁷⁵⁹ Filmvorführungen wurden dennoch kräftig beworben und konnten schon allein ob ihrer Neuartigkeit ein Publikum anziehen.⁷⁶⁰ Sie kamen darüber hinaus auch bei Veranstaltungen und Festlichkeiten der deutschen Vereine zum Einsatz.⁷⁶¹

1.3.2 BEVORZUGTE SPRACHLICH-FORMALE DARSTELLUNGSFORMEN DEUTSCHER PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Die sprachlich-formalen Darstellungsformen der deutschen Propaganda lassen sich allgemein in informierende und meinungsbetont-persuasive Darstellungsformen einteilen.⁷⁶² Bei diesen beiden Kategorien handelt es sich um Analysebegriffe aus der Publizistik. Sie werden somit in der Regel allein auf journalistische und somit faktuale Texte angewandt. Der erweiterte Gebrauch der Begriffe auf andere Textsorten, sowie die Einbeziehung literarischer Darstellungsformen bot sich hier allerdings an, da die deutsche Pressepropaganda

Schlögel: Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. München 2003, S. 88ff.

⁷⁵⁷ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 142.

⁷⁵⁸ Ebenda, S. 118f.

⁷⁵⁹ PA AA, R 121 983, Bericht Kaiserlich Deutsche Minister-Residentur an AA, Bogotá, 19.05.1915.

⁷⁶⁰ Der *Boletín de la Guerra* und *El Demócrata* wiesen z. B. in Anzeigen auf Filmvorführungen im *Salón Rojo* hin, vgl. u. a. La exhibición de películas de procedencia alemana. Resultó un verdadero éxito. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 20.09.1918, S. 3; außerdem Werbeanzeige in: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 22.02.1915, S. 4.

⁷⁶¹ Vgl. u. a. Kermesse austro-húngara. Una nota simpática de solidaridad. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 08.11.1915, S. 1.

⁷⁶² Heinz-Helmut Lüger: Journalistische Darstellungsformen aus linguistischer Sicht. Untersuchungen zur Sprache der französischen Presse mit besonderer Berücksichtigung des „Parisien libéré“. Freiburg i.Br. 1977, S. 28-34;

in Lateinamerika innerhalb des Quellenkorpus hochgradig intertextuelle und intermediale Bezüge aufweist.⁷⁶³ Zeitungen wie Zeitschriften zitierten sowohl Flugblätter als auch Monographien, Reden oder Aufsätze und Texte im Briefformat wurden ebenso abgedruckt wie Gedichte oder Lieder. Gleichzeitig nahmen Monographien auch Zeitungsartikel als Direktzitat auf oder bedienten sich der Stilistik journalistischer Texte. „Zitiersprache“ (engl. *quotational language*) ist daher für den der Untersuchung zugrunde liegenden Korpus deutscher Propagandamedien in Lateinamerika in jedweder Darstellungsform absolut charakteristisch.⁷⁶⁴ Aufgrund dessen erschien eine scharfe Abgrenzung von Presstexten und anderen Textgattungen kaum möglich, zumal sich die Quellen als Propagandaprodukte allesamt als Formen von Massenkommunikation definieren lassen.⁷⁶⁵ Daher orientiert sich die hier vorgenommene Unterteilung an der dominierenden Stilistik und Rhetorik der Korpustexte, also ihrer sprachlich-formalen Darstellungsform. Ergänzt wird das Panorama durch die Verschränkung von Text- und Bildmedien, die hier als visuelle Darstellungsformen beschrieben werden.

Informierende Darstellungsformen haben dabei grundsätzlich den Anspruch, möglichst objektiv über nachrichtenrelevante Ereignisse zu berichten, wobei, wie die Vertreter der *Critical Linguistics* sowie die *Cultural Studies* in ihren Arbeiten immer wieder gezeigt haben, dieser Anspruch immer nur eine Annäherung sein kann und bereits der Auswahl von Ereignissen, denen eine höhere Nachrichtenrelevanz zugeschrieben wird, immer auch ideologische Voreinstellungen zugrunde liegen. So bestimmen die Grenzen des Diskurses, was sagbar ist, was gedruckt werden kann und was als wichtig, also nachrichtenrelevant, erachtet wird.⁷⁶⁶ Nichtsdestotrotz weisen informierende und meinungsbetonte, beziehungsweise meinungsäußernde Darstellungsformen deutliche stilistische Unterschiede auf, die verschiedene Effekte erzeugen sollen

⁷⁶³ Der Begriff Intertextualität ist ambivalent und innerhalb der Literaturwissenschaft auch umstritten. Er wird hier in zwei Bedeutungen gebraucht: erstens als das Zusammentreffen zweier Texte durch das direkte Zitieren eines Textes innerhalb eines anderen Textes und zweitens als impliziter oder expliziter Verweis eines Textes auf Vorgängertexte, vgl. Schamma Schahadat: Intertextualität: Lektüre – Text – Intertext. In: Pechlivanos, Rieger, Struck, Weitz (Hrsg.): Einführung in die Literaturwissenschaft, S. 366-377.

⁷⁶⁴ Karl Somig: Some Remarks on Linguistic Strategies of Persuasion. In: Ruth Wodak (Hrsg.): Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse. Amsterdam, Philadelphia 1989, S. 100.

⁷⁶⁵ Karis: Foucault, S. 245f.

⁷⁶⁶ Roger Fowler: Language in the News. Discourse and Ideology in the Press. London, New York 1991, S. 2-6; Marina Camargo Heck: The ideological dimension of media messages. In: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, Paul Willis (Hrsg.): Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79. London [u. a.] 1980, S. 122-127.

und beim Leser eine jeweils andere Erwartungs- und Rezeptionshaltung wecken.⁷⁶⁷ Die Funktion informierender Texte ist es, den Adressaten über einen bestimmten Umstand in Kenntnis zu setzen, also Informationen bereit zu stellen. Im Falle von Propaganda sind die Grenzen zwischen Information und Meinungsäußerung *per se* fließend, doch lassen sich auch stilistische wie rhetorische Unterschiede nachweisen, die eine Gewichtung der einen oder anderen Stilform bedingen. Die informierenden Darstellungsformen beschränken sich dabei nicht allein auf die Pressepropaganda, auch Monographien oder Flugblätter können sich eines informierenden Stils bedienen.

Die deutsche Pressepropaganda in Lateinamerika favorisierte grundsätzlich meinungsbetont-persuasive Darstellungsformen, allerdings war gerade die Berichterstattung über die aktuellen Kriegsereignisse auch von einer informierenden, verknappenden Stilistik geprägt. Kennzeichnend für die Tageszeitungen war zum Beispiel der ganzseitige Abdruck telegrafischer Kurzmeldungen, meist prominent im vorderen Teil der Zeitungen platziert. Unter großformatigen Obertiteln wie zum Beispiel *La Conflagración europea* (in *La Unión*, Buenos Aires) fanden sich ausschließlich Nachrichten zum Kriegsgeschehen, über Frontverläufe, Schlachten und tagesaktuelle Entwicklungen.⁷⁶⁸ In der Regel handelte es sich dabei um die Telegramme des Transocean-Dienstes, so dass die pro-deutschen Propagandazeitungen in Mexiko, Argentinien und Chile inhaltlich meist das gleiche Material abdruckten.⁷⁶⁹ Telegrafische Kurzmeldungen galten als seriöser und glaubwürdiger als Artikel. Umso wichtiger war es, einen eigenen Dienst zur Verfügung stehen zu haben, der sich dezidiert von den Agenturnachrichten von *Havas*, *Reuter* oder der *Associated Press* abhob. Trotz ihrer Kürze transportierten auch die telegrafischen Kurzmeldungen zum Teil wenig subtile Wertungen der Kriegsereignisse. Haupttitel wie *Los alemanes atacan con furor en la parte Noroeste*⁷⁷⁰ oder *Triunfos alemanes*⁷⁷¹ sind nicht neutral, sondern nutzen eine Semantik voll heroisierender Konnotationen, um angebliche Vorstöße der deutschen Truppen zu

⁷⁶⁷ Lüger: Journalistische Darstellungsformen, S. 25f.

⁷⁶⁸ Vgl. u. a. Telegramas. *La Conflagración europea*. In: *Unión*, Buenos Aires, 02.11.1914, S. 3.

⁷⁶⁹ Ebenda; vgl. außerdem Telegramas de la Guerra. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 14.08.1915, S. 1; *Nuestra Información Mundial*. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 15.04.1916, S. 2.

⁷⁷⁰ *Los alemanes atacan con furor en el Noroeste*. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 13.04.1916, S. 2.

⁷⁷¹ *Triunfos alemanes*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 31.01.1916, S. 1.

beschreiben. Die Faktizität des Zeitungsstils wurde benutzt, um Objektivität vorzutäuschen.

Neben den Kurzmeldungen dienten auch die etwas ausführlicheren Nachrichten der Information der Leser in einem deutschfreundlichen Sinne. Vielfach zitiert wurden dabei die offiziellen Quellen des Generalhauptquartiers (*Informe General del Cuartel General*), die amtlichen Meldungen, die durch die deutschen diplomatischen Vertreter verbreitet wurden, oder längere Nachrichtentelegramme der Transocean.⁷⁷² Sowohl die graphische Gestaltung der Nachrichten, also ihr Aufbau mit Ober-, Haupt- und Untertitel, die der inhaltlichen Orientierung des Lesers dienen, als auch die Textsemantik folgten dabei den Prinzipien informationsbetonter Darstellungsformen und präsentierten die Grundaussagen des Textes in einer durchaus sachlichen Rhetorik. Diese Grundaussagen dienten aber, zum Beispiel im Fall der Berichterstattung über militärische Erfolge des deutschen Heeres, der tendenziösen Persuasion des Lesers, da sie nicht immer Fakten abbildeten, sondern auch bewusst falsche oder übertriebene Informationen verbreiteten. Gerade in den ersten Kriegsmonaten druckte die deutschfreundliche Tagespresse in größerem Umfang und ohne stilistische Abänderungen die übersetzten Nachrichten aus Deutschland zu den aktuellen politischen wie militärischen Entwicklungen ab. Der durchweg strenge Stil dieser Nachrichten stieß unter den Deutschen in Lateinamerika durchaus auch auf Kritik:

„Die offiziellen Telegramme via Washington durch die Botschaft müssten auf hiesige Zustände mehr zugeschnitten sein. [...]. Es ist nötig, dass sowohl die sentimental Gefühle der Neutralen eine Anregung erhalten, als dass die hier in Süd-Amerika massenhaft wohnenden Italiener und Syrier für uns beeinflusst werden. Diese [...] spielen hier eine Rolle, unterhalten Zeitungen und schreiben auch Briefe nach der Heimat. [...] Unsere, gewiss wahren, aber für hier viel zu trockenen offiz. Gesandtschaftstelegramme verpuffen ganz ungesehen, ungelesen und dringen diesen sentimental Völkern nicht ins Innere. [...] Es ist nicht nötig, dass die deutschen Telegramme auch dicke Lügen bringen, es genügt, dem offiziellen Nüchternen ein bisschen Sentimentales [...] zur Beeinflussung der Neutralen beizufügen.“⁷⁷³

Längere Reportagen über das Kriegsgeschehen waren in der propagandistischen Tagespresse in Lateinamerika eher unüblich und kamen vor allem als so genannte *action stories* vor. Als *action story* bezeichnet die

⁷⁷² Vgl. u. a. Noticias oficiales de la Legación del Imperio Alemán en México. Informe del Gran Cuartel General. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 02.01.1915.

⁷⁷³ PA AA, R 121 944, Brief Franz J. Wilbert an AA, Abteilung Presse, Rio de Janeiro, 12.04.1915.

Publizistik einen Typus der erlebnisbezogenen Mitteilungsform, dem Augenzeugenbericht vergleichbar.⁷⁷⁴ Sie stellen ihre Inhalte in einer subjektiven, emotionalen Sprache dar und tendieren zu einer Dramatisierung ihrer Aussagen.⁷⁷⁵ Ziel ist es, beim Rezipienten den Eindruck einer „räumliche[n] und zeitliche[n] Nähe zum Geschehen oder Ereignis“ entstehen zu lassen.⁷⁷⁶ *Action stories* und Augenzeugenberichte sind eine Hybridform zwischen informierender und meinungsbetont-persuasiver Darstellung, da sie über ein Ereignis durch die Narration einer einzelnen Person berichten und somit nicht frei von Wertungen sind. Die pro-deutschen Korrespondentenberichte des argentinischen Offiziers Emilio Kinkelin, die in *La Nación* aus Buenos Aires regelmäßig erschienen, können zum Beispiel als solche *action stories* kategorisiert werden.⁷⁷⁷ Insbesondere seine Reportagen von der Front, meist im Präsens verfasst, um eine besonders intensive Gegenwärtigkeit des Erzählten zu suggerieren, tragen stark narrative Züge, wie dieses Zitat zeigt:

„Por encima de nuestras cabezas las granadas británicas horadan silbando el espacio. Sobre el camino del cementerio, que hemos abandonado, estallan en repiqueteos los proyectiles con que se quiere interrumpir el tráfico ya desviado. Un teniente, de apellido Eucken, nos acompaña. Es el arquetipo del oficial prusiano. Vestido con corrección absoluta, un monóculo combado en el ojo derecho, la mano enguantada.“⁷⁷⁸

Auch biographische Porträts lebender oder historischer Persönlichkeiten sind der informierenden Darstellungsform zuzuordnen. Die zeitgenössischen Porträts beschränkten sich auf den Kaiser, die militärische Führungsriege, allen voran Generalfeldmarschall von Hindenburg, sowie einzelne bedeutende Politiker wie Reichskanzler Bethmann-Hollweg. Sie wurden zumeist um Fotografien der jeweiligen Persönlichkeiten ergänzt. Auch der Kreis der porträtierten historischen Persönlichkeiten blieb überschaubar. Deutsche Schriftsteller wie Heinrich Heine, Johann Wolfgang von Goethe und Friedrich Schiller erfreuten sich großer Beliebtheit, ebenso wie der Erfinder des modernen Buchdrucks Johannes

⁷⁷⁴ Karl Hugo Pruy: Darstellungsformen. In: Kurt Koszyk, ders. (Hrsg.): Handbuch der Massenkommunikation. München 1981, S.39f.

⁷⁷⁵ Ebenda.

⁷⁷⁶ Lüger: Journalistische Darstellungsformen, S. 79.

⁷⁷⁷ Eine Zusammenstellung der gesammelten Berichte erschien 1921 in einer zweibändigen Ausgabe in Buenos Aires, siehe Emilio Kinkelin: *Mis Correspondencias a "La Nación" durante la Guerra Europea*. 2 Bde. Buenos Aires 1921. Das Vorwort zu Kinkelins Kompilation seiner Korrespondentenberichte verfasste der argentinische Autor Belisario Roldán, vgl. ebenda, Bd. 1, S. 3f.

⁷⁷⁸ Emilio Kinkelin: *La batalla británica del Somme*. In: Ebenda, Bd. 2, S. 128.

Gutenberg, der ultranationalistische Autor Ernst Moritz Arnd oder der Naturforscher Alexander von Humboldt.⁷⁷⁹

Der informierende Stil blieb nicht auf das Medium Presse limitiert, auch Publikationen wie das *Deutsche Weißbuch* (*El Libro blanco alemán. Documentos relativos al rompimiento de hostilidades*),⁷⁸⁰ das in mehreren Sprachen publiziert und in Auszügen auch von der deutschen Pressepropaganda in Lateinamerika abgedruckt wurde, bedienten sich einer sachlichen Sprache, um möglichst detailreich die deutsche Version der Ereignisse zu präsentieren, die zum Kriegsausbruch geführt hatten.⁷⁸¹ Der Einschub anderer Textsorten, der stete Verweis auf diplomatische Telegramme oder das Zitieren von Zeitungsartikeln, sollte die vermeintlich hohe Beweiskraft des *Libro blanco* bestärken.⁷⁸² Ganz ähnlich sind die ersten fünf Bände der Reihe *El enigma de la guerra* aufgebaut.⁷⁸³ Unter dem Pseudonym Nestor E. Carrico veröffentlichte der in Buenos Aires lebende deutsche Kaufmann E.C. Jaacks zwischen 1916 und 1918 zehn Einzelbände, in denen er das Kriegsgeschehen sowie die Ursachen des Krieges kommentierte.⁷⁸⁴ Selbst in Chile wurden alle Bände von *El enigma de la guerra* publiziert.⁷⁸⁵ Dabei arbeitete Jaacks geradezu pedantisch mit Fußnoten, Originalzitaten und vermeintlich authentischem Quellenmaterial, das er in den Text einband, um seine Argumentation zu stützen.

Diese sprachliche Sachlichkeit durchzog weite Teile der deutschen Propagandatexte, nicht nur in Lateinamerika. Victor Klemperer bemerkte in seinem Werk *LTI* zur Sprache der Propaganda im Ersten Weltkrieg im Gegensatz zu jener der nationalsozialistischen Propaganda folgendes:

⁷⁷⁹ Vgl. u. a. die Artikel J.W. Goethe. In: *Germania*, Buenos Aires, 01.07.1915, o.A.; La musa germana –El honor de Blücher, de Arndt. In: Ebenda, 01.08.1915, o.S.; Citar y comprender son cosas diferentes. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko. Edición en Español*, Mexiko D.F., 03.02.1915, S. 1.

⁷⁸⁰ o.A.: *El Libro blanco alemán. Documentos relativos al rompimiento de hostilidades. Con suplementos posteriores.* o.O., o.J. (einsehbar in der PK-Staatsbibliothek Berlin unter Signatur Krieg1914 1189). Hierbei handelt es sich allerdings um eine stark gekürzte Version des ursprünglichen Weißbuchs.

⁷⁸¹ Koszyk: *Deutsche Pressepolitik*, S. 243.

⁷⁸² o.A.: *Libro blanco alemán*, S. 45-84.

⁷⁸³ Nestor E. Carrico: *El enigma de la guerra. Monografías sobre la Conflagración europea.* 10 Bde., Buenos Aires 1916–1918.

⁷⁸⁴ PA AA, R 121 292, Brief E.C. Jaacks an AA, Berlin, 16.09.1919.

⁷⁸⁵ Vgl. Nuestra Biblioteca. In: *Submarino*, Santiago, 20.10.1917, S. 4.

„Im ersten [sic] Weltkrieg war man stolz auf die nüchterne Exaktheit der Heeresberichte. [...] Bei solcher Nüchternheit vermochte man freilich nicht zu bleiben, aber sie schwebte doch immer als Stilideal vor, [...]“⁷⁸⁶

Die sprachliche Ausgestaltung meinungsbetont-persuasiver Texte verweist auf die Subjektivität ihrer Aussagen, die eine authentische oder autoritäre Sprecherstimme verlangen, um als potentiell wahre Aussagen vom Rezipienten überhaupt anerkannt zu werden. Ihre Funktion ist die Überzeugung des Adressaten und nicht die Präsentation von Informationen. Ein besonders wichtiges Element der deutschen Pressepropaganda in Lateinamerika war der Leitartikel in der Tagespresse. Meist prominent auf der Titelseite platziert, erörtert hier die Redaktion aktuelle Ereignisse, wobei ein belehrender und stark meinungsbildender Ton die sprachliche Gestaltung bestimmte.⁷⁸⁷ Der Privat- oder Leserbrief war ein weiteres in deutschen Propagandazeitungen äußerst beliebtes Format. In beiden Fällen waren die Briefe für die Öffentlichkeit konzipiert, auch wenn sie sich an einen realen oder fiktiven Adressaten richteten.⁷⁸⁸ Dabei wird der (fingierte) Autor des Briefes meist nicht namentlich genannt, sondern nur seine Herkunft sowie gegebenenfalls sein sozialer Status und Beruf angegeben. Diese wenig detaillierten Angaben sollen als Referenz dienen, um den Verfasser des Briefes als authentische Sprecherstimme erscheinen zu lassen. Gleichzeitig lädt die Unbestimmtheit des Autors zur Identifizierung mit einem größeren Personenkreis ein. „Un militar“ steht dann beispielsweise *pars pro toto* für das Militär überhaupt. Der Brief ist seit der Antike eine beliebte Gattung, der vor allem innerhalb der klassischen Rhetorik eine besondere Stellung zukam. Auch wenn nicht sichergestellt werden kann, dass es sich bei Autor, Inhalt des Briefes und Adressat um real existierende Personen handelt, ist der Brief als nicht-fiktionale Gattung zu betrachten, wenn er sich nicht explizit als literarische Form zu erkennen gibt.⁷⁸⁹ Da sein Inhalt die subjektive Meinung einer einzelnen Person widerspiegelt, zählt er hier zu den meinungsbetont-persuasiven Darstellungsformen.

Als literarische Darstellungsformen können jene Texte abgegrenzt werden, die auf ihre eigene Fiktionalität verweisen und stilistische Literarizität aufweisen.

⁷⁸⁶ Victor Klemperer: LTI. Notizbuch eines Philologen. Stuttgart 2010, S. 243.

⁷⁸⁷ Pruys: Darstellungsformen, S. 41.

⁷⁸⁸ Wolfgang G. Müller: Brief. In: Dieter Lamping (Hrsg.): Handbuch der literarischen Gattungen. Stuttgart 2009, S. 79. Vgl. u. a. El pueblo alemán en vísperas de la guerra. Fragmentos de una carta de Berlín. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 14.08.1914, S. 1f.; Hice la guardia y ... conozco a los alemanes. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 24.08.1915, S. 1.

⁷⁸⁹ Müller: Brief, S. 80f.

Ihre Funktionsweise ist heterogen, da ihre Rezeption variabler sein kann als etwa bei den informierenden Darstellungsformen. So können sie zum Beispiel allein der Unterhaltung dienen, ihre Leser aber auch durch den Einsatz emotional-pathetischer Sprache berühren und somit persuasiv wirken. Zu den literarischen Darstellungsformen der deutschen Propaganda in Lateinamerika zählen Gedichte, Lieder, Erzählungen und Witze.⁷⁹⁰ Bei den Gedichten sind spanische Übersetzungen deutscher Gedichte von den Dichtungen der lokalen Propagandablätter zu unterscheiden. Bei den übersetzten Gedichten bekannter deutscher Autoren handelte es sich vor allem um Werke von Johann Wolfgang von Goethe, Friedrich Schiller und Heinrich Heine. Hinzu kommen zeitgenössische Kriegsgedichte heute nahezu unbekannter deutscher Autoren, deren Lobgesänge auf Kaiser und Vaterland ins Spanische übertragen wurden.⁷⁹¹ In weitaus kleinerem Umfang wurden auch Gedichte lokaler Autoren veröffentlicht, die entweder das glorifizierende Pathos der deutschen Kriegsgedichte imitieren oder, dies sehr selten, Spottgedichte darstellen.⁷⁹² Ein in Chile recht bekannter Dichter, der regelmäßig für *El Tiempo Nuevo* arbeitete und hauptsächlich Lobgesänge auf Kaiser Wilhelm und die deutsche Armee verfasste, war zum Beispiel Daniel de la Vega, der trotzdem auch weiterhin für den alliiertenfreundlichen *Mercurio* und die große illustrierte Zeitschrift *Zig Zag* schrieb.⁷⁹³ Gedichte wurden in den Tageszeitungen abgedruckt, weitaus häufiger und regelmäßiger aber wurden sie in illustrierten Wochen- oder Sonderbeilagen, etwa der *Crónica Ilustrada* der *La Unión* (Buenos Aires), oder Zeitschriften, wie zum Beispiel der *Germania* (Buenos Aires), publiziert.⁷⁹⁴ Während die Übersetzungen deutscher Klassiker dazu dienen sollten, dem Rezipienten deutsche Literatur allgemein zugänglich zu machen und so indirekt ein positives Bild von deutscher Kultur zu vermitteln, transportierten die Propagandagedichte meist eindeutige politische Botschaften, die vom Kontext des Krieges geprägt waren und auch nur innerhalb dieses Zusammenhanges verstanden werden konnten.

⁷⁹⁰ Vgl. Witze und Satirisches u. a. La Guerra en broma o embromada. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 17.08.1914, S. 2; Nueva táctica. In: *Germania*, Buenos Aires, 16.06.1915, o.S.

⁷⁹¹ Vgl. u. a. Ludwig Uhland: El último héroe. In: Ebenda, 16.09.1915, o.S.

⁷⁹² Vgl. u. a. das Gedicht von Luis Infante y Varas : Al Emperador Guillermo II de Alemania. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 27.-28.01.1917, S. 2; Spottgedicht z. B. Las listas negras. In: *Boletín de la Guerra*, 02.01.1918, S. 2; von Belisario Roldán: ¡Pax! In: *Unión*, Buenos Aires, 23.07.1917, S. 3.

⁷⁹³ Vgl. u. a. Odas Germanas. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 03.08.1917, S. 1.

⁷⁹⁴ Vgl. u. a. José María Corvalán El Quijote. In: *Germania*, Buenos Aires, 02.05.1916, o.S.

1.3.3 ÜBERGEORDNETE THEMEN UND METHODEN DEUTSCHER PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Propaganda wiederholt ihre wichtigsten Botschaften in Variationen, wodurch in einzelne, voneinander abgrenzbare übergeordnete inhaltliche Themenschwerpunkte erkannt werden können, die für den analysierten Textkorpus charakteristisch waren. Darüber hinaus können Persuasionsmethoden unterschieden werden, die entweder eine kurzfristige Beeinflussung von Meinungen oder einen langfristigen Einstellungswandel zum Ziel hatten.

Ein erster großer Themenschwerpunkt, der in der Gesamtschau des Quellenmaterials sicherlich den meisten Raum einnahm, war die Kriegsberichterstattung. Darunter werden alle Propagandaerzeugnisse verstanden, die explizit auf das Kriegsgeschehen in Europa Bezug nahmen, so zum Beispiel Berichte über die Entwicklungen an den Frontlinien in Ost und West, Dementis hinsichtlich der so genannten Gräuelpopaganda der Alliierten, aber auch Berichte über das Alltagsleben in Berlin oder Artikel über die vermeintliche Leistungsfähigkeit der deutschen Kriegswirtschaft angesichts der englischen Blockade.⁷⁹⁵ Es handelt sich zusammengefasst um die Repräsentationen des Krieges und Legitimationsstrategien aus deutscher Perspektive. Dieses Themenfeld hat im Kontext der Propaganda im Ersten Weltkrieg nahezu universalen Charakter, da es unabhängig von den jeweiligen lokalen Kontexten und Adressaten zum Einsatz kam. Wie die umfangreiche Forschungsliteratur zur auswärtigen wie auch zur Kriegspropaganda an der Heimatfront zeigt, blieb das Themenspektrum auf einige wenige Topoi fokussiert.⁷⁹⁶ Charakteristisch für die auswärtige Propaganda ist dabei die defensive Selbstdarstellung des Deutschen Reiches als Opfer insbesondere der englischen Großmachtsprüche. Die Kriegsschuldfrage und besonders schwerwiegende Ereignisse, wie die Zerstörung der Universitätsbibliothek in Löwen oder die Versenkung der *Lusitania* durch die Deutschen, die auch international große Empörung auslösten, wurden vor diesem Hintergrund relativiert oder zu legitimieren versucht.⁷⁹⁷ Der Krieg zwischen Alliierten und

⁷⁹⁵ Vgl. u. a. Los seguros obreros alemanes durante la guerra. In: *Unión*, Buenos Aires, 13.02.1915, S. 7; La fuerza de Alemania. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 26.02.1915, S. 3.

⁷⁹⁶ Vgl. u. a. Bremm: Propaganda, S. 68-78; Kestler: Auslandsaufklärung, S. 127-139; Tanja Mruck: Propaganda und Öffentlichkeit im Ersten Weltkrieg. Aachen 2004, S. S. 145-162; Welch: Germany, Propaganda and Total War, S. 58ff.

⁷⁹⁷ Bremm: Propaganda im Ersten Weltkrieg, S. 48ff.; einen breiten Überblick zu den Standardthemen der deutschen Propaganda im Ausland bietet Kestler: Die deutsche

Mittelmächten wurde darüber hinaus in der deutschen Heimat- wie Auslandspropaganda zudem zu einem Kampf zwischen „deutscher Kultur“ und „westlicher Zivilisation“ und somit zu einem ideologischen Konflikt stilisiert.⁷⁹⁸

Dieses Themenfeld war in den kleineren Zeitungen der deutschsprachigen Migranten, wie zum Beispiel in der spanischen Ausgabe der *Deutschen Zeitung für Mexiko* oder dem *Eco Alemán* aus Guatemala, im Verhältnis zu anderen Inhalten besonders stark gewichtet.⁷⁹⁹ Während größere pro-deutsche Tageszeitungen wie *La Unión* (Buenos Aires) oder *La Gaceta de Chile* (Santiago de Chile) nicht ausschließlich über die Kriegereignisse berichteten, fokussierten diese Blätter nahezu vollständig auf die Geschehnisse in Europa. Dies dürfte nicht weiter überraschen, da diese Zeitungen auch den Migranten selbst zur Information dienten und somit die innerhalb der Gruppe als wichtig erachteten Nachrichten eine höhere Relevanz besaßen als etwa nationale Ereignisse. Die tendenziöse, den deutschen Interessen entsprechende Berichterstattung über den Krieg war auf die kurzfristige Beeinflussung angelegt und oftmals reaktiv, da sie mit den alliierten Nachrichten um die Deutungshoheit bestimmter Ereignisse konkurrierte und auf negative Darstellungen mit Aplomb reagieren musste.⁸⁰⁰ Dementsprechend bediente sie sich in erster Linie der Presse als Propagandamedium. Gleiches gilt für die Inhalte jener Beiträge, die die wesentlichen Auswirkungen des Krieges auf Lateinamerika behandelten. Konkret meint dies den Wirtschaftskrieg, der mit der Ausgabe der *listas negras* durch die Engländer und später dann die US-Amerikaner einen Höhepunkt erfuhr, die Kampfhandlungen der deutschen und englischen Marine im Pazifik und Südatlantik, aber zum Beispiel auch die Luxemburg-Affäre und den Skandal um das Zimmermann-Telegramm.⁸⁰¹ Dabei waren die in der Öffentlichkeit hitzig geführten Debatten um die Neutralität der lateinamerikanischen Länder das verbindende Element innerhalb dieses

Auslandsaufklärung, S. 127-139. Zur Verarbeitung dieser Themen in der pro-deutschen Propaganda in Lateinamerika vgl. u. a. Las damas argentinas y la catedral de Reims. In: *Unión*, Buenos Aires, 06.11.1914, S. 4; El Hundimiento del 'Lusitania'. Responsabilidades morales. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 11.05.1915, S. 1-3; Las crueldades de los alemanes a la luz de la verdad. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 05.10.1915, S. 2; La neutralidad de Bélgica. In: *Ebenda*, 09.10.1915, S. 1.

⁷⁹⁸ Jeismann: Propaganda, S. 205.

⁷⁹⁹ Vgl. z. B. Noticias oficiales de la guerra. In: *Periódico Alemán. Edición en Español der Deutschen Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 06.01.1915, S. 1; Las causas verdaderas de la actual guerra europea. In: *Eco Alemán*, Guatemala, 04.09.1914, S. 2

⁸⁰⁰ Ostrowski: Public Diplomacy, S. 23.

⁸⁰¹ Vgl. z. B. La "lista negra" y la soberanía nacional. In: *Unión*, Buenos Aires, 26.07.1917, S. 5; Se considera terminado el incidente surgido entre Argentina y el Imperio Alemán. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 31.08.1917, S. 2.

Themenfeldes, da alle genannten Ereignisse eine Reaktion der Regierenden provozierten und sie zu einer außenpolitischen Positionierung zwangen. Da es das wichtigste Kriegsziel der Deutschen in Lateinamerika war, die Länder neutral zu halten, ist dieses Themenfeld somit auch an die Durchsetzung deutscher Kriegsziele in Lateinamerika gebunden. Die verhandelten Inhalte waren anders als im oben genannten Fall der allgemeinen Berichterstattung über den Krieg nicht universal, sondern blieben vom lokalen Kontext des Geschehens abhängig.

Daran schließt der zweite größere Themenkomplex der deutschen Kultur- und Wirtschaftspropaganda an. Darunter seien alle Propagandamethoden und -inhalte verstanden, die ein möglichst positives Deutschlandbild vermitteln möchten und dabei auf einen langfristigen Einstellungswandel der Rezipienten abzielen. Unter Methoden würden hierbei neben der gängigen Presse- und Printpropaganda zum Beispiel auch Sprachkurse oder Vorträge zur deutschen Literatur fallen, wie sie etwa vom Deutschen Wissenschaftlichen Verein in Buenos Aires organisiert wurden. Diese Methoden und Inhalte kamen schon vor dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges in Lateinamerika im Zuge des Ausbaus der auswärtigen Kulturarbeit des Deutschen Reiches zum Einsatz, sie wurden durch den Krieg aber intensiviert. Zur Selbstrepräsentation zählten unter anderem die Darstellung der deutschen Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft.⁸⁰² Das Themenfeld bezog sich nicht explizit auf den Krieg als Ereignis, es erfuhr durch ihn aber eine Forcierung und modifizierte Bedeutung, da die Vermittlung eines positiven Deutschlandbildes nun in einem Spannungsverhältnis zur feindlichen Gegenpropaganda stand, die implizit die Auswahl und Ausgestaltung der Inhalte mitbestimmte. Die Auswahl dieser Inhalte kann insofern als universal verstanden werden, als dass sie ebenfalls unabhängig von den möglichen Rezipientenkreisen konzipiert wurden und als allgemeines Mittel der Diplomatie weder räumlich noch zeitlich beschränkt und auf einen langfristigen Einstellungswandel hin zu deutschfreundlichen Positionen ausgelegt waren.

Bei der Sichtung des Quellenkorpus fielen darüber hinaus auch sich stets wiederholende Aussagezusammenhänge auf, die nur im jeweils lokalen Kontext ihrer Publikation Sinn erzeugen, das heißt, in denen in der Argumentation des Textes Analogien zwischen dem medial vermittelten globalen Ereignis des Ersten Weltkrieges und den nationalen, beziehungsweise regionalen Erfahrungsräumen

⁸⁰² In der Zeitschrift *Germania* aus Buenos Aires widmete sich z. B. eine Serie dem Thema »Progresos de la industria alemana«. Die Artikel waren aus dem Deutschen übersetzt, vgl. u. a. *Progresos de la industria alemana. La industria eléctrica*. In: *Germania*, Buenos Aires, 16.06.1915, o.S.; *Progresos de la industria alemana. La industria del acero*. In: ebenda, 14.07.1915.

konstruiert wurden. In Lateinamerika geschah dies vorrangig in der (Re-) Konstruktion stereotyper Feind- sowie von Selbst- und Fremdbildern. Verkürzt kann man also von einem Diskursstrang sprechen, der in den pro-deutschen Propagandatexten eng mit allen oben genannten Themenkomplexen verwoben wurde, und dessen Diskursaussagen anhand von Identitätstopoi systematisiert werden können. Die Untersuchung der Aneignung jener lokalen Identitätsdiskurse durch die deutsche Propaganda bildet den Schwerpunkt des zweiten Teils der vorliegenden Arbeit.

ZUSAMMENFASSUNG

Im vorausgehenden Kapitel wurde der mediale Kontext der deutschen Propaganda in Lateinamerika näher beleuchtet. Neben den deutlich dominierenden klassischen Printmedien erstreckte sich dieser auch auf andere Medientypen wie die Bild- und Filmpropaganda. Die Deutschen blieben in Bezug auf letztere allerdings im Vergleich zu den US-Amerikanern weit hinter den Möglichkeiten des Mediums zurück und beschränkten sich auf eine recht gleichförmige und schematische Bildsprache. Die Wahl des Mediums bestimmte auch den gewünschten Effekt. Neben der reaktiven und auf kurzfristige Ziele ausgerichteten Pressepropaganda kamen so zum Beispiel auch Methoden der Kultur- und Wirtschaftspropaganda zum Einsatz, die einen langfristigen Einstellungswandel der Rezipienten anstrebten.

Bei den gewählten Darstellungsformen der Printmedien herrschten ein monoton informierender sowie ein meinungsbetont-persuasiver Stil vor. Diese beiden Darstellungsformen sind charakteristisch für die Zeitungssprache, sie wurden aber ebenso in Monographien und Einzelpublikationen eingesetzt. Insgesamt blieb der Stil oftmals trocken. Die so genannte Zitiersprache, also das direkte oder indirekte Zitieren von anderen Quellen, bestimmte die Printmedien, so dass diese intertextuell stark aufeinander bezogen blieben. Das schloss Texte des Gegners nicht aus, sondern wurde im Gegenteil in Form einer Widerlegungsrhetorik auch häufig pro-alliierte Propaganda direkt zitiert.

Die Themenfelder der deutschen Propaganda in Lateinamerika können einerseits in universale Themen der deutschen Kriegspropaganda unterschieden werden, die unabhängig vom jeweilig nationalen oder lokalen Kontext der Zielöffentlichkeit formuliert wurden, und andererseits spezifische Themenkomplexe umfassen, die nur im jeweiligen Rezeptionskontext

sinnstiftend ihre Wirkung entfalteten. Gemessen an der rein quantitativen Anzahl von Zeitungsartikeln und anderen Pressebeiträgen waren die universalen Themenfelder stärker vertreten. Allerdings kam den spezifischen Themen innerhalb der deutschen Propagandarhetorik eine wichtige Funktion zu, da sie dasjenige Element der Rede darstellten, welches eine Identifikation der Rezipienten mit den Redehalten stiften sollte und somit über das stärkste persuasive Potential verfügte. Wie genau diese Themen diskursiv verhandelt wurden, wird im nun anschließenden zweiten Teil der Arbeit analysiert.

2 DIE ANEIGNUNG LOKALER DISKURSE DURCH AUSWÄRTIGE PROPAGANDA UND DIE KONSTRUKTION VON DEUTSCHLANDBILDERN – DEUTSCHE PROPAGANDA IN ARGENTINIEN, CHILE UND MEXIKO WÄHREND DES ERSTEN WELTKRIEGES (1914 – 1918)

Die im ersten Teil der Arbeit erfolgte Herausarbeitung des historischen, situativen und medialen Kontextes hat bereits aufgezeigt, wie die deutsche auswärtige Propaganda im Ersten Weltkrieg auch zu einem Phänomen der lateinamerikanischen Medienlandschaften wurde.⁸⁰³ Im zweiten Teil der Arbeit wird nun untersucht, wie sich der lokale Produktionskontext konkret in den Diskursen und der Überzeugungsrhetorik widerspiegelte. Der Fokus liegt dabei auf der Aneignung und Transformation von Identitätsdiskursen. Die deutsche Propaganda in Lateinamerika griff in ihrem Versuch, auf ihren spezifischen Rezipientenkreis einzuwirken und diesen von ihren Inhalten zu überzeugen, also in hohem Maße auf lokale, das heißt nationale wie auch transnationale Identitätsdiskurse zurück. Als nationale Diskurse werden hier jene Debatten bezeichnet, die insbesondere das intellektuelle Leben in den jeweiligen lateinamerikanischen Hauptstädten prägte.⁸⁰⁴ Als transnational sollen jene Diskurse verstanden werden, die zwischen diesen intellektuellen Zirkeln sowohl innerhalb Lateinamerikas als auch zwischen Lateinamerika und Spanien zirkulierten.

Das nationalistische Projekt der auswärtigen Kriegspropaganda, das in einem transnationalen Netzwerk organisiert und in lokalem Maßstab umgesetzt werden musste, wurde somit auch zum Vermittler von Identitätsdiskursen, die das regionale, beziehungsweise nationale Selbstverständnis in Lateinamerika prägten. Es lag keine einseitige und von Deutschland aus gesteuerte Beeinflussung vor, sondern die deutsche Propaganda musste sich selbst vor Ort von den einflussreichen zirkulierenden Ideen und Diskursen beeinflussen lassen, wollte sie ihr Publikum überzeugen. Durch diese Untersuchungsperspektive soll der Blick von einer rein nationalen Betrachtung des Phänomens der auswärtigen

⁸⁰³ Die gilt auch für die alliierte Propaganda.

⁸⁰⁴ Sowohl das intellektuelle Leben als auch das Pressewesen als Austragungsort öffentlicher Debatten waren in Lateinamerika wie andernorts auch vorrangig im urbanen Raum angesiedelt; vgl. hierzu u. a. Rama: *Ciudad Letrada*, S. 71-104, insbes. S. 74-80; Romero, José Luis: *La Ciudad Occidental. Culturas urbanas en Europa y América*. Buenos Aires 2009, vgl. insb. S. 248-257.

Propaganda überwunden und eine Einbeziehung der lokalen Besonderheiten und Perspektiven geleistet werden. Insbesondere die Akteure vor Ort, die sich nicht als Deutsche identifizierten, konnten durch die bereitgestellten Finanzmittel mitunter auch ihre eigene ideologische Programmatik weiterverfolgen, solange diese den Interessen der Deutschen entgegenkam. Der Begriff der Aneignung ist hier daher durchaus ambivalent zu verstehen, da in manchen Fällen auch argumentiert werden könnte, dass sich einzelne lokale Akteure pro-deutsche Positionen aneigneten, um ihre Ziele zu erreichen. Diese Reziprozität muss daher in der nachfolgenden Darstellung immer mitgedacht werden.

In den anschließenden drei Kapiteln soll anhand von konkreten Beispielen gezeigt werden, wie Diskurse über konservativen Hispanismus, Antiimperialismus und bestimmte Darstellungen deutscher Identität, von der lokal produzierten deutschen Propaganda angeeignet, beziehungsweise bearbeitet und teilweise auch transformiert wurden. Der Umgang mit diesen Diskursen war dabei äußerst flexibel und kontextabhängig, so gab sich die deutschfreundliche Presse nicht nur wilhelminisch-konservativ, sondern schlug mitunter auch scheinbar progressive Töne an. Insgesamt gilt, dass die Instrumentalisierung von Argumenten für die eigenen Zwecke sowie die Erzeugung von Feindbildern deutlich Vorrang vor einer einheitlich politisch-ideologischen Ausrichtung der Texte hatte.

2.1 DISKURSIVE ALLIANZ? DIE ROLLE SPANIENS FÜR DIE DEUTSCHE PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Spanien stellte für die deutsche Propaganda in Lateinamerika nicht nur eine logistische Brücke nach Übersee dar, sondern spielte sowohl für das Akteursnetzwerk als auch für die Produktion von deutschfreundlichen Artikeln eine wichtige Rolle. In Argentinien, Chile und Mexiko konnte sich die deutsche Seite auf die Mitarbeit von spanischen Akteuren stützen, die, oftmals finanziell protegiert, die inhaltliche Ausrichtung der Propagandamedien und das Framing⁸⁰⁵ der Inhalte mitbestimmten. Des Weiteren reproduzierten die deutschen Propagandablätter in nicht geringem Umfang Artikel aus spanischen Zeitungen,

⁸⁰⁵ Unter dem Begriff *Framing* versteht man in den Kommunikationswissenschaften zusammengefasst die Wahl der Perspektive, aus der über ein bestimmtes Ereignis berichtet wird. Daran knüpfen sich z. B. auch die Auswahl von Termini, dem semantischen Feld und die Interpretation, vgl. hierzu Winfried Schulz: *Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit*. In: Elisabeth Noelle-Neumann, ders., Jürgen Wilke (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik – Massenkommunikation*. Frankfurt a.M. 2004, S. 542.

allen voran aus der Madrider Zeitung *ABC*, die als unabhängig galt. Wie bereits beschrieben hatte dies einerseits praktische Gründe, da diese Artikel nicht erst übersetzt werden mussten und relativ einfach über den Atlantik versendet werden konnten. Andererseits ermöglichte es dieses Vorgehen, die Darstellung der Kriegereignisse und auch die moralische Bewertung der Kombattanten durch eine spanische und somit vorgeblich neutrale Perspektive zu filtern. Es versteht sich allerdings von selbst, dass die meisten Autoren jener Texte, welche in der pro-deutschen Presse zum Abdruck gelangten, als germanophil galten oder sich offen zu *germanófilos* erklärt hatten.

Einen weiteren bemerkenswerten Aspekt der deutsch-spanischen Kooperation stellte die Bezugnahme der deutschen Propaganda auf den konservativen Hispanismus dar, der seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert die intellektuelle Auseinandersetzung in Spanien und zunehmend auch in Lateinamerika prägte. Der Hispanismus und seine vom romantischen Idealismus sowie der so genannten Völkerpsychologie geprägten Thesen über die Existenz und das Wesen der *raza hispana* bildeten im Prinzip den Ausgangspunkt für die enge diskursive Verzahnung von deutscher Propaganda und spanischer Kulturpolitik, wie im anschließenden Unterkapitel gezeigt wird. Anschließend wird die Funktion der reproduzierten Artikel aus der spanischen Presse sowie der Autoren für die deutsche Propaganda in Lateinamerika näher untersucht. Das letzte Unterkapitel widmet sich der Aneignung des konservativen Hispanismus und seiner Ausprägung durch die deutschfreundliche Presse in Argentinien, Chile und Mexiko.

2.1.1 „LA FUENTE ORIGINAL DE LA RAZA“: SPANISCHE KULTURPOLITIK IN LATEINAMERIKA UND IHRE VERFLECHTUNG MIT DEN DEUTSCHEN INTERESSEN IN DER REGION

Die Tatsache, dass sich die Mittelmächte und die Alliierten ihre Propagandaschlachten lieferten, bedeutete nicht, dass die neutralen Staaten dem weltweiten Ringen um Einflussnahme nur passiv zusahen. Spanien begann während der Kriegsjahre, seine kultur- und handelspolitischen Kontakte nach Lateinamerika weiter zu forcieren und auf eine Intensivierung der

wirtschaftlichen Beziehungen zu drängen.⁸⁰⁶ Bereits wenige Jahre nach der verheerenden Niederlage gegen die USA im Spanischen-Amerikanischen Krieg (1898) hatte Spanien im Zuge des *Regeneracionismo* mit dem Ausbau von Kultur- und Wirtschaftspropaganda in Lateinamerika begonnen, wobei konservative und liberale Kräfte ausnahmsweise an einem Strang zogen.⁸⁰⁷ Die ideologische Grundlage für die Neuausrichtung der spanischen Lateinamerikapolitik lieferte die *Generación del 98*, die in Auseinandersetzung mit dem nationalen Desaster von 1898 nach den Ursachen für den außenpolitischen wie auch angeblich intellektuellen Niedergang Spaniens im 19. Jahrhundert suchten. Philosophisch waren die *Generación del 98* und ihre Nachfolger stark vom Krausismus beeinflusst, einer Denkschule, die auf der Rezeption des Idealismus des deutschen Philosophen Karl Christian Friedrich Krause basierte, welcher vor allem in Spanien und teilweise auch in Lateinamerika eine bedeutende Anhängerschaft gefunden hatte.⁸⁰⁸ Germanophile Tendenzen waren unter den Krausisten durchaus üblich.⁸⁰⁹ Zu den wichtigsten Vertretern der Bewegung gehörten in Spanien Miguel de Unamuno, Vicente Blasco Ibáñez und José Ortega y Gasset, im *Cono Sur* zählten die Präsidenten Argentinien und Uruguays, Hipólito Yrigoyen und José Battle de Ordóñez, zu den Krausisten.⁸¹⁰ Im Zentrum ihrer Debatten stand die Frage nach der vermeintlich „authentischen“ oder „wahren Seele“ der spanischen Nation, also im Prinzip die Suche nach einer nationalen Identität, die, neu belebt, den Verfall Spaniens aufhalten und das Land in eine spezifisch „spanische“ Moderne in Abgrenzung zu den Zivilisationsmodellen Frankreichs und Großbritanniens führen sollte.⁸¹¹ Dieses Verständnis von kollektiver Identität leitete sich von den Ideen des Idealismus ab, wie unter anderem das Postulat der Existenz einer nationalen Seele, also einer geistig-spirituellen Kraft, die alle

⁸⁰⁶ Fredrick B. Pike: *Hispanismo, 1898-1936. Spanish Conservatives and Liberals and Their Relationship with Spanish America*. Notre Dame, London 1970, S. 197; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 286; Schuler: *Secret Wars*, S. 230.

⁸⁰⁷ Pike: *Hispanismo*, S. 185-200, 219f.

⁸⁰⁸ Klaus von Beyme: *Politische Theorien im Zeitalter der Ideologien, 1789 – 1945*. Wiesbaden 2002, S. 281.

⁸⁰⁹ Ebenda; Heinz Krumpel: *Zur Aneignung und Verwandlung des philosophischen Denkens aus dem deutschsprachigen Kulturraum*. In: Peter Birle, Friedhelm Schmidt-Welle (Hrsg.): *Wechselseitige Perzeptionen: Deutschland – Lateinamerika im 20. Jahrhundert*. Frankfurt a.M. 2007, S. 23-25.

⁸¹⁰ Enrique Krauze: *Redeemers. Ideas and Power in Latin America*. New York, London [u. a.] 2011, S. 31; Gustavo Dalmazzo: *El primer dictador. Uriburu y su época*. Buenos Aires 2010, S. 81.

⁸¹¹ Pike: *Hispanismo*, S. 128ff.; Jochen Mecke: *La estética del 98: albores españoles de una modernidad europea transversal*. In: ders. (Hrsg.): *Discursos del 98. Albores españoles de una modernidad europea*. Madrid, Frankfurt a.M. 2010, S. 209.

Angehörigen der Gemeinschaft miteinander verband, zeigte.⁸¹² Der Begriff *hispanidad* fasste diese imaginierte kollektive Identität zusammen, er wurde aber nicht allein auf alle Einwohner innerhalb der Grenzen des spanischen Nationalstaates bezogen, sondern vielmehr als Bindeglied zwischen der alten Kolonialmacht Spanien und den jungen lateinamerikanischen Nationalstaaten verstanden.⁸¹³ In diesem Sinne weist der Begriff *hispanidad* auch Analogien zu einer völkischen Deutung des Deutschtums auf. Die kollektive Gemeinschaft der *raza hispana* definierte sich über eine gemeinsame Sprache, eine gemeinsame Tradition, Religion und Kultur sowie einen geteilten historischen Erinnerungsraum.⁸¹⁴ Brasilien stand daher außerhalb des konzeptionellen Raumes der *hispanidad*.⁸¹⁵ Ethnizität spielte dabei implizit eine Rolle, der Begriff *raza* wurde allerdings weitaus häufiger als geistig-kulturelles Konzept und seltener in einem rassentheoretischen Sinn gedeutet.⁸¹⁶

Die entsprechende intellektuelle Strömung wird oftmals als *Hispanismo* bezeichnet, ein äußerst heterogener Begriff, der daher definiert werden muss. Er soll hier im Folgenden in seiner konservativen Interpretation verstanden werden. *Hispanismo* bedeutet demnach den Verweis auf die kollektive Identität der *raza hispana* unter der paternalistischen Führungsrolle Spaniens in Lateinamerika, wozu auch die Beibehaltung einer hierarchisch strukturierten Sozialordnung und die gesellschaftliche Anerkennung der Autorität der Katholischen Kirche gehörten.⁸¹⁷ Der französische Historiker David Marcilhacy ordnet den *Hispanismo* daher auch einer politisch rechten ideologischen Richtung zu.⁸¹⁸ Der Begriff soll deshalb von einem progressiv gedachten *Hispanoamericanismo*, wie er uns in den nachfolgenden Kapiteln begegnen wird, klar unterschieden und

⁸¹² Eric Hobsbawm schreibt, dass im 19. Jahrhundert die „[...] ethnische Zugehörigkeit und Sprache zu zentralen, zunehmend entscheidenden oder gar den einzigen Kriterien für die potentielle Nation [wurden]“, vgl. Hobsbawm: Nationen und Nationalismus, S. 122.

⁸¹³ Pike: *Hispanismo*, S. 1.

⁸¹⁴ Ebenda.

⁸¹⁵ Ebenda, S. 2.

⁸¹⁶ Ebenda.

⁸¹⁷ Isidro Sepúlveda: *La familia hispanoamericana. Visión y reinención de América desde la España del siglo XX*. In: Ana Luengo, Sabine Schlickers (Hrsg.): *La reinención de Latinoamérica. Enfoques interdisciplinarios desde las dos orillas*. Frankfurt am Main [u. a.] 2012, S. 14f.

⁸¹⁸ David Marcilhacy: *Raza, Imperio e Hispanidad: el hispanoamericanismo en la ofensiva ideológica de las derechas españolas (1914 – 1936)*. Vortrag gehalten im *Coloquio internacional Hispanismos y Nacionalismos en América Latina y España (Primera Mitad del Siglo XX)*, Mexiko Colmex, am 29.09.2014.

nachfolgend in seiner rechtskonservativ-katholischen und auf Spanien zentrierten Deutung verwendet werden.⁸¹⁹

Der geistig-kulturellen und brüderlichen Verbindung zwischen Spanien und Lateinamerika sollte bald die Institutionalisierung derselbigen folgen. Organisationen wie das *Centro de Estudios Americanistas* und die *Unión Iberoamericana* wurden gegründet und publizierten seit 1916 zum Beispiel die illustrierte Monatszeitschrift *La Unión Hispanoamericana*. Diese sollte den wirtschaftlichen wie auch kulturellen Beziehungen zwischen Spanien und den spanischsprachigen Ländern Lateinamerikas neuen Schwung verleihen.⁸²⁰ In der Zeitschrift wurden Beiträge zur Wirtschafts- und Handelsleistung Spaniens um einen schmalen Kulturteil ergänzt. Zum Kriegsgeschehen äußerte sich die *Unión Hispanoamericana* nicht explizit, dennoch wurde zwischen den Zeilen deutlich, dass die Bindung der Kräfte der europäischen Konkurrenten durch den Krieg das ökonomische Potential Spaniens erheblich vergrößerte. Die kultur- und vor allem identitätspolitische Stoßrichtung des Magazins wird zum Beispiel an folgendem Zitat deutlich:

„A los hispanoamericanos no nos espanta, pero ni siquiera nos es antipática una solidaridad que resuelta inevitable entre los Estados Unidos y nuestros pueblos, si ella, según la fórmula de Rodó, ha de basarse en la armionosa fusión de nuestros caracteres en lo que mutuamente sean superiores y en el íntegro respeto de nuestras personalidades. [...]; pero lo que no podemos ver serenamente, lo que nos parece por parte de España suicidio y por parte nuestra ingratitud deshonrosa, es la exclusión de España del mañana americano; ella, aparte de ser natural entrepuente para nuestra necesaria intimidad con Europa, viene a ser el abrevadero ideal que no permite que se seque en nuestros pueblos la fuente original de la raza y del espíritu.“⁸²¹

Der namentlich nicht genannte Autor, der hier für sich beansprucht, im Namen aller Hispanoamerikaner zu sprechen, nennt in diesem Zitat bereits ein zentrales Element des *Hispanismo*-Diskurses, indem er auf die als nahezu existenziell dargestellte Notwendigkeit einer spanischen Präsenz in Lateinamerika verweist. Ohne die Aufrechterhaltung der Verbindung nach Spanien würden, so seine Argumentation, die Länder Hispanoamerikas ihre Identität („la raza y [el] espíritu“) verlieren und damit ihre Zukunft verspielen. Im weiteren Verlauf des

⁸¹⁹ Diese begriffliche Unterscheidung spiegelt nicht die Quellsprache wider, da in dieser Begriffe Synonym oder in einer erweiterten Bedeutung benutzt werden konnten. Die hier vorgenommene Differenzierung dient der Analyse und ist eine Entscheidung zugunsten der Darstellbarkeit zweier ideologisch unterscheidbarer Strömungen.

⁸²⁰ Vgl. u. a. *La Unión Hispanoamericana*, Madrid Dezember 1917-Dezember 1918; Pike: *Hispanismo*, S. 220.

⁸²¹ Al aislamiento de España. In: *La Unión Hispanoamericana*, Madrid, 11.03.1918, S. 2.

Textes stellt der Autor zudem den „panamericanismo hispanista“ dem „paniberismo y [...] panamericanismo“ als Kontrapunkt gegenüber.⁸²² Weder der Einfluss des US-amerikanischen Panamerikanismus noch der von Frankreich geprägte Panlatinismus konnten, beziehungsweise sollten, den Einfluss Spaniens auf Lateinamerika schmälern. Der Autor lässt keinen Zweifel daran, dass der wirtschaftliche Kontakt zu den USA zwar „unvermeidlich“ sei, aber eine eher geschäftlich-respektvolle Beziehung bleiben müsse, die nie die essentielle Tiefe der Verbindung nach Spanien besitzen könne. Selbst im wirtschaftlichen Sektor sei es daher nur von Vorteil, wenn Hispanoamerika sein enges Verhältnis zu Spanien aufrechterhalte oder noch weiter vertiefe. Insbesondere der direkte Verweis auf den uruguayischen Intellektuellen José Enrique Rodó steht hier *pars pro toto* für das ideale spanisch-hispanoamerikanische Beziehungsgefüge.⁸²³ Zwar hatte Rodó in seinem Essay *Ariel* die angelsächsische und die latine Kultur einander gegenübergestellt, und nicht explizit die spanische, doch wurde sein Werk in Spanien äußerst wohlwollend aufgenommen und ganz im Sinne des *Hispanismo* gelesen.⁸²⁴ Das im Zitat verwendete Identitätskonzept ist nicht konkret oder fest umrissen, dennoch wird es durch die Bezugnahme auf Rodó und seine Abgrenzung zum Panlatinismus und Panamerikanismus als *hispanidad* entschlüsselbar. Als identitätsstiftender Entwurf wird der *Hispanismo* zudem nicht nur als für die Erneuerung Spaniens notwendige, sondern auch für den (wirtschaftlichen) Fortschritt Lateinamerikas wesentliche Kraft beworben.

Neben der Gründung von Verbänden und der Produktion von Zeitschriften war Erinnerungspolitik ein relevantes Element der spanischen Kulturpropaganda für Lateinamerika. Ein prägnanter Moment war die Erfindung eines gemeinsamen spanisch-hispanoamerikanischen Feiertages.⁸²⁵ Die Initiative hierfür war schon in den 1890er Jahren von der Organisation *Unión Iberoamericana* ausgegangen. Sie verfolgte das Ziel, die Beziehungen zwischen Spanien und ihren ehemaligen spanischsprachigen Kolonialgebieten durch die Etablierung einer gemeinsamen Erinnerungskultur zu stärken.⁸²⁶ Als Datum wurde der 12. Oktober festgelegt, der Tag also, an dem Kolumbus die für Europa „Neue Welt“ entdeckt hatte.⁸²⁷ In den 1910er Jahren begann sich das Datum in Lateinamerika langsam als Feiertag

⁸²² Ebenda.

⁸²³ Krauze: Redeemers, S. 45.

⁸²⁴ Ebenda, S. 36.

⁸²⁵ Marcela García Sebastiani, David Marclhacy: América y la Fiesta del 12 de Octubre. In: Javier Moreno Luzón, Xosé Manoel Núñez Seixas (Hrsg.): Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX. Madrid 2013, S. 367f.

⁸²⁶ Ebenda.

⁸²⁷ Ebenda, S. 372f.

durchzusetzen. Unter der Präsidentschaft Hipólito Yrigoyens wurde er 1917 offiziell von Argentinien übernommen und unter dem Namen *Fiesta de la Raza* zum ersten Mal öffentlich zelebriert. In den darauffolgenden Jahren verbreitete sich der 12. Oktober als Feiertag unter dem Namen *Fiesta* oder *Día de la Raza* auch in anderen hispanoamerikanischen Ländern. Während der Kriegsjahre kam dem Tag als gemeinsamem Festakt Spaniens und Hispanoamerikas eine noch tiefgreifendere Bedeutung zu, stand er doch für eine gelungene friedliche Verbrüderung in Zeiten größter kriegerischer Feindseligkeit.⁸²⁸

Der *Hispanismo* war also, so sehr seine Anhänger auch von idealistischen und romantischen Ideen geprägt sein mochten, auch ein Machtmittel, das die imperialistischen Interessen Spaniens in Lateinamerika durchzusetzen helfen sollte.⁸²⁹ Somit hatte Spanien in dem Streben nach alter kolonialer Größe ganz wie die anderen Großmächte begonnen, in Lateinamerika Kulturpropaganda zu betreiben. Der Ausbruch des Ersten Weltkrieges hatte den Impetus Spaniens noch verstärkt.⁸³⁰ Die Fesselung der Konkurrenten an die Schützengräben schien nach Ansicht vor allem konservativer Intellektueller Spaniens vor eine neue Verantwortung ihren alten Kolonialgebieten gegenüber zu stellen, eine Verantwortung, die deutlich paternalistische und revisionistische Züge trug.⁸³¹

Weshalb aber sollte nun ausgerechnet das Deutsche Kaiserreich Spaniens kulturpolitische Offensive gutheißen oder gar aktiv propagandistisch unterstützen? Eine Antwort auf diese Frage lieferte 1915 Paul Gast vom Deutsch-Südamerikanischen Institut, als er sich in einem Beitrag zu der Notwendigkeit der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der zeitgenössischen spanischen Kultur äußerte:

„Dann würden wir auch breitere Berührungsflächen mit der iberischen Kultur in Europa herstellen können und so vielleicht jener Bewegung nationaler Wiedergeburt, die durch Spanien geht und auf einen entschiedenen Anschluss an Deutschland hinsteuert, die Bahn freier machen helfen. Aber hiervon abgesehen, kommt dem Studium der geistigen Bewegungen im modernen Spanien auch deshalb eine große Bedeutung im Rahmen unseres deutsch-südamerikanischen Programms zu, weil man in Südamerika in anscheinend rasch steigendem Maße anfängt, sich auf die geistigen und völkischen Zusammenhänge mit Spanien zu besinnen und sich allen aus Spanien kommenden Einflüssen willig zu erschließen. [...] Für uns Deutsche sind diese

⁸²⁸ Ebenda.

⁸²⁹ Marta Campomar: *Ortega y Gasset en la curva histórica de la Institución Cultural Española*. Madrid 2009, S. 241-256.

⁸³⁰ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 286.

⁸³¹ Marcilhacy: *Raza, Imperio e Hispanidad*.

völkerpsychischen Vorgänge schon deshalb von großer Wichtigkeit, weil jede Verstärkung des geistigen Einflusses Spaniens auf Südamerika zugleich eine Schwächung der nordamerikanischen und französischen Einflüsse, also derjenigen, die am meisten unseren eigenen südamerikanischen Bestrebungen entgegenarbeiten, bedeutet.⁸³²

Eine Unterstützung der spanischen Kulturpolitik bedeutete demnach, die wachsende Bedeutung der USA und den kulturellen Einfluss Frankreichs in Lateinamerika zurückdrängen zu können. Gast bezog sich, ganz wie das Zitat aus der *Unión Hispanoamericana*, auf panamerikanische und panlatine Einflüsse als zu den spanischen Interessen konträre Strömungen. Damit identifizierte er Frankreich und die USA als die größten kulturpolitischen Gegner Spaniens – aber eben auch Deutschlands. Vor dem Hintergrund des Ersten Weltkrieges – Gasts Schrift wurde 1915 publiziert – mag es bemerkenswert erscheinen, dass er hier die USA als Widersacher begreift, Großbritannien hingegen ganz aus seinen Überlegungen ausklammert. Dies erklärt sich aus seiner Betrachtungsweise der Problematik aus rein kulturpolitischer Perspektive. Unabhängig vom Kriegsgeschehen waren es der Fixstern Paris und das ambitionierte Programm der panamerikanischen Organisationen, die dem Vorsitzenden des Deutsch-Südamerikanischen Institutes ganz besonders Sorge bereiteten. Die deutsche auswärtige Propaganda konnte hingegen auf wenige identifikationsstiftende Narrative oder Argumente zurückgreifen, die auf ein spezifisch lateinamerikanisches Publikum zugeschnitten gewesen wären. Der *Hispanismo* als Kern der „Bewegung nationaler Wiedergeburt“ in Spanien, bot sich insofern für eine Instrumentalisierung durch die deutsche Propaganda an, als dass er ein geeignetes Gegengift gegen Frankreich und die USA zu sein schien, ohne die deutschen Handelsbeziehungen und Wirtschaftsinteressen in Lateinamerika ernstlich zu gefährden. Dafür waren die ökonomischen Kräfte Spaniens durch die innen- und außenpolitischen Konfliktlagen seit der Jahrhundertwende viel zu sehr geschwächt worden.⁸³³ Hinzu kam, dass die Existenz einer *raza hispana* durchaus in das völkische Denken der deutschen Akteure passte und gemeinhin als eine gegebene Tatsache anerkannt wurde. Dies zeigte sich unter anderem darin, dass für die Akteure in Deutschland der Zusammenhang zwischen einer erfolgreichen Propagandaoffensive in Spanien und in Lateinamerika auf der Hand lag, schließlich wollte man doch eine ganz ähnliche Rezipientengruppe ansprechen. Die ZfA schrieb daher im März 1916 in ihrem Monatsbericht folgendes:

⁸³² Gast: Deutschland und Südamerika, S. 29.

⁸³³ Albes: Worte wie Waffen, S. 25-39.

„Auch in diesem Monat hat sich die feindliche Publizistik über die [deutsche Propaganda] sehr beunruhigt gezeigt, besonders hinsichtlich Spaniens, da eine wirksame Bearbeitung dieses Landes zugleich eine solche des ganzen lateinischen Amerikas bedeutet [...]“⁸³⁴

Auch der deutsche Botschafter Ratibor in Spanien betonte, nachdem er die Madrider Zeitung *La Tribuna* mit finanziellen Anreizen für die deutsche Sache hatte gewinnen können, dass diese eine „paniberische Orientierung“ pflegte.⁸³⁵ Diese Orientierung der Zeitung machte in seinen Augen den besonderen Wert des Erwerbs der Zeitung aus. Indem sich die deutsche Propaganda daranmachte, in Spanien publizistisch tätig zu sein, würde man strategisch zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen können. Spanien und der konservative *Hispanismo* wurden so in den Augen der deutschen Akteure zu wichtigen Stützen der Propaganda für und in Lateinamerika.

Es muss daher nicht verwundern, dass zu den formellen wie informellen Mitarbeitern des deutschen Propagandaunternehmens in Lateinamerika auch Männer gehörten, deren Biographien eng mit Spanien verflochten waren. Manuel León Sánchez aus Mexiko war, ebenso wie José María Llarena der *Gaceta Militar* aus Chile, ein gebürtiger Spanier. Sein *Boletín de la Guerra* druckte besonders in den ersten beiden Kriegsjahren regelmäßig Material aus dem konservativen Madrider *ABC* ab.⁸³⁶ Der *Boletín* wurde, von Eckardt zufolge, „[...] von Mexikanern und Spaniern sehr gern gelesen [...]“⁸³⁷ und ein deutscher Kaufmann konnte seine Mannheimer Firma 1915 aus Mexiko wissen lassen, dass „[...] es doch die hier lebenden Spanier [sind], die von den Angehörigen neutraler Staaten unserer gerechten Sache die meisten und aufrichtigsten Sympathien entgegenbringen.“⁸³⁸ 1925 hielt Sánchez als Mitglied der *Grupo Ariel* einen Vortrag über den spanischen Schriftsteller Ángel Ganivet, der zu den geistigen Vätern des *Hispanismo* gezählt wird.⁸³⁹ Julio Cola, der Herausgeber der *Gaceta de España* aus Buenos Aires, war ebenfalls Spanier und dazu ein glühender

⁸³⁴ Zitiert aus Wilke: Deutsche Auslandspropaganda, S. 132.

⁸³⁵ Ratibor verwendete den Begriff „paniberisch“ als Synonym zu „hispanistisch“; vgl. Albes: Worte wie Waffen, S. 145.

⁸³⁶ *Boletín de la Guerra*, 1915. Das *ABC* war zwar tendenziell pro-deutsch, blieb während des Ersten Weltkriegs aber finanziell unabhängig; vgl. Albes: Worte wie Waffen, S. 140.

⁸³⁷ PA AA, R 122 690, Bericht Kaiserlich Deutsche Gesandtschaft Mexiko, 25.11.1915.

⁸³⁸ BA-B, R 901/72258, Brief Firma C.F. Boehringer & Soehne an ZfA, Mannheim, 18.11.1915.

⁸³⁹ Manuel León Sánchez: Ángel Ganivet, su vida y su obra. Conferencia sustentada en el anfiteatro de la Escuela Nacional Preparatoria de la Ciudad de México, por Manuel León Sánchez, del "Grupo Ariel", la noche del 19 de septiembre de 1925. Mexiko D.F. 1927.

Verfechter des *Hispanismo*.⁸⁴⁰ Die *Gaceta* wurde von einer deutschen Firma finanziert, die Zeitung blieb dabei ihrer hispanistischen Programmatik treu, ergänzte sie nun aber um eine pro-deutsche, beziehungsweise aktiv neutralistische Haltung.⁸⁴¹ In Santiago erschien *El Submarino* im Verlag *Imprenta España* und in Buenos Aires konnte der spanische Militär Francisco Martín Llorente ab Mai 1917 unter dem bezeichnenden Pseudonym „Armando Guerra“ als Korrespondent für *La Unión* in Spanien gewonnen werden.⁸⁴² Monatlich sollte Llorente zwei *Crónicas*, damit waren Chroniken über den Kriegsverlauf gemeint, oder *Correspondencias* (Korrespondenzen) an die *Unión* senden.⁸⁴³ In Spanien schrieb er seit Dezember 1914 für den *ABC* sowie seit 1916 für *El Debate*, wo er seine *Crónicas* um detaillierte militärstrategische Karten ergänzte. Des Weiteren erschien in Buenos Aires seit Januar 1915 die Zeitschrift *España-Revista Hispano-Germanófila* von Francisco de P. Oller, die sich der Pflege der deutsch-hispanischen Beziehungen verpflichtet fühlte und vor der *Unión* eifrig beworben wurde.⁸⁴⁴ Selbst der *Demócrata*, der noch 1915 alle in Mexiko lebenden Spanier als Anhänger des Porfiriats und als „científicos“ diffamiert hatte, bemühte sich ab 1916 um die Förderung eines positiven Spanienbildes und erweiterte die Zeitung ab 1917 sogar um die Sonderbeilage *Página Española*, die umfassende Nachrichtenberichte zu tagespolitischen Themen aus Spanien brachte.⁸⁴⁵

Spanien war somit in der deutschen Propaganda in Lateinamerika allgegenwärtig, ob nun in Bezug auf die Akteure, durch den Wiederabdruck von Artikeln aus der spanischen Presse oder den *Hispanismo* als Thema der Propagandakampagne. Die Artikel, welche aus spanischen Zeitungen reproduziert wurden, waren inhaltlich äußerst divers, sie konnten zum Beispiel ganz allgemein über spanische Innenpolitik berichten, reine Wirtschaftsnachrichten sein aber auch meinungsbetonte Beiträge zur spanischen Neutralität darstellen.⁸⁴⁶ Eine Besonderheit waren dabei jene kulturpolitischen

⁸⁴⁰ Martin: *Latin America*, 1925, S. 245.

⁸⁴¹ Aufschluss über die Haltung der *Gaceta de España* bietet ein Kompendium von Artikeln, die Juan Brugnara 1917 für die Zeitung schrieb; vgl. Juan A. Brugnara: *El mundo contra Alemania*. Buenos Aires 1918.

⁸⁴² *La Unión* en Madrid. Armando Guerra. In: *Unión*, Buenos Aires, 30.05.1917, S. 5.

⁸⁴³ Ebenda.

⁸⁴⁴ *La Revista "España"*. In: *Unión. Crónica Ilustrada*, Buenos Aires, 15.01.1916, S. 2.

⁸⁴⁵ *Los españoles en México*. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 05.05.1915, S. 1; *Página Española*. In: Ebenda 03.07.1917, o.S.

⁸⁴⁶ Vgl. u. a. *El gobierno de Romanones y el discurso de Maura*. In: *Unión*, Buenos Aires, 15.02.1917, S. 5; *España ante la guerra. Latinismo e Iberismo*. In: Ebenda, 27.07.1917, S. 5; *Confraternidad germano-hispana*. In: Ebenda, 01.03.1917, S. 3; *La situación de España*. In:

Texte, welche von spanischen Publizisten und Intellektuellen in Spanien für ein spanisches Publikum verfasst und in pro-deutschen Zeitungen in Lateinamerika erneut publiziert wurden. Diese Texte gehörten zu den meinungsstarken Beiträgen und sollen im Folgenden auf ihre Inhalte und Funktion im lateinamerikanischen Kontext untersucht werden.

2.1.2 „LA MADRE PATRIA“: DIE PERSUASIVE FUNKTION SPANISCHER STIMMEN IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Die Texte⁸⁴⁷ bekannter spanischer Publizisten gerieten bei der Sichtung des Quellenmaterials in den Fokus, da sie zum einen im Verhältnis zu Beiträgen aus anderen neutralen Ländern wie zum Beispiel Schweden relativ häufig reproduziert wurden – und dies gilt für Argentinien, Mexiko und Chile gleichermaßen – und zum anderen der Namen der Verfasser sowie das Medium der Erstveröffentlichung, zum Beispiel *ABC*, häufig mit abgedruckt wurden, was ansonsten keine übliche Praxis war.⁸⁴⁸ Als Beispiel kann hier die Rede des überzeugten Karlisten und Traditionalisten Juan Vázquez de Mella vom 31. Mai 1915 angeführt werden. Vor Hunderten Zuhörern hatte Vázquez de Mella im Madrider *Teatro de la Zarzuela* die Aufrechterhaltung der spanischen Neutralität gefordert. Fast einen Monat später publizierte *La Unión* aus Buenos Aires in drei Teilen Auszüge der Rede, wobei der erste Part aus Fotografien der Veranstaltung und des während der Rede enthusiastisch gestikulierenden Vázquez de Mellas bestand.⁸⁴⁹ Im August brachte dann der *Boletín de la Guerra* aus Mexiko, ebenfalls in mehreren Teilen, auf seiner Titelseite einen Abdruck ebenjener Rede.⁸⁵⁰ Der Vortrag wurde außerdem in zahlreichen Meinungsbeiträgen

Ebenda, 30.03.1917, S. 5; España por la neutralidad. In: Ebenda, 20.04.1917, S. 5; Una voz neutral. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 10.02.1917, S. 5.

⁸⁴⁷ Der Begriff „Text“ ist hier bewusst weit gefasst, da er sich nicht nur auf Zeitungsartikel und Essays bezieht, sondern zum Beispiel auch auf den Print von Reden und Vorträgen oder von Karikaturen.

⁸⁴⁸ Ausnahmen bilden bekannte Persönlichkeiten oder Pseudonyme der Redaktion.

⁸⁴⁹ España ante la guerra. La palabra de Vázquez Mella. In: *Unión*, Buenos Aires, 23.06.1915 – 26.06.1915, S. 7; Maximiliano Fuentes Codera: Los intelectuales germanófilos españoles en la «guerra civil de palabras» (1914 – 1919). In: Heidi Grünewald, Anna Montané Forasté, Thomas F. Schneider (Hrsg.): *Retornos/Rückkehr. La Primera Guerra Mundial en el contexto hispano-alemán/Der Erste Weltkrieg im deutsch-spanischen Kontext*. Osnabrück 2015, S. 61.

⁸⁵⁰ Discurso pronunciado por el Exmo. Sr. D. Juan Vazquez de Mella en el Teatro de la Zarzuela de Madrid, el 31 de mayo de 1915. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 17.08.1915, S. 1.

kommentiert und in Chile zusätzlich als Einzelpublikation in Heftform herausgegeben.⁸⁵¹

Den Texten und ihren Autoren wurde folglich eine besondere Bedeutung zugesprochen. Der direkte Verweis auf die Namen der Verfasser, die Herkunft der Beiträge und kurze, einleitende Einführungen zeigen, dass der Produktionsort und -kontext Spanien den Rezipienten nicht allein als Information mitgeliefert wurde, sondern größere Relevanz besaß. Es stellt sich daher die Frage, weshalb gerade diese Beiträge aus Sicht der Produzenten von deutschen Propagandablättern besonders geeignet schienen, die lateinamerikanischen Rezipienten in einem deutschfreundlichen Sinne zu beeinflussen? Um diese Frage beantworten zu können, müssen die spanischen Autoren, auf die sich die deutsche Propaganda in Lateinamerika vorrangig stützte, zunächst eingeordnet werden.

Vor dem Hintergrund des Ersten Weltkrieges als eines auch ideologischen Konfliktes, hatte in Spanien eine intensiv geführte intellektuelle Auseinandersetzung über die Interpretation von Nation und der spanischen Identität begonnen, die der Historiker Maximiliano Fuentes Codera als kulturelle Mobilisierung angesichts des Kriegsgeschehens bezeichnet hat.⁸⁵² Zu den Autoren, die sich an diesen Debatten beteiligten, gehörten auf konservativer Seite neben dem oben genannten Vázquez de Mella insbesondere Antonio Maura, Vicente Gay y Forner, José María Salaverría, Eloy Luis André, Juan Pujol, Edmundo González-Blanco oder Jacinto Benavente.⁸⁵³ Sie alle hatten sich nach

⁸⁵¹ Vgl. u. a. Los efectos de un discurso. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 13.08.1915, S. 3; Vázquez de Mella y la prensa alemana. In: *Ebenda*, 22.09.1915, S. 1; El gran tribuno. Discurso pronunciado en el Teatro de la Zarzuela de Madrid por el Exmo. Sr. D. Juan Vázquez de Mella. Santiago de Chile 1915. Die Ausgabe fand über Josef Ivens, den Herausgeber der Deutschen Presse in Santiago, als Schenkung ihren Weg in die Königliche Bibliothek nach Berlin. Auch der NDLSPP berichtete über Mellas Rede, vgl. El Sr. Vázquez de Mella y la guerra europea. Juicios de un prominente español. In: *Servicio de Informes para los países de idioma español y portgues*, Frankfurt a.M., 10.05.1915, o.S.

⁸⁵² Maximiliano Fuentes Codera: *España en la Primera Guerra Mundial. Una movilización cultural*. Madrid 2014, S. 11; Jeismann: *Propaganda*, S. 202.

⁸⁵³ Von Vicente Gay wurde in verschiedenen Zeitungen seine Hommage an seine Studentenzeit in Deutschland abgedruckt, vgl. u. a. Recuerdos de un estudiante español. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 04.06.1917, S. 2 und 3; vgl. u. a. auch Los prisioneros en Alemania. El cautivo español. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 16.01.1917, S. 4; El Mito Latino. In: *Unión*, Buenos Aires, 28.06.1917, S. 7. Reproduzierte Artikel von José María Salaverría waren u. a. El peligro yanqui. In: *Ebenda*, 08.05.1917, S. 2; Ecce Homo. In: *Unión*, Buenos Aires, 10.02.1915, S. 5; Por qué soy todavía germanófilo. In: *Ebenda*, 29.03.1917, S. 7, außerdem publiziert in *Tiempo Nuevo*, Santiago, 12.04.1917, S. 4. Von Juan Pujol vgl. u. a. „El espíritu del Ejército Alemán. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 19.06.1915, S. 2; Militarismo Inglés. In: *Ebenda*, 04.06.1915, S. 3. Von Edmundo González Blanco: *Firmas españolas. La superioridad moral de la escuadra alemana sobre la inglesa*. In: *Unión*, Buenos

dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges zu *germanófilos* erklärt, wobei sie mit der ultrakonservativen und traditionellen Gesellschaftsordnung des Kaiserreiches sympathisierten und das laizistische Staatssystem der Französischen Republik ablehnten.⁸⁵⁴ Eloy Luis André war einer der umtriebigen Verteidiger Deutschlands und hatte sich als nahezu dogmatischer *germanófilo* auf Vortragsreisen durch Spanien einen Namen gemacht.⁸⁵⁵ Benavente, Pujol und Gay ließen sich im Januar 1916 für die *Deutsche Warte*, eine deutsch-spanische Handelszeitung aus Barcelona mit eindeutigen Propagandaabsichten, als Autoren anheuern.⁸⁵⁶ Vicente Gay und Eloy Luis André hatten zudem beide in Deutschland studiert, sie beherrschten die Sprache und fühlten sich der deutschen akademischen Welt eng verbunden.⁸⁵⁷ Darüber hinaus waren alle genannten Autoren Exponenten oder Nachfolger der *Generación de '98*, sie vertraten die Ideen des *Hispanismo* in seiner konservativ-katholischen Auslegung und beanspruchten eine starke Führungsrolle Spaniens in Lateinamerika.⁸⁵⁸ Der Einfluss deutscher Wissenschaftler und Philosophen sowie von deutschen katholischen Theologen auf ihr Denken war bedeutsam.⁸⁵⁹ An diese Autoren mochte Paul Gast gedacht haben, als er in seiner Denkschrift einen „Anschluss an Deutschland“ unter spanischen Intellektuellen behauptet hatte.

Die Beiträge dieser konservativen Intellektuellen fanden über kurz oder lang auch ihren Weg in die Spalten der deutschen Propagandapresse in Lateinamerika. Neben Zeitungsartikeln oder Reden wurden auch die berühmten *ABC*-Karikaturen von Pedro Antonio Villahermosa y Borao, besser bekannt unter dem Namen

Aires, 09.12.1914, S. 3f.; La anglofilia de Jovellanos. In: Ebenda, 05.07.1917. Zu Benavente vgl. u. a. Jacinto Benavente ¿Por qué es germanófilo?. In: *Germania*, Buenos Aires, 16.10.1915, o.S.; Un español por Alemania. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 21.09.1915, S. 2. Vgl. auch Hablando con el poeta español Ricardo León. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 25.02.1917, S. 5.

⁸⁵⁴ Maximiliano Fuentes Codera weist in seinen Beiträgen darauf hin, dass es zwar starke ideologische Übereinstimmungen zwischen den genannten spanischen Intellektuellen gab, sie insgesamt aber eine heterogene Gruppe darstellten, vgl. Fuentes Codera: España, S. 101; ders.: Germanófilos y neutralistas: proyectos tradicionalistas y regeneracionistas para España (1914 – 1918). In: Ayer Bd. 91, H. 3 (2013), S. 63-92, vgl. insbes. S. 75-88.

⁸⁵⁵ Fuentes Codera: España, S. 108.

⁸⁵⁶ Hofer: Deutschtum in Spanien, S. 58.

⁸⁵⁷ Fuentes Codera: España, S. 107f.; vgl. außerdem Gay: Recuerdos de un estudiante español. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 04.06.1917, S. 2, 3.

⁸⁵⁸ Pike: Hispanismo, S. 134ff.; Sepúlveda: La *familia* hispanoamericana, S. 16; Fuentes Codera: España en la Primera Guerra Mundial, S. 102-111.

⁸⁵⁹ Vgl. u. a. Jesús Conill Sancho: De la razón pura a la razón vital orteguiana a través de Nietzsche. In: *Revista de Hispanismo Filosófico*, H. 21 (2016), S. 71-93; Campomar: Ortega y Gasset, S. 491ff.

Sileno, regelmäßig in *La Unión* aus Buenos Aires abgedruckt.⁸⁶⁰ In den akademischen Kreisen Lateinamerikas waren Autoren wie Vázquez de Mella, Salaverría, Benavente oder Juan Pujol keine Unbekannten, sondern sie genossen gerade in konservativen Zirkeln ein gewisses Prestige.⁸⁶¹ Dies ließ sie in den Augen der Deutschen zu idealen Vermittlern und Multiplikatoren der deutschen Propagandaziele in Spanien wie auch in Lateinamerika werden.

Implizit bedeutete die Zuschreibung einer Multiplikatorenrolle aber auch eine Affirmation der kollektiven Gemeinschaft der *raza hispana*. Dass den spanischen Publizisten im lateinamerikanischen Kontext eine größere Autorität zugesprochen wurde als zum Beispiel schwedischen oder holländischen Autoren, kann darauf zurückgeführt werden, dass sie als Teil der hispanischen Gemeinschaft für diese und damit auch für Hispanoamerika sprechen sollten. Roland Barthes spricht hierbei unter Bezugnahme auf Aristoteles' Rhetoriklehre vom *éthos* (altgriech. Sitte, Charakter, Brauch) des Redners.⁸⁶² *Éthos* bezieht sich auf dessen individuelle Eigenschaften, wie zum Beispiel Herkunft oder Beruf, die je nach Perzeption des Publikums seine Glaubwürdigkeit erhöhen können. Nicht allein die rationale Beweiskraft seiner Argumente zählt, sondern die gesellschaftliche Anerkennung oder das Prestige, das er als Sprecher genießt.⁸⁶³ Unter der der Argumentation zugrunde liegenden Prämisse, dass eine kollektive Gemeinschaft der *hispanidad* existiert, konnten die germanophilen spanischen Autoren insofern eine größere Überzeugungskraft entfalten, da sich der anvisierte Empfängerkreis durch die vermeintlich gemeinsame Identität potentiell eher mit den Inhalten ihrer Botschaften identifizieren konnte. Dies wiederum lässt Rückschlüsse darüber zu, wie die Produzenten der deutschen Propaganda in Argentinien, Chile und Mexiko ihre Rezipienten imaginierten, und zwar als ein tendenziell konservatives, traditionalistisches und weißes Publikum, das nach wie vor auf der Suche nach Orientierung zur alten europäischen Kolonialmacht Spanien aufschaute.

⁸⁶⁰ Vgl. u. a. Karikatur *El eterno Tío Sam* von Sileno in *La Unión*, Buenos Aires, 28.05.1917, S. 3; http://www.abc.es/cultura/arte/abci-cronica-ilustrada-sileno-guerra-mundial-museo-abc-201606291158_noticia.html (zuletzt abgerufen am 19.05.2017).

⁸⁶¹ José María Salaverría verfasste z. B. neben Theodore Roosevelt, Max Nordau und Enrique Ferri eine Art Grußwort für das Museo Social Argentino, vgl. o.A.: Museo Social Argentino. Instituto de Información, Estudios y Acción Sociales. Buenos Aires 1915; Fuentes Codera: Germanófilos y neutralistas, S. 75-88; zur Rezeption dieser Publizisten in den 1920er in Argentinien vgl. außerdem Campomar: Ortega y Gasset, S. 143ff.

⁸⁶² Barthes: Das semiologische Abenteuer, S. 55. Das Anrufen von Autoritäten ist auch ein Topos (argumentum ad verecundiam), vgl. Martin Wengeler: Topos und Diskurs. Tübingen 2003, S. 182.

⁸⁶³ Ueding: Klassische Rhetorik, S. 35.

In diesem Sinne wurden Autoren wie Benavente, Vázquez de Mella und Pío Baroja, wie das nachfolgende Beispiel aus der *Unión* veranschaulicht, zu Vertretern des „wahren“ und „authentischen“ (hi)spanischen Geistes verklärt:

„Los españoles que piensan, observan, analizan y sintetizan; los españoles que hacen grata la vida, impulsando al arte hacia las cumbres y arrastrando hacia éstas a la humanidad; los españoles que se saben depositarios de una tradición de grandeza, hidalguía y generosidad, van a decir en el idioma más viril de todos, en el idioma creado para la verdad austera, terminante y rotunda, lo que piensa y siente la verdadera España, la España que nada teme, que ante nada cede, ni se doblega, ni se rinde...ni menos se vende!“⁸⁶⁴

Dieses Zitat bezog sich hauptsächlich auf die Haltung der Autoren hinsichtlich der spanischen Neutralität, die um jeden Preis gegen Druck von außen verteidigt werden sollte. Um das Thema der Neutralität Spaniens war auch die Rede von Vázquez de Mella im *Teatro de la Zarzuela* gekreist. Insgesamt blieb dieses Thema während der Kriegsjahre ein in der deutschen Propaganda in Lateinamerika äußerst präsent. Dabei erschöpfte sich die Argumentation für eine neutrale Haltung Spaniens nicht in rein politischen Überlegungen, sondern wurde zu einem existentiellen kultur- und identitätspolitischen Kampfplatz, der auch Hispanoamerika miteinschloss. Im folgenden Zitat richtete sich Vázquez de Mella direkt an die hispanoamerikanischen Staaten:

„Entonces nos podremos erguir en este extremo de Europa y dirigimos a los pueblos americanos, y decirle: "Vosotros nos debéis vuestra civilización, os hemos dado todo lo que teníamos, [...]; hemos levantado esas razas o injertado en ellas la sangre española, y esos Estados americanos, que hablan nuestra lengua formados están con nuestra carne y son obra de nuestra civilización; [...]. Formemos ahora los «Estados Unidos» españoles de América del Sur, para contrapesar los Estados Unidos sajones del Norte. (*Grandes aplausos*) Y si me decís que es soñar, que es sueño ideológico buscar la realización de esos ideales, os diré que ese sueño lo están realizando todas las naciones de la tierra. El pangermanismo significa ese dominio de las razas sobre el territorio que habitan sus naturales; [...].“⁸⁶⁵

Vázquez de Mella sprach in der Hauptsache also über die spanische Neutralität in diesem „guerra [...] más universal de todas las guerras“⁸⁶⁶, er verband diesen Anspruch aber mit der Forderung nach pan-hispanischer Einheit und der Formation von vereinten spanischen Staaten Lateinamerikas nach US-amerikanischem Vorbild, um wiederum ein Gegengewicht zu den

⁸⁶⁴ El alto pensamiento español y la contienda europea. In: *Unión*, Buenos Aires, 03.01.1916, S. 3.

⁸⁶⁵ Del discurso de Vázquez de Mella. In: *Unión*, Buenos Aires, 26.06.1915, S. 7.

⁸⁶⁶ Ebenda.

„angelsächsischen“ USA bilden zu können. Dass Spanien dabei eine Führungsrolle der alten Macht der Metropole entsprechend einnehmen sollte, schien nur folgerichtig. Welche Signifikanz und vor allem Funktion hat diese Aussage aber konkret im Kontext der deutschen Propaganda in Lateinamerika? Bedeutsam ist Vázquez de Mellas Deutung des Krieges als „guerra [...] universal“, in welchem alle Nationen, unabhängig davon, ob sie tatsächlich in den Krieg eingetreten und an Kampfhandlungen beteiligt waren, um ihre volle Entfaltung ringen würden. Für Vázquez de Mella bedeutete dies in einem ethno-kulturellen Sinne die Notwendigkeit einer Transzendenz der spanischen Nation durch die auch politische Manifestation der *raza hispana*. Das „Eigene“, also die *hispanidad*, wurde in diesem Fall nur durch einen „Anderen“ gefährdet, und zwar durch die *raza anglosajona*. Der Feind der *raza hispana* im „guerra [...] universal“ war demnach nicht das Deutsche Reich, sondern nach Vázquez de Mella die USA, wobei er im Verlauf seiner Rede auch Großbritannien mit einbezog. Das manichäische Weltbild der Kriegspropaganda von Freund und Feind wurde in seiner Rede zu einer Dichotomie zwischen *raza hispana* und *raza anglosajona*. Aktive Neutralität war innerhalb dieser Logik das Mittel zur Wahl, um weder den Gegner zu stärken noch die eigene Position zu schwächen. Hispanoamerika musste sich demnach ebenso wie Spanien zur Neutralität bekennen, wenn es seine hispanische Identität nicht verraten wollte. Den deutschen Interessen war damit mehr als Genüge getan.

Die imaginierte hispanische Kollektividentität beruhte nicht nur auf Sprache, ethnischer Herkunft und gemeinsamer Kultur, sondern auch auf der geteilten historischen Erfahrung und Erinnerung. Und auch diese wurde von den spanischen Autoren vor allem als Reibungsfläche mit den „Angelsachsen“ verstanden. Die aus Spanien stammende Journalistin und Reiseautorin Eva Canel war eine der wenigen weiblichen Stimmen, die sich in der lateinamerikanischen Presse zum Kriegsgeschehen äußerten. Obschon sie in Havanna lebte, blieb sie Zeit ihres Lebens eine überzeugte spanische Nationalistin.⁸⁶⁷ Nach ihren Sympathien für die europäischen Kombattanten gefragt, antwortete sie in einem Interview:

„[...] Como española genuina, histórica, tradicional, no simpatizo ni con Inglaterra, ni con Francia, ni con la misma Bélgica, que durante siglos ha mantenido viva y ardiente la antorcha de la calumnia levantada contra nuestro Duque de Alba y su ejército, alimentando el odio contra España, generación tras generación. [...] Todo el continente americano está lleno de recuerdo

⁸⁶⁷ Jennifer Jenkins Wood: *Spanish Women Travelers at Home and Abroad, 1850-1920. From Tierra del Fuego to the Land of the Midnight Sun*. Lewisburg, Lanham 2014, S. 207f.

de los ataques de Inglaterra a las posesiones españolas, Montevideo, Buenos Aires, Panamá, Habana, Cartagena etcétera... [...] España debe permanecer neutral [...].“⁸⁶⁸

Canel inszenierte sich hier als authentische und aufrechte Stimme Spaniens und vor allem als ein geschichtsbewusstes Subjekt, das ausgehend von Ereignissen der Vergangenheit eine Kontinuitätslinie zu den Ereignissen der Gegenwart zog. Somit ist die historische Erinnerung in Bezug auf die fast traditionell zu nennende Feindschaft zwischen Spanien und England auch eine Erinnerung Hispanoamerikas, da Canel nicht zwischen Spanien und den alten Kolonien differenziert. Es handelt sich in Canel's Konzeption daher weniger um eine geteilte Erinnerung, als vielmehr um ein gemeinsames kollektives Gedächtnis eines als Einheit imaginierten Kolonialraumes. Dieser Raum sei seit Jahrhunderten Feindseligkeiten von vor allem britischer Seite ausgesetzt, weshalb die Haltung Spaniens und auch Hispanoamerikas nur eine neutrale sein könne. Ihre Neutralität ist daher, wie bei Vázquez Mella auch, nicht neutral im Sinne von indifferent, sondern meint eine bewusste und aktiv neutrale Position als Zeichen der Ablehnung und des Misstrauens gegenüber der Entente.

Die außenpolitischen Interessen Spaniens in Lateinamerika wurden im Prozess des Wiederabdrucks in der pro-deutschen Presse nicht zensiert oder dem neuen Zielpublikum entsprechend nuanciert. Ganz im Gegenteil boten die Propagandazeitungen in Buenos Aires oder Santiago diesen Stimmen ein Forum und folgten somit mittelbar Gasts Diktum, dass eine Vergrößerung der Einflussnahme Spaniens auf dem Kontinent ganz im Sinne Deutschlands sei. Die Diskurse des *Hispanismo* und der spanischen Kulturpolitik für Lateinamerika konnten somit von der deutschen Kriegspropaganda angeeignet und für die eigenen Interessen fruchtbar gemacht werden. Grundlegend war dabei das gemeinsame „angelsächsische“ Feindbild, das sowohl gegen Großbritannien als auch ab 1917 gegen die USA in Stellung gebracht werden konnte. So schoss José María Salaverría⁸⁶⁹ in einem ursprünglich im *ABC* erschienenen Beitrag wie folgt gegen die USA:

„¿Por qué no se dan más cuenta los intelectuales españoles de que la mitad del porvenir de España está en América, y de que a todos nos conviene que el habla castellano no pierda allí ni una ciudad, ni un kilómetro cuadrado de territorio ni de influencia moral sobre un solo

⁸⁶⁸ Opinión de Eva Canel sobre la guerra europea. In: *El Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 15.02.1915, S. 2.

⁸⁶⁹ Ausgerechnet ein Artikel Salaverrías im *Demócrata* war es denn auch, den der deutsche Botschafter Eckardt als interessant genug befand, ihn für das Auswärtige Amt übersetzen zu lassen, um den Erfolg der deutschen Propaganda in Mexiko zu illustrieren, vgl. PA AA, R 122 690, Bericht Eckart an AA, Mexiko D.F., 15.01.1916.

habitante? Y es lo cierto que en América se ventila positivamente, el problema del dominio futuro; se trata de contener la expansión anglosajona, que avanza hacia el Sur con su dinero, con su política, con sus costumbres y su lenguaje, amenazando a la civilización de origen hispano.“⁸⁷⁰

Im gesamten Zitat bedient sich Salaverría einer Semantik des Krieges. Der Einfluss Spaniens in Lateinamerika müsse wie eine Frontlinie gehalten und das existenzbedrohende Voranschreiten der USA gestoppt werden. Auf dem Spiel stünde nicht weniger als der Verlust der kulturellen Identität.⁸⁷¹ Der kulturelle Konflikt zwischen *raza hispana* und *raza anglosajona* sei ebenso existenziell wie jener, den die Großmächte seit August 1914 mit den Waffen gegeneinander austrugen. Er erforderte daher auch eine deutliche Positionierung für oder gegen die Gemeinschaft der *hispanidad*. Eine Unterstützung der Alliierten musste in dieser Argumentationslogik einen Verrat am „eigenen“ hispanischen Erbe bedeuten.

Salaverría schrieb, wie alle der genannten Publizisten, in erster Linie für eine spanische Leserschaft und aus dem Impetus heraus, Spanien wieder zu einer europäischen Großmacht werden zu lassen. Die den Texten der spanischen Autoren zugrunde liegenden Thesen zur hispanischen Identität, ihr dichotomer Entwurf vom „Eigenen“ und vom „Anderen“, das zu einem anti-angelsächsischen Feindbild zugespitzt werden konnte, sowie ihre Universalisierung der binären Kriegslogik und ihre Übertragung derselben auf einen kulturellen Konflikt zwischen dem symbolischen Raum der *hispanidad* einerseits und den Angelsachsen andererseits, ließen sich aber ebenso auf den lateinamerikanischen Kontext übertragen. Die auswärtige Propaganda Deutschlands wurde so auch zu einem Transfermedium für den spanienzentrierten *Hispanismo* in Lateinamerika. Eine kulturelle Translation der Texte im Sinne einer Anpassung an die neuen Kontexte, seien diese nun allein geographisch gedacht Lateinamerika, Mexiko

⁸⁷⁰ El peligro yanqui. In: *El Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 08.05.1917, S. 2. Der übersetzte Artikel über die „deutsche Folgsamkeit“ schaffte es dann sogar in Ludwig Aschs Weltkorrespondenz, vgl. Ebenda, Ludwig Asch, Welt-Korrespondenz, Berlin, o.J.

⁸⁷¹ Vgl. u. a. auch La desespañolización de América por los Estados Unidos. Carta de Chile (de Javier Fernández Pesquero, director del diario *Chile Austral*, Chile, mayo 1917). In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 25.07.1917, S. 4. Javier Fernández Pesquero, der hier als „director del diario Chile Austral“ genannt wird, war ein spanischer Journalist, der zwischen 1903 und 1947 in Chile lebte. Er vertrat konservative und hispanistische Ideen; vgl. hierzu Juan Luis Carrellán Ruiz: La visión panhispanista de Javier Fernández Pesquero sobre las relaciones hispano-chilenas de principios del siglo XX. In: *Estudios Internacionales*, H. 184 (2016), S. 103-126. Seine Artikel finden sich z. B. auch in der *Gaceta Militar*, vgl. u. a. España irridenta. In: *La Gaceta Militar*, Santiago, 10.02.1915, S. 3; España después de la guerra. In: Ebenda, 27.05.1915, S. 4.

oder Buenos Aires, wurde nicht vorgenommen und damit jedwede Form kultureller Differenz zwischen der alten *madre patria* und den ehemaligen Kolonien implizit negiert.⁸⁷² Einleitungen zu den Artikeln verwiesen maximal auf die Bedeutung des Autors als einer einflussreichen Stimme des modernen Spaniens.

Sein persuasives Potential konnte dieser Diskurs allerdings nur entfalten, wenn sich auch die lateinamerikanischen Rezipienten als Teil der transnationalen hispanischen Gemeinschaft imaginierten. Nur dann würde die Leserschaft Vázquez de Mella, Pujol oder Salaverría als Autoritäten anerkennen, deren Argumenten größere Glaubwürdigkeit geschenkt werden konnte als Autoren aus Deutschland oder anderen neutralen Staaten. Dass die Macher der deutschen Zeitungen für Lateinamerika von einem potentiell an diesen Inhalten interessierten Publikum ausging, hatte nicht nur mit dem Postulat der *raza hispana* zu tun, sondern auch mit der lokalen Auseinandersetzung mit dem *Hispanismo*, die insbesondere in Argentinien die zeitgenössische Publizistik und intellektuelle Debatte prägte. Diese lokalen Diskursaussagen griff die deutsche Presse ebenfalls auf und integrierte sie in ihre Argumentationslogik, wie im Folgenden untersucht wird.

2.1.3 „NUESTROS INTERESES SON LOS DE ESPAÑA“: LOKALE DEUTUNGEN DES *HISPANISMO* IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN LATEINAMERIKA

Über die lateinamerikanischen Diskursbezüge zu Spanien seit 1898 im Allgemeinen und zum *Hispanismo* im Besonderen existiert eine breite Forschungsliteratur, die die kulturellen wie auch die wirtschaftspolitischen Ausprägungen detailliert in den Fokus genommen hat.⁸⁷³ Eine genaue Darstellung der spanisch-lateinamerikanischen Beziehungen seit 1898 und der Rezeption des *Hispanismo* in Lateinamerika soll hier deshalb nicht bemüht werden, es ist aber für ein besseres Verständnis für die Rolle dieses Diskurses in der pro-deutschen Propaganda wichtig, einen kurzen Blick auf seine wichtigsten Merkmale zu

⁸⁷² Bachmann-Medick: Cultural Turns, S. 241.

⁸⁷³ Vgl. u. a. Pike: *Hispanismo*; Campomar: Ortega y Gasset; Francisco Fernández Beltrán, Lucía Casajús (Hrsg.): *España y América en el Bicentenario de las Independencias*. Castelló de la Plana 2012; Nilda María Flawiá de Fernández, Silvia Patricia Israilev (Hrsg.): *Hispanismo. Discursos culturales, Identidad y Memoria*. San Miguel de Tucumán 2004; Mabel Moraña (Hrsg.): *Ideologies of Hispanism*. Nashville 2005.

werfen. Aus Gründen der Darstellbarkeit kann im Folgenden nur ein grober Überblick gegeben werden, es muss aber betont werden, dass die Bedeutung Spaniens in jedem lateinamerikanischen Land und auch in jeder Region anders gewichtet werden muss.

Das für Spanien unrühmliche Ende des Spanisch-Amerikanischen Krieges veränderte auch in Lateinamerika die Wahrnehmung der alten Kolonialmacht.⁸⁷⁴ Spanien wurde nicht mehr als Gefahr für die nationale Souveränität wahrgenommen und die Kolonialzeit erschien angesichts der sozialen Umbrüche vor allem den rechtskonservativen Kreisen im *Cono Sur* als nunmehr glorreiche Vergangenheit, die ein stabiles gesellschaftliches Ordnungsmodell hervorgebracht hatte, das in den Republiken seit der Jahrhundertwende durch Migrationsprozesse, die steigende Mobilisierung der Arbeiterschaft und den demographischen Wandel zunehmend erschüttert wurde.⁸⁷⁵ In Argentinien war es unter anderem der rechtskonservative Intellektuelle Manuel Gálvez, der im spanischen Erbe den Wesenskern der hispanoamerikanischen wie auch der argentinischen nationalen Identität zu entdecken meinte:

„Hay que evitar toda la influencia que nos descaracterice y es sabido hasta qué punto han sido funestas, en tal sentido, la influencia de Francia y la de Italia. No hablemos de los demás. Sólo la española puede no sernos perjudicial, pues ésta, lejos de descaracterizarnos, nos ayuda a afirmar nuestra índole americana y argentina.“⁸⁷⁶

Die Idealisierung Spaniens, der spanischen Kolonialzeit und ihrer Traditionen war ebenso wie in Spanien eine Reaktion der konservativen Kräfte auf tiefgreifende politische und soziale Transformationen. Es handelte sich um eine Abwehrreaktion auf die Konsequenzen einer sich beschleunigenden Globalisierung, welche eine Moderne hervorbrachte, die von Teilen der Gesellschaft zunehmend als negativ oder bedrohlich empfunden wurden.⁸⁷⁷ Auch für Gálvez war es die Rückbesinnung auf die Identität der *hispanidad*, die sowohl Hispanoamerika als auch die argentinische Nation festigen und über eine geistige Erneuerungsbewegung zu neuer Stärke führen sollte. Französische und italienische Einflüsse wies er als Zeichen der nationalen Dekadenz genauso zurück wie das US-amerikanische Modell, in dem er ganz im Geiste Rodós einen seelenlosen Materialismus zu erkennen glaubte.⁸⁷⁸ Allerdings ging es Gálvez

⁸⁷⁴ Pike: Hispanismo, S. 4.

⁸⁷⁵ Ebenda; Compagnon: América Latina, S. 322.

⁸⁷⁶ Manuel Gálvez: El Solar de la Raza. Buenos Aires 1913, S. 18.

⁸⁷⁷ Sandra McGee Deutsch: Las Derechas. The Extreme Right in Argentina, Brazil and Chile, 1890 – 1939. Stanford 1999, S. 4, 11.

⁸⁷⁸ Gálvez: Solar de la Raza, S. 64.

nicht darum, den politischen oder wirtschaftlichen Einfluss Spaniens in Hispanoamerika zu erneuern, sondern um eine spirituelle Rückbesinnung auf das Wesen der *raza hispana*. Spanien blieb zwar ein kulturelles Ideal, aber eines, welches nur den Ausgangspunkt für die glorreiche Zukunft der argentinischen Nation bilden sollte. In diesem Punkt unterschieden sich die Konzeptionen des *Hispanismo* in Spanien und Lateinamerika grundlegend. Für Gálvez und andere konservative Autoren wie Ricardo Rojas blieb die Nation auch vor dem Hintergrund des transnational gedachten *Hispanismo* das wichtigste Projekt.⁸⁷⁹

Während des Ersten Weltkrieges verstärkte sich die Hinwendung zum *Hispanismo* und Spanien wurde von Teilen der argentinischen wie auch der chilenischen Öffentlichkeit eine neue Bedeutung für die Bestimmung des „Eigenen“ zugeschrieben.⁸⁸⁰ Manuel Gálvez positionierte sich im Gegensatz zu anderen argentinischen Intellektuellen wie Alfredo Colmo oder Belisario Roldán allerdings nicht auf Seiten der *germanófilos*.⁸⁸¹ Zentrale Elemente seiner Konfiguration im Zusammenspiel von transnational-hispanischer und national-argentinischer Identität lassen sich aber auch in den Texten der lokal produzierten deutschen Propaganda wiederfinden.⁸⁸² Diese Elemente waren neben der positiven Bezugnahme auf Spanien als Modell, die Abgrenzung zu Großbritannien und den USA, die Ablehnung von Kosmopolitismus sowie die Exklusion französischer und italienischer Kultur aus der hispanischen, beziehungsweise nationalen Identität.⁸⁸³

Die Idealisierung Spaniens erfuhr in diesem Aneignungsprozess allerdings eine Transformation, indem die politische Neutralität des Landes in der deutschen Propaganda als Praxis und Ausdruck der hispanischen Identität gedeutet wurde. Ein kulturell starkes und in sich ruhendes Spanien manifestierte sich somit nach außen sichtbar in der neutralen Haltung zum Krieg und andersherum. In der Sonderausgabe *España* der Zeitschrift *Germania* aus Buenos Aires zum

⁸⁷⁹ McGee Deutsch: *Las Derechas*, S. 31.

⁸⁸⁰ Tato: *Neutralismos transatlánticos*“, S. 42; Stefan Rinke: *Begegnungen mit dem Yankee. Nordamerikanisierung und sozio-kultureller Wandel in Chile (1898-1990)*. Köln [u. a.] 2004, S. 40.

⁸⁸¹ Tato: *Nacionalismo e internacionalismo en la Argentina durante la Gran Guerra*. In: *Projeto História*, H. 36 (2008), S. 52.

⁸⁸² Tato: *Neutralismos transatlánticos*, S. 46.

⁸⁸³ Vgl. u. a. *El Brazo Español*. In: *Unión*, Buenos Aires, 10.09.1915, S. 5; *La política panhispanista*. In: *Ebenda*, 04.07.1917, S. 5; *De la „Cultura“ francesa ¿El español es un paria?*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 15.02.1918, S. 3; *Ni franceses ni chilenos son latinos*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 17.08.1915, S. 3; *América española; no latina*. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 14.10.1918, S. 3.

Gedenken an den 2. Mai 1916, dem Tag des Aufstands gegen die napoleonischen Truppen im Jahre 1808, verfasste Julio del Romero Leyva eine Hommage an Spanien.⁸⁸⁴ Romero war als Autor kitschiger Groschenromane für die Reihe *La novela semanal* bekannt geworden⁸⁸⁵ und übersetzte unter anderem für den Propagandaverlag *Unión de librerías alemanas* Nahum Goldmanns *Der Geist des Militarismus* aus dem Deutschen ins Spanische.⁸⁸⁶ Seine Erfahrungen als Verfasser von Romanen zweifelhafter literarischer Güte schienen dem Pathos seiner Huldigung allerdings entgegenzukommen:

„En verdad, es digno, justo y equitativo un ¡salve, oh, España! con que, quienes no nacieron en hispano suelo, la saludan en la conmemoración de su dos de Mayo, coreando con ese grito de admirativo entusiasmo el canto que los sanos de espíritu y limpios de corazón, entonan bajo las almenas que rodean el gran solar, en donde parece que se han refugiado los sentimientos y las ideas que desde hace veinte meses barrieron de otros solares los vientos de la insidia, de la deslealtad, de la barbarie.“⁸⁸⁷

Das neutrale Spanien wird hier als Ruhepol und Fluchtpunkt in den Wirren des Krieges beschrieben und auch die nachfolgenden Zeilen des Artikels machen deutlich, dass die vordergründige Hommage an Spanien vor allem als eine Hommage an die Neutralität gelesen werden sollte, von der sich das Land auch auf den Druck der Entente hin nicht habe abbringen lassen. Die deutsche Propaganda in Lateinamerika feierte die spanische Neutralität denn auch als „modernísima política internacional“⁸⁸⁸, „muy clara orientación de ideas“⁸⁸⁹ oder „gran victoria“.⁸⁹⁰ Neutralität und eine positive Repräsentation Spaniens wurden entsprechend der diskursiven Matrix des *Hispanismo* semantisch miteinander verknüpft, so dass sich die Behauptung von Spaniens Größe auch immer aus der Neutralität des Landes ableiten ließ und *vice versa*. Diesem Beispiel sollten die lateinamerikanischen Länder politisch folgen und so auch gleichzeitig ihr hispanisches Erbe betonen und ihre kulturelle Würde nach außen tragen.

Die Verknüpfung von Neutralität mit der Affirmation des spanischen Erbes blieb nicht nur ein diskursives Konstrukt der deutschen Propaganda, sondern

⁸⁸⁴ Sonderausgabe »Germania a la noble España«, *Germania*, Buenos Aires, 02.05.1916; „Homenaje a España. In: Ebenda.

⁸⁸⁵ Vgl. u. a. Julio del Romero Leyva: *La Histórica*, Buenos Aires 1918.

⁸⁸⁶ Vgl. Nahum Goldmann: *Espíritu del militarismo*. Traducido al Castellano por Don Julio del Romero Leyva. Buenos Aires 1918.

⁸⁸⁷ Homenaje a España. In: *Germania*, Buenos Aires, 02.05.1916.

⁸⁸⁸ La fiesta de la raza. In: *Unión*, Buenos Aires, 11.10.1915, S. 5.

⁸⁸⁹ La neutralidad española. In: *Unión*, Buenos Aires, 27.04.1917, S. 3.

⁸⁹⁰ Opiniones de la actualidad: La neutralidad de México. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 18.02.1918, S. 3.

wurde auch als performative Praxis auf die Straßen der argentinischen Hauptstadt getragen. Am 12. Oktober 1917 fand in Buenos Aires eine Großdemonstration statt, bei der für die Beibehaltung der Neutralität Argentiniens protestiert wurde. Die *Liga Patriótica pro Neutralidad* hatte gemeinsam mit der Redaktion der *Unión* zu der Kundgebung aufgerufen. Trotz Regenwetters fanden sich einige Tausend *neutralistas* am Plaza del Congreso ein.⁸⁹¹ Obwohl sich die Redner auf der Demonstration größtenteils nur zu der aktuellen Situation Argentiniens äußerten, kommentierte die *Gaceta de España* aus Buenos Aires die Veranstaltung folgendermaßen:

„La madre patria, con quien nos unen lazos fraternales, recibió en el día de la Raza los votos entusiastas de todos los argentinos que la acompañan en su política de neutralidad.“⁸⁹²

Das Datum der Veranstaltung war also nicht zufällig gewählt worden. Erst am 4. Oktober hatte Präsident Yrigoyen den *Día de la Raza* per Dekret zum offiziellen Feiertag erklären lassen.⁸⁹³ Spanien, das seine Neutralität auch nach dem Kriegseintritt der USA und der sich innen- wie außenpolitisch zuspitzenden Lage durch den uneingeschränkten U-Bootkrieg weiterhin aufrechterhielt, war in der argentinischen Debatte um die eigene Positionierung zum Kriegsgeschehen kein zu vernachlässigender Faktor, eher das Gegenteil war der Fall. Die Deutschen und ihre germanophilen Helfer konnten die Aneignung der spanisch-hispanoamerikanischen Feierlichkeiten für die Ziele der *neutralistas* als öffentlichkeitswirksamen Erfolg für sich verbuchen. Die spanische Gemeinde aus Buenos Aires, die an der Massenkundgebung teilnahm, zählte sich größtenteils auch zu den *neutralistas*.⁸⁹⁴ Allerdings waren nicht alle der Demonstranten und Unterstützer der argentinischen Neutralitätspolitik überzeugte *germanófilos*. Die Gruppe war vielmehr äußerst heterogen und schloss zum Beispiel auch Pazifisten ein, die nicht mit Deutschland sympathisierten.⁸⁹⁵ Den *Día de la Raza* zum Anlass für eine Demonstration zur Aufrechterhaltung der Neutralität zu nehmen, war daher auch unverfänglicher als offensiv vorgetragene pro-deutsche Positionen und lud größere Bevölkerungsteile zu einer Identifikation mit den Zielen der

⁸⁹¹ Por la neutralidad argentina. In: *Unión*, Buenos Aires, 13.10.1917, S. 5.

⁸⁹² Juan A. Brugnara: La Fiesta de la Raza. Terrorismo inglés. In: ders. (Hrsg.): *El mundo contra Alemania*, S. 27. Der Artikel erschien zuerst in *La Gaceta de España*, Buenos Aires, 20.10.1917.

⁸⁹³ Tato: *Nacionalismo e internacionalismo*, S. 59.

⁸⁹⁴ María Inés Tato: *Viento de Fronda. Liberalismo, conservadurismo y democracia en la Argentina, 1911 – 1932*. Buenos Aires 2004, S. 85. Vgl. u. a. folgende Publikation der Zeitschrift *España. Revista Hispano-Germanófila*, Buenos Aires von Francisco de P. Oller: *Francia y Alemania. Refutación a una Conferencia*. Buenos Aires 1918.

⁸⁹⁵ Tato: *La disputa por la argentinidad*, S. 249.

Kundgebung ein. Der Feiertag zu Ehren der historischen und gegenwärtigen Beziehungen zwischen Spanien und Lateinamerika beschwor eine gemeinsame Vergangenheit und Zukunft im Geiste der *raza hispana*, eine Einheit, welche die germanophilen *neutralistas* und die deutschen Veranstalter der Demonstration auch auf der politischen Bühne realisiert sehen wollten.

Das galt nicht nur für Argentinien, wenngleich die öffentliche Auseinandersetzung mit dem *Hispanismo* dort sehr viel ausgeprägter war als zum Beispiel in Chile oder Mexiko. Neben den intellektuellen Debatten⁸⁹⁶ hatte dies auch politische Gründe, da der argentinische Präsident Yrigoyen in seiner Außenpolitik ebenfalls eine tendenziell hispanistische Linie und Annäherung an Spanien verfolgte.⁸⁹⁷ In der deutschen Propaganda war eine Differenzierung des Themas je nach lokalem Kontext allerdings weniger relevant, so dass sich ganz ähnliche Bearbeitungen und Argumentationsschemata gleichermaßen in Argentinien, Chile und Mexiko finden lassen, wie das folgende Beispiel aus dem *Boletín de la Guerra* aus Mexiko zeigt:

„Tarde o temprano habrán de realizarse los hermosos ideales que deban enaltecer los principios de la raza, para ello contamos antes que nada con la unificación del pensamiento, sólo nos falta, pues, unimos políticamente para desarrollar plenamente nuestro común esfuerzo en pro de los intereses de estos inmensos estados que constituyen nuestra América española. [...] He aquí el más perfecto ideal que mi modesto intelecto me anuncia: Alemania y España, la primera nuestra amiga sincera, la segunda nuestra madre inolvidable.“⁸⁹⁸

Wenn in diesen Propagandatexten von einer Annäherung oder Vereinigung zwischen Spanien und Hispanoamerika die Rede war, so meinte dies implizit oder explizit auch immer ein aufeinander abgestimmtes politisches Handeln, das heißt, Neutralität. Frederik Pike hat in seiner Monographie gezeigt, dass die neutrale Haltung Argentinien, Chiles und Mexikos in den Kriegsjahren zwischen 1914 und 1918 reziprok auch von Seiten spanischer Intellektueller als eine verbindende Gemeinsamkeit gedeutet wurde, so dass die deutsche Propaganda in

⁸⁹⁶ Die Verkaufszahlen von Büchern spanischer, französischer und deutscher Herkunft in Argentinien und Chile in den Jahren 1910 bis 1916 zeigen für Argentinien eine klare Dominanz spanischer Titel noch vor französischen Werken. In Chile waren hingegen deutsche Bücher stärker vertreten und machten im Vergleich zu Büchern aus Frankreich doppelt so viel der Verkaufszahlen aus, vgl. Aillón Soria: *La política cultural de Francia*, S. 93.

⁸⁹⁷ Tato: *Neutralismos transatlánticos*, S. 45.

⁸⁹⁸ Panlatinismo contra Panamericanismo. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 25.02.1917, S. 2. Vgl. u. a. auch Manuel León Sánchez: *Por qué son neutrales México y España*. Mexiko D.F. 1918.

Lateinamerika eine solche Perzeption nicht erst konstruieren, sondern sich nur aneignen und gegebenenfalls zuspitzen musste.⁸⁹⁹

Deutlich germanophile Äußerungen wie im vorangegangenen Zitat waren dabei eher eine Seltenheit. Eine positive Darstellung Deutschlands spielte für die Argumentationslogik zumeist keine Rolle, eine Bestimmung des „Anderen“ dafür umso mehr. Zum einen wurden dabei, wenig überraschend, England und die USA als Antagonisten identifiziert. Zum anderen – und dies zeigt die Nähe der deutschen Propagandarhetorik zu Autoren wie Gálvez – wurde die Latinität beziehungsweise latine Identität Hispanoamerikas hinterfragt. Ein besonders augenfälliges Beispiel war etwa die häufig vorzufindende Ersetzung von Begriffen wie *América Latina* durch *Hispano-América* und weitere Entsprechungen, die das Adjektiv *latino* vermieden.⁹⁰⁰

Zwischen latiner und hispanischer Kultur wurde deutlich unterschieden, wobei neben der von Spanien geprägten Tradition und ethno-kulturellen Identität auch das Kastilische als Sprache die Differenz zwischen beiden markieren sollte. In Argentinien vertrat insbesondere der konservative Intellektuelle Ricardo Rojas, beeinflusst von den Schriften Hippolyte Taines und Miguel de Unamunos, die Auffassung, dass vor allem die Sprache Ausdruck und Träger von Werten und Traditionen sei.⁹⁰¹ Nach Rojas bedeutete der Wandel der Sprache durch Einwanderung eine Entwürdigung der nationalen Tradition.⁹⁰² In der deutschen Propaganda spiegelten sich solche Überlegungen unter anderem in diesem Zitat von Luis Barrantes Molina⁹⁰³ wider:

⁸⁹⁹ Pike: *Hispanismo*, S. 196.

⁹⁰⁰ Vgl. u. a. La Guerra Europea desde la América Española. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 01.06.1915, S. 1; América española; no latina. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 14.10.1918, S. 3; La unión sud-americana. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 27.02.1918, S. 1; Alemania y la América Hispana. In: Ebenda, 08.04.1918, S. 1; España, Hispano-América y su puesto en el mundo. In: *Unión*, Buenos Aires, 03.05.1917, S. 3.

⁹⁰¹ David Rock: Antecedentes de la derecha argentina. In: ders., Sandra McGee Deutsch [et al.] (Hrsg.): *La derecha argentina. Nacionalistas, Neoliberales, Militares y Clericales*. Buenos Aires 2001, S. 58. Vgl. außerdem El idioma nacional. In: *Unión*, Buenos Aires, 29.12.1916, S. 5; Nuestro idioma. In: Ebenda, Buenos Aires, 21.08.1915, S. 5.

⁹⁰² Rock: *Antecedentes de la derecha*, S. 58.

⁹⁰³ Barrantes Molina war Mitglied des Museo Social Argentino und schrieb wie Julio del Romero Leyva rührselige Romane für die Reihe *Novela semanal*, vgl. hierzu Museo Social Argentino. Instituto de Información, Estudios y Acción Sociales. Buenos Aires 1915, S. 3; Luis Barrantes Molina: *Drama de hogar*. Buenos Aires 1918. Für *La Unión* verfasste er außerdem u. a. La Independencia de Costa Rica. La influencia alemana. In: *Unión. Crónica Ilustrada*, Buenos Aires, 18.09.1915, S. 4.

„La verbosidad exorbitante y la mímica del italiano de los bajos fondos es motivo de que parezca rudo el laconismo sincero y la sobriedad viril del gesto alemán. Por el mismo motivo la franqueza española y la entonación altiva del castellano correcto, originadas por el espíritu militar del siglo de oro, desagradan como una arrogancia al italiano y al francés, habituados a la dulzura de la acentuación de sus idiomas y ejercitados en la cortesanía interesada y falsa, propia de los pueblos astutos que lueran con las visitas de los extranjeros.“⁹⁰⁴

Den verschiedenen Sprachen wurden von Barrantes Molina bestimmte Charakteristika zugeordnet, die als Typologisierung der nationalen Identitäten verstanden werden konnten. Das Spanische stünde demnach, in Analogie zur deutschen Sprache, für Aufrichtigkeit, Direktheit und Männlichkeit, während das Französische und das Italienische mit Arroganz, Falschheit und Weiblichkeit gleichgesetzt wurden. Indirekt wird über diese Gleichsetzung von sprachlichen und nationalen Eigenschaften auch die gegnerische Propaganda diskreditiert, wenn Sprache mit dem Sprechen von Wahrheit oder Lüge identifiziert wird. Grundsätzlich ging es Barrantes Molina in seinem Beitrag aber darum, die französisch-libertären und italienischen Einflüsse auf die argentinische Nation, wie zum Beispiel den Anarchismus, zu verurteilen und die Franzosen und Italienern zugeschriebenen Eigenschaften als zur „authentischen“ nationalen Identität Argentiniens konträre Charakteristika zurückzuweisen. Die „echten“ Argentinier definierten sich, im Gegensatz zu den italienischen Einwanderern, demnach vor allem durch ihre Zugehörigkeit zur hispanischen Familie.

Prinzipiell verhielt sich die deutsche Propaganda hinsichtlich der direkten Diffamierung Frankreichs zurückhaltender als bei Kampagnen gegen England oder die USA, da man um die frankophilen Sympathien vieler Lateinamerikaner wusste und diese potentielle Leserschaft nicht allzu sehr verstimmen wollte.⁹⁰⁵ Die Exklusion der *latinidad* aus dem hispanoamerikanischen oder nationalen Identitätsangebot bei gleichzeitiger Aufwertung des *Hispanismo* bot somit einen Weg, die französische Kulturarbeit abzuwehren, ohne Frankreich auf allzu aggressive Weise verunglimpfen zu müssen. Anstatt Frankreich explizit herabzusetzen, argumentierte die Propaganda entweder gegen die Gültigkeit der Übertragung des Konzeptes der *raza latina* auf Hispanoamerika und negierte

⁹⁰⁴ Causas del antigermanismo en el populacho. In: Unión, Buenos Aires, 30.11.1915, S. 7. Der Text wurde außerdem von der spanischen Ausgabe der *Deutschen Zeitung von Mexiko* abgedruckt, vgl. *Periódico Alemán. Edición en Español del Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 04.03.1916, S. 1.

⁹⁰⁵ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 119.

somit die Existenz einer lateinischen Gemeinschaft oder sie verkündete ihren kulturellen Niedergang:

„[...] De hoy más ya no habrá quien se atreva a hablar de un latinismo que desprestigiado desde hace tiempo por la experiencia, ha fracasado ahora en absoluto. De este fracaso surgirá más robusto el iberismo, llamado a ejercer, después de la guerra, una influencia directa en el mundo. El resurgimiento de la raza alborea: ya, muy pronto será luz espléndida, que la historia denominará civilización ibera. [...] Cuando oigamos, pues, hablar de comunión latina, contestamos, latinismo no; iberismo.“⁹⁰⁶

Der Krieg habe, so der hier zitierte Artikel, die Dekadenz des *latinismo* weiter vorangetrieben. Die sich angeblich abzeichnende Niederlage der Alliierten würde auch eine endgültige kulturelle Niederlage Frankreichs bedeuten. Zum Sieger wird allerdings nicht das Deutsche Reich erklärt, sondern der *Iberismo*, der synonym zum *Hispanismo* verstanden werden kann und die ganze hispanische Welt umfasse. Angesichts der Tatsache, dass der Erste Weltkrieg nicht nur in Lateinamerika oft als Kampf zwischen der französisch geprägten „lateinischen Zivilisation“ und „germanisch-teutonischer Barbarei“ gedeutet wurde,⁹⁰⁷ eigneten sich Elemente der lokalen Debatten über *Hispanismo* als diskursive Waffe, die es erlaubten, auch diesen Antagonismus aufzubrechen und durch eine andere antithetische Differenz zu ersetzen. An die Stelle eines Konfliktes zwischen Nationen trat damit der als universal inszenierte Konflikt zwischen *razas*, in welchem auch das neutrale Hispanoamerika Stellung beziehen musste.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Aneignung des *Hispanismo* erfüllte innerhalb der Argumentationslogik der deutschen Propagandatexte in Lateinamerika gleich mehrere Zwecke. Zum einen diente Spanien als Projektionsfläche, als Modell für eine adäquate außenpolitische Praxis, die in Harmonie mit dem Geist der „eigenen“ *raza* stand. Die Identifikation nicht mit Deutschland oder deutschen Interessen, sondern mit dem spanischen Handeln und der vermeintlich eigenständigen, souveränen spanischen Politik wurde über die ethno-kulturellen Zuschreibungen des *Hispanismo* und die Behauptung einer gemeinsamen Identität konstruiert. Die vor allem in den ersten

⁹⁰⁶ Latinismo no; iberismo. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 28.02.1918, S. 3.

⁹⁰⁷ Martin: *Latin America and the War*, S. 6. Die Unterteilung in das zivilisierte „Eigene“ und das barbarische „Andere“ wurde in der Propaganda des Ersten Weltkrieges mannigfach zur Feindbildbestimmung gebraucht, der Topos ist allerdings bereits in antiken Darstellungen der Perserkriege zu finden, vgl. u. a. Herodot: *Historien*. Stuttgart 2002.

beiden Kriegsjahren reproduzierten Artikel konservativ-germanophiler spanischer Intellektueller dienten bei diesem Vorhaben als glaubwürdige Sprecherstimmen. Sie traten einerseits als Entlastungszeugen für das Deutsche Reich auf und präsentierten sich andererseits als Autoritäten innerhalb der hispanischen Gemeinschaft.

Zum anderen beruhte die Konstruktion der hispanischen Identität auf einem klar umrissenen Feindbild, das sich in der antithetisch gedachten Differenz zwischen hispanischer und angelsächsischer, beziehungsweise latiner *raza* manifestierte. Den Identitätskonstruktionen von sich als homogen imaginierenden Kollektiven ist das Prinzip der Alterität inhärent. Das „Eigene“ zu definieren bedeutet daher auch immer eine Abgrenzung zum „Anderen“ und *vice versa*. Durch die vermeintliche Transzendenz dieses Konfliktes in einen Kulturkampf zwischen den sich unvereinbar einander gegenüberstehenden Blöcken der *raza hispana* und der *raza anglosajona/latina* wurde die binäre Logik der Kriegspropaganda in Argentinien und Chile auf einen symbolisch geführten kulturellen Konflikt übertragen.

Ganz anders gestalteten sich die Verhältnisse in Mexiko. Es ist fraglich, inwiefern die konservativ-hispanistischen Töne der deutschen Propaganda hier auf fruchtbaren Boden fallen konnten, da das revolutionäre Mexiko jedwede Form exogener Einflussnahme ablehnte.⁹⁰⁸ Eine Glorifizierung der spanischen Kolonialvergangenheit entsprach daher mitnichten den revolutionären Identitätskonzeptionen Mexikos, ganz im Gegenteil. Anstatt sich auf die Zeit des Vizekönigreiches Neu-Spanien zurückzubesinnen, begann die Revolution das indigene Erbe Mexikos anzuerkennen.⁹⁰⁹ Der ethno-kulturell homogen gedachten hispanischen *raza* wurde das Ideal einer hybriden Identität entgegengesetzt, welche zu einem integralen Bestandteil der neuen nationalen Identitätskonstruktion Mexikos wurde.⁹¹⁰ Bezieht man die in Kapitel 4.1. zitierten Quellen, den Bericht von Eckardts und den Brief des deutschen Kaufmanns in die Bewertung mit ein, so ist durchaus denkbar, dass neben dem persönlichen Interesse Manuel León Sánchez' auch die spanische Gemeinschaft zur Leserschaft der deutschen Propagandablätter gehörte, was die auffällige Präsenz spanienzentrierter Themen in der deutschen Propaganda in Mexiko trotz der eher

⁹⁰⁸ Isidro Sepúlveda: *Hispanismo e Hispanofobia en el Nacionalismo del México Revolucionario*. In: *Cuadernos Americanos* Bd. 1, H. 61 (1997), S. 59.

⁹⁰⁹ Ebenda, S. 60.

⁹¹⁰ Ebenda, S. 63; Rinke: *Propaganda War*.

geringen Aussicht auf eine positive Rezeption der Eliten und städtischen Bevölkerung erklären kann.

In der Weimarer Republik wurde die Idee einer Forcierung hispanistischer Emotionen durch die deutsche Kulturpolitik weiterverfolgt.⁹¹¹ Die lokal produzierten Propagandamedien und die Akteure in Argentinien, Chile und Mexiko hatten somit, ungeachtet aller technischen und organisatorischen Hindernisse, die Grundlagen für eine wirkmächtige Persuasionsstrategie gelegt, die in den Nachkriegsjahren fortgesetzt wurde. Die deutsche Propaganda in Hispanoamerika während des Ersten Weltkrieges stellte somit auch ein Experimentierfeld dar, auf dem bestimmte kulturpolitische Ansätze erstmals realisiert wurden.

2.2 NATIONALE UND TRANSNATIONALE FEINDBESTIMMUNGEN: ANTIIMPERIALISMUS UND IMPERIALISMUS IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA

Der *Hispanismo* fungierte in der deutschen Propaganda als ein auf kulturellen Zuschreibungen basierendes Identitäts- und Ordnungsmodell, das den lateinamerikanischen Rezipienten als Orientierungspunkt für eine Positionierung im binären Freund-Feindschemata der Kriegspropaganda dienen und im Idealfall eine aktiv neutrale Einstellung hervorrufen sollte. Die Abgrenzung zu den „Angelsachsen“ oder zum Panlatinismus basierte dabei auf der Behauptung eines essentiellen, kulturellen Gegensatzes, der sich sowohl auf die Region Hispanoamerika als auch auf die als ihrem Wesen nach hispanisch imaginierte Nation beziehen konnte. Eine vor allem gegen Großbritannien gerichtete antiimperialistische Kritik war dem *Hispanismo* nicht fremd und kam darüber hinaus den deutschen Interessen entgegen, allerdings band die deutsche Propaganda in Lateinamerika auch verstärkt direktere Formen antiimperialistischer Rhetorik gegen England und die USA ein. Dabei wurden wirtschaftliche wie auch politische Neutralität von der deutschen Propagandarhetorik zur Grundbedingung einer antiimperialistischen Praxis verargumntiert.

Sowohl die Kriegspropaganda als auch die Spionageaktivitäten Deutschlands setzten während des Ersten Weltkrieges weltweit auf Strategien, die eine Revolutionierung des antikolonialen, beziehungsweise antiimperialistischen

⁹¹¹ Goebel: *Decentring the German Spirit*, S. 232.

Widerstands zum Ziel hatten. Besonders die deutsche Orientpolitik, welche die Forcierung von Aufständen in kulturell islamisch geprägten Regionen gegen die englischen, französischen und auch russischen Kolonialherren zum Ziel hatte, ist in diesem Zusammenhang in den Fokus der Forschung gerückt.⁹¹² Die britische Indienpolitik geriet gleichermaßen in das Visier der deutschen Propaganda⁹¹³ und in Irland unterstützten die Deutschen den irischen Widerstandskampf gegen England.⁹¹⁴ Die Niederschlagung des Osteraufstands von 1916 wurde darüber hinaus in der deutschen Propaganda nach dem Prinzip des *tu quoque*⁹¹⁵ für die eigenen Zwecke benutzt, um die Engländer als tyrannische und brutale Kolonialherrscher zu zeichnen und den Vorwurf der Barbarei gegen die deutschen Truppen abzuschwächen.⁹¹⁶ Die bereits schwelenden Kolonialkonflikte dienten somit zur Diffamierung des Feindes und sollten im Falle, dass es tatsächlich zu Aufständen gekommen wäre, auch zu ihrer militärischen Schwächung sowie einer dauerhaften Destabilisierung der Kolonialgebiete mit all ihren politischen wie wirtschaftlichen Konsequenzen führen. Dabei ging es dem Deutschen Reich selbstredend nicht darum, Kolonialismus oder Imperialismus *per se* zu verteufeln, schließlich verfolgte das Kaiserreich während des Krieges weiterhin seine eigenen weltpolitischen Ambitionen, die auch territoriale Annexionen in Mitteleuropa und Afrika zu Kriegszielen der Alldeutschen werden ließen.⁹¹⁷

In Lateinamerika stand Mexiko im Fokus der deutschen Spionageaktionen, auch weil man die Hoffnung hegte, dass sich die bewaffneten Zusammenstöße mit den USA zu einem größeren Konflikt ausweiten könnten, der die Streitkräfte der Vereinigten Staaten in der Region gebunden hätte.⁹¹⁸ Der deutsche Propagandakrieg gegen die USA entwickelte dementsprechend in Mexiko ab

⁹¹² Oberhaus: Propagandastrategie für den Orient, S. 103, 120ff.

⁹¹³ Vgl. u. a. El grito de auxilio de los Hindúes. In: *Periódico Alemán. Edición en Español del Deutsche Zeitung von Mexiko*, Mexiko D.F., 08.06.1916, S. 2.

⁹¹⁴ Matthew Erin Plowman: Sinn Féin and the Gadar Party in the Indo-German conspiracy of the First World War. In: Tadhg Foley, Maureen O'Connor (Hrsg.): *Ireland and India. Colonies, Culture and Empire*. Dublin, Portland [Oregon] 2006, S. 233-243; Hohn H. Morrow Jr.: *The Great War. An Imperial History*. London, New York 2005, S. 155.

⁹¹⁵ Auch bekannt als *Whataboutism*, also die Zurückweisung von Anschuldigungen, indem dem Feind gleiches oder ähnliches Verhalten vorgeworfen wird.

⁹¹⁶ Die deutsche Propaganda in Lateinamerika brachte derartige Artikel ebenfalls, vgl. u. a. El movimiento subversivo en Irlanda. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 27.04.1916, S. 1; Los mártires irlandeses. In: *Ebenda*, 04.05.1916, S. 1; Irlanda y Lloyd George. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 21.04.1917, S. 4; auch die Unión berichtete über den irischen Widerstand, vgl. u. a. Irlanda y Lloyd George. In: *Unión*, Buenos Aires, 08.03.1917, S. 5.

⁹¹⁷ Hans-Ulrich Wehler: *Deutsche Gesellschaftsgeschichte*. Bd. 4: Vom Beginn des Ersten Weltkriegs bis zur Gründung der beiden deutschen Staaten. Bonn 2009, S. 26-38.

⁹¹⁸ Katz: *Guerra Secreta*, S. 439.

1917 eine ganz eigene Dynamik, wenngleich Anti-US-Amerikanismus auch in Chile und Argentinien einen bedeutsamen Diskursstrang der deutschen Propaganda darstellte. Im *Cono Sur* stand allerdings die Wahrung der handelspolitischen Interessen der Deutschen im Vordergrund, was eine andauernde publizistische Kampagne gegen England bedeutete, die sich selbst nach dem Kriegseintritt der USA nicht nennenswert verlagerte.⁹¹⁹ Antiimperialistische Rhetorik spielte dabei aber ebenfalls eine zentrale Rolle, wie im nachfolgenden Unterkapitel zu zeigen sein wird. Im Vordergrund der deutschen Propaganda, die ihre eigenen imperialistischen Interessen in Lateinamerika zu verteidigen suchte, stand somit die Aneignung und Verstärkung von Feindbildern, die das Stereotyp des aggressiven und materialistischen „angelsächsischen“ Imperialisten bedienten. Demgegenüber war eine Kritik am französischen Imperialismus im Vergleich nur marginal in den analysierten Quellen aufzufinden.⁹²⁰ Dies mag dem Umstand geschuldet gewesen sein, dass Frankreich zwar weiterhin eine hohe kulturelle Bedeutung in Lateinamerika genoss, hinsichtlich der wirtschaftlichen Einflussnahme in der Region aber hinter Großbritannien und den USA als Deutschlands Hauptkonkurrenten zurückstand.

2.2.1 „EL INGLÉS SACA DE NOSOTROS TODO LO QUE PUEDE“: DIE EVOKATION ANTI-ENGLISCHER RESENTIMENTS IM SPIEGEL DES WIRTSCHAFTSKRIEGES IN ARGENTINIEN UND CHILE

Der deutsch-englische Wirtschaftsantagonismus, der sich bereits in den Vorkriegsjahren immer weiter verschärft hatte, erreichte durch den Kriegsausbruch in den neutralen Staaten Lateinamerikas eine bis dato unbekanntes Intensität.⁹²¹ Für die Briten stellte die Verdrängung der deutschen Handelshäuser von den lateinamerikanischen Märkten das wichtigste Kriegsziel in der Region dar. Insbesondere im *Cono Sur* sollte die unliebsame deutsche Konkurrenz

⁹¹⁹ Gerade die Berichterstattung über die Streikbewegung intensivierte sich in den Sommermonaten 1917, allein im August 1917 wurde nahezu tagtäglich über die Eisenbahner berichtet. Zwischen dem 01.08.1917 und dem 18.08.1917 brachte die *Unión* elf längere Beiträge, vgl. u. a. El conflicto ferroviario. In: *Unión*, Buenos Aires, 02.08.1917, S. 3; La huelga ferroviaria. In: Ebenda, 16.08.1917, S. 3.

⁹²⁰ Vgl. u. a. Francia imperialista. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 17.09.1917, S. 4. Die deutsche Propaganda in Europa thematisierte die französische Kolonialpolitik dahingegen sehr wohl, vgl. Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 175.

⁹²¹ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 75.

nachhaltig geschädigt werden.⁹²² Die wichtigste Waffe in der Auseinandersetzung mit den Deutschen waren die so genannten *listas negras*, schwarze Listen, auf denen die Briten Firmen aufführten, mit denen jedweder Handelskontakt unterbunden werden sollte.⁹²³ Von dieser Boykottmaßnahme waren mitunter allerdings auch Unternehmen betroffen, die nur indirekt mit Deutschen in Verbindung standen oder in denen zum Beispiel Argentinier beschäftigt waren, die nun unter Umständen ihre Arbeitsstelle verlieren konnten.⁹²⁴ Die Legitimität der *listas negras* wurde daher in den Zeitungen jedweder politischen Couleur durchaus kontrovers diskutiert, widersprachen sie doch den offiziellen Neutralitätsbestimmungen und wurden nicht selten als Einmischung Großbritanniens in die nationalen Angelegenheiten empfunden.⁹²⁵ Politisch tat sich dennoch nichts, um die für die deutschen Unternehmen durchaus schmerzhaft spürbaren Auswirkungen der *listas negras* einzudämmen, da Großbritannien – ebenso wie ab 1917 die USA – diplomatischen wie auch wirtschaftlichen Druck auf die lateinamerikanischen Regierungen ausübte.⁹²⁶

Der Wirtschaftskrieg zwischen Großbritannien und dem Deutschen Reich war ein Konflikt zweier imperialistischer Staaten, die ihre jeweiligen Handelsinteressen in Lateinamerika durchzusetzen versuchten. Durch die maritime Blockade hatten sich die Briten seit August 1914 einen deutlichen Vorteil verschaffen können. Das Ziel der deutschen Propaganda musste es daher sein, die jeweiligen Öffentlichkeiten so zu mobilisieren, dass sie aktiv gegen die wirtschaftlichen Maßnahmen Englands einschritten. Um einen konkret formulierten Aufruf zum gewaltsamen Widerstand gegen die vor Ort lebenden Engländer ging es der deutschen Propaganda dabei nicht. In erster Linie sollten die Öffentlichkeiten in Argentinien, Chile und Mexiko davon überzeugt werden, die *listas negras* als illegitim zu betrachten. Die Handlungsaufforderung beschränkte sich also auf eine Verweigerung der Kooperation mit den Engländern auf wirtschaftlichem und handelspolitischem Gebiet, was im Kontext des Wirtschaftskonfliktes wenn auch keine Stärkung so doch zumindest die zeitweise Unterbindung einer weiteren Schwächung der deutschen Position bedeutet hätte.

⁹²² Dehne: *Western Front*, S. 62.

⁹²³ Ebenda, S. 8-12; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 93.

⁹²⁴ Vgl. u. a. AMREC, Serie 33, AH/00029/1, *Guerra Europea – Lista Estatuaria*, Nr. 29, Nr. Ii, Beschwerde der Firma Weil Hermanos, Buenos Aires 1916. Die Firma Weil war nicht das einzige Unternehmen, das sich beschwerte, die Eingaben sind im AMREC, Serie 33, AH/00029 bis AH/00031 einsehbar.

⁹²⁵ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 94ff.; Dehne: *Western Front*, S. 99; Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña*, S. 137ff.

⁹²⁶ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 95; ders.: *Lateinamerikanische Perspektiven*, S. 293.

„Der Platz, der errungen wurde“, so formulierte es 1916 ein Mitglied des Deutsch-Chilenischen Bundes in Reaktion auf die schwarzen Listen, „muss behauptet werden!“⁹²⁷

Die Abwehr der *listas negras* war allerdings nur ein, wenngleich durchaus wichtiger, inhaltlicher Schwerpunkt im Versuch der deutschen Seite, die ökonomischen Interessen Großbritanniens durch publizistische Gegenoffensiven delegitimieren. Die Eskalation des deutsch-englischen Antagonismus äußerte sich nach Kriegsausbruch nicht allein in der Auseinandersetzung um die schwarzen Listen, sondern betraf ganz zentral auch die Frage nach der Gestaltung zulässiger und gerechter Handels- und Wirtschaftsbeziehungen. Die potentielle Bedrohung der Souveränität eines Staates durch den informellen Imperialismus einerseits und das Ideal eines fairen Handelsaustauschs andererseits standen sich dabei diametral gegenüber. Sowohl die Wirtschaftspolitik als auch die Kriegsziele der Alliierten wurden durch die deutsche Propaganda in Lateinamerika mit den negativ konnotierten Kampfbegriffen Kolonialismus und/oder Imperialismus besetzt, wobei sich dies sowohl auf die Vorgänge in Europa als auch auf jene in Lateinamerika beziehen konnte.⁹²⁸ Die Außenhandelsbeziehungen Mexikos, Chiles und Argentinien, die zu allen europäischen Großmächten aufgrund ihrer Exportorientierung von Abhängigkeitsverhältnissen geprägt waren, mussten nun einerseits delegitimiert werden, wenn der Handelspartner England hieß, und sich andererseits als wünschenswerter Entwurf für die Zukunft präsentieren, wenn Deutschland seine Interessen auf dem Kontinent weiter voran treiben wollte. Den Eliten des Kaiserreiches stand schließlich seit Kriegsbeginn nicht weniger als die Eroberung einer globalen Machtposition vor Augen – Ziele also, die man insbesondere Großbritannien seit Kriegsbeginn als moralisch verwerflich vorwarf.⁹²⁹ Diese Ausgangslage macht deutlich, dass die deutsche Propaganda vor der paradoxen Aufgabe stand, die an sich gleiche Praxis wirtschaftlicher Einflussnahme der imperialistischen Großmächte je nach handelndem Akteur medial anders zu framen.

Der erhebliche Einfluss der europäischen Mächte und der USA auf die nationale Wirtschaftsentwicklung war in Lateinamerika seit der Jahrhundertwende vermehrt Gegenstand intellektueller Kritik geworden. In Chile hatten unter anderem Tancredo Pinochet Le-Brun und Francisco Antonio Encina mit ihren Werken *La conquista de Chile en el siglo XX* (1909) und *Nuestra*

⁹²⁷ o.A.: Tagung des Deutsch-Chilenischen Bundes 1916, S. 101.

⁹²⁸ Vgl. u. a. Al mundo neutral. ¿Quiénes aspiran a conquistas?. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 13.02.1917.

⁹²⁹ Demm, Sterling: Propaganda, S. 942.

inferioridad económica (1912) die Grundlagen für die kritische Auseinandersetzung gelegt.⁹³⁰ Beide plädierten für einen stärkeren Wirtschaftsprotektionismus und richteten sich gegen jede Einflussnahme von außen, wobei sie allerdings das Vorgehen Großbritanniens und Deutschlands gleichermaßen kritisierten.⁹³¹ Während des Krieges intensivierten sich die protektionistischen Tendenzen in Lateinamerika, da die mit dem Konflikt einhergehende wirtschaftliche Krise die Verwundbarkeit der vom Export von Rohstoffen abhängigen lateinamerikanischen Volkswirtschaften aufgezeigt hatten.⁹³²

Für Encina wie für Pinochet Le-Brun war die wirtschaftliche Abhängigkeit Chiles zudem auch eine Ursache für die vermeintlich „geistige“ Krise der chilenischen Nation.⁹³³ So schrieb Encina in *Nuestra inferioridad económica*:

„La penetración europea es, [...], la principal causa de la violenta crisis por que atraviesan el espíritu de nacionalidad y, en general, todas las fuerzas morales que constituyen el nervio de la vitalidad económica.“⁹³⁴

Intellektuelle wie Encina betrachteten die Loslösung von ausländischen Investorengeldern und asymmetrischen Handelsbeziehungen somit als wichtigen Schritt im Prozesses zur Wiedererlangung eines nationalen Selbstbewusstseins. In Argentinien vertrat zum Beispiel Ricardo Rojas aus einer politisch rechten und nationalkonservativen Ideologie heraus ganz ähnliche und vor allem anti-englische Positionen, wobei sich seine Kritik am wirtschaftlichen Einfluss Großbritanniens mit rassistischen und antisemitischen Ressentiments vermischte.⁹³⁵ Der Historiker David Rock hat in seinen Untersuchungen zu rechten Bewegungen im *Cono Sur* gezeigt, dass sich während des Ersten Weltkrieges rechtskonservative Tendenzen, die ein autoritäres Machtsystem einem liberal-demokratischen Gesellschaftsmodell vorzogen, in Argentinien verstärkten.⁹³⁶ Patriotismus, Nationalismus, Kritik an externen Einflüssen und Wirtschaftsprotektionismus waren miteinander verflochten. Antiimperialistische

⁹³⁰ Francisco Antonio Encina: *Nuestra inferioridad económica. Sus causas y sus consecuencias*. Santiago de Chile 1978 [1912]; Tancredo Pinochet Le-Brun: *La conquista de Chile en el Siglo XX*. Santiago de Chile 1909; vgl. außerdem Barr-Melej: *Reforming Chile*, S. 62-66.

⁹³¹ Encina: *Inferioridad económica*, S. 119.

⁹³² Albert: *South America*, S. 121; Rinke: *Birth Year of Revolutions*, S. 205.

⁹³³ Encina: *Inferioridad económica*, S. 210-224; Pinochet Le-Brun: *Conquista de Chile*, S. 65ff.

⁹³⁴ Encina: *Inferioridad económica*, S. 118.

⁹³⁵ McGee Deutsch: *Las Derechas*, S. 28.

⁹³⁶ Rock: *Antecedentes de la derecha*, S. 63.

Kritik war nicht nur bei linken politischen Gruppen, sondern verstärkt auch bei Rechtskonservativen zu finden. Die deutsche Propaganda in Chile und Argentinien griff diese Diskurse auf und versuchte, die oftmals feindselige Einstellung gegenüber jedweder ausländischen Einflussnahme allein gegen Großbritannien zu steuern. Die Argumente und Stereotype, derer sich die pro-deutsche Presse dabei bediente, glichen den bereits zirkulierenden Bildern. Die deutsche Propaganda konstruierte somit aus dem bestehenden diskursiven Arsenal von nationalen Selbst- und Fremdzuschreibungen ein Feindbild, das innerhalb der Identitätskonzeption der Nation neben der Evokation des „Eigenen“ den bedrohlichen „Anderen“ markieren sollte.

Der Titel *La conquista de Chile en el Siglo XX* von Pinochet Le-Brun ist durch den Begriff *Conquista* (Eroberung) bereits in dem semantischen Feld angesiedelt, welches für die Konfiguration des angelsächsischen Feindbildes in der deutschen Propaganda im *Conor Sur* eine zentrale Bedeutung einnehmen sollte. Eroberung, Unterdrückung und Ausbeutung kennzeichneten demnach die englische Wirtschaftspolitik in Lateinamerika, die vom Kolonialismus des *Empires* nahezu nicht mehr zu unterscheiden sei, wie dieses Zitat aus der *Unión* nahelegt:

„Inglaterra ve en la Argentina una manera de India inglesa [...]“⁹³⁷

Die Analogie, die der zitierte Artikel hier zwischen der englischen Kolonie Indien und der souveränen Republik Argentinien konstruiert, bezieht sich auf Großbritanniens ökonomische Ambitionen, von denen sich Argentinien allzu lange habe unterjochen lassen. Nur eine strikte Neutralitätspolitik des Landes und eine Loslösung aus der ökonomischen Abhängigkeit von England könnten verhindern, so suggeriert es der Text, dass den Argentinern ein ähnliches Schicksal blühe wie dem indischen Subkontinent. Das Framing von Neutralitätspolitik als Mittel antiimperialistischen Widerstandes wurde zu einem zentralen Argumentationsmuster der deutschen Propaganda, wie auch das nachfolgende Beispiel zeigt:

„El doctor Hipólito Irigoyen [sic] mantendrá la neutralidad, sin dejarse influenciar de los espíritus mediocres, que desean á la República Argentina, colonia inglesa.“⁹³⁸

Auch hier wurden *República Argentina* und *colonia inglesa* der Leserschaft bewusst als die einzigen beiden alternativen Ausgangsmöglichkeiten einer Parteinahme zwischen Nichteinmischung oder Kooperation mit England

⁹³⁷ Inglaterra y la Argentina. In: *Unión*, Buenos Aires, 01.12.1915, S. 5.

⁹³⁸ Brugnara: El mundo contra Alemania, S. 30f.

präsentiert.⁹³⁹ Die Unterwerfung der nationalen Interessen unter die englischen Wirtschaftsinteressen wurde zu einem Bedrohungsszenario stilisiert, dem sich die Regierungen Argentiniens und Chiles geschlossen entgegenstellen sollten. Um die Gefahr vor einer englischen Kolonialisierung weiter zu untermauern, wurden Beispiele aus der Geschichte herangezogen, anhand derer eine Linie von den vergangenen Souveränitätsverletzungen durch die Briten im *Cono Sur* bis zur Gegenwart nachgezeichnet wurde.⁹⁴⁰ In Argentinien nahm die Propaganda zum Beispiel wiederholt auf die Falkland-, beziehungsweise Malvinas-Frage Bezug, wenngleich das Thema vergleichsweise selten als Schlagzeile gewählt wurde.⁹⁴¹ Dies könnte dem Umstand geschuldet gewesen sein, dass die Deutschen nur ungerne in großen Lettern den Ort der demütigenden Niederlage der kaiserlichen Marine im Dezember 1914 abgedruckt sehen wollten. Die Malvinas eigneten sich aber zur Mobilisierung patriotischer Gefühle und die deutsche Seite konnte sich mit der argentinischen Position solidarisch zeigen. Die Kolonisierung der einstmals zum spanischen Imperium gehörenden Inseln durch England im Jahre 1833 war daher ein Symbol für die Kontinuität des englischen Imperialismus in der Region.⁹⁴² Noch im März 1918 gründete eine pro-deutsche Gruppe in Buenos Aires das *Comité patriótico pro-nacionalización de las Islas Malvinas*.⁹⁴³ Die im 19. Jahrhundert begangenen Souveränitätsverletzungen durch Großbritannien wurden durch stete Wiederholung im Propagandadiskurs immer wieder in die Gegenwart geholt. Die historische Erinnerung wurde damit nicht nur stabilisiert, sondern auch mit aktuellen Ereignissen verknüpft, so dass ein sinnhafter

⁹³⁹ Vgl. z. B. auch Por ahora somos esclavos de Inglaterra. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 15.05.1916, S. 1.

⁹⁴⁰ Tato: Luring Neutrals, S. 340; vgl. z. B. auch CIX aniversario de la reconquista de Buenos Aires. In: *Unión*, Buenos Aires, 11.08.1915, S. 3.

⁹⁴¹ Eine quantitative Auszählung sowohl der *La Unión* als auch der *Germania* ergab, dass in der Tageszeitung *Unión* von ihrer Gründung November 1914 bis zum Dezember 1917 das Thema Malvinas lediglich fünf Mal explizit die Schlagzeilen bestimmte. Vgl. hierzu die ebenfalls zurückhaltend formulierten Artikel Las Islas Malvinas. In: *Unión*, Buenos Aires, 08.12.1914, S. 3; Las Malvinas. In: Ebenda, 23.12.1914, S. 3; Las Malvinas. In: Ebenda, 10.06.1915, S. 5; Analogías y contrastes. Gibraltar y las Malvinas. In: Ebenda, Buenos Aires, 16.10.1915, S. 3; Las Malvinas. In: Ebenda, 23.02.1916, S. 5. Für die Wochenzeitschrift *Germania*, die ihren Fokus grundsätzlich kaum auf die inneren Verhältnisse Argentiniens gelegt hatte, ergab sich für den Erscheinungszeitraum 01. Juni 1915 bis 16. Mai 1916, dass das Thema der Falkland-Inseln/Malvinas nicht ein einziges Mal in einer Schlagzeile vorkam. Erwähnung findet die Thematik auch bei Juan Pedro Ramos: *La Significación de Alemania en la Guerra Europea*. Buenos Aires 1915, S. 41, sowie bei Carrico: *Enigma de la guerra*, Bd. 8, Buenos Aires 1918.

⁹⁴² Carreras, Potthast: *Kleine Geschichte Argentiniens*, S. 47f., 80, 226.

⁹⁴³ Vgl. hierzu Pro Islas Malvinas. In: *Submarino*, Santiago, 23.03.1918, S. 7; ¿Islas Malvinas o Falkland Islands?. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 02.06.1915, S. 3.

Erfahrungsraum konstruiert wurde, aus dem sich wiederum Mutmaßungen über das zukünftige Verhalten Englands ableiten lassen sollten, denn wie in der Vergangenheit sei England auch weiterhin allein auf die imperialistische Unterwerfung der schwachen Staaten aus.⁹⁴⁴

Autoren wie Encina oder Pinochet Le-Brun lieferten dabei zusätzliches Material, so beschrieb Pinochet Le-Brun Englands Handelspolitik zum Beispiel als „política maliciosa“⁹⁴⁵ und bot der deutschen Seite somit geeignete Vorlagen für die Feindbildkonstruktion unter Bezugnahme auf den jeweiligen nationalen Kontext. Insbesondere die englische Kaufmannschaft, die sich in Buenos Aires, Santiago oder Valparaíso niedergelassen hatte, wurde als Repräsentant des angeblich unveränderlichen englischen Charakters verunglimpft:

„Los ingleses [...] siguen siendo ingleses aunque sea la cuarta generación habida por aquellas tierras, que no han sido nunca inglesas. [...] La preocupación primordial del comerciante inglés es la riqueza mayor posible para él e Inglaterra [...]. El inglés saca de nosotros todo lo que puede.“⁹⁴⁶

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen England und Chile stellten ein Ausbeutungssystem dar, das Chile um die der Nation zustehenden Einkünfte betrüge. Die in Chile lebenden englischen Kaufmänner wurden zudem als bedrohlicher Fremdkörper innerhalb der Nation beschrieben. War der *Hispanismo* instrumentalisiert worden, um England als kulturellen Antipoden zu markieren, welcher die „eigene“ hispanische Identität gefährde, so stehe nun die Zukunft der ganzen Nation auf dem Spiel. Sowohl die nationale Souveränität als auch die legitimen Fortschrittsbemühungen des Landes würden durch die englische Wirtschaftspolitik beständig untergraben.

Die Bedrohungstopoi, derer sich die anti-englische Rhetorik bediente, sollten in der Regel an nationalistische Gefühle appellieren. Die vermeintliche vom englischen Imperialismus ausgehende Gefahr konnte aber auch als

⁹⁴⁴ Reinhart Koselleck: „Erfahrungsraum« und »Erwartungshorizont« - zwei historische Kategorien. In: ders.: *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*. Frankfurt a.M. 2000, S. 357. Solch ein Argument wurde auch gegen Englands Verteidigung Belgiens eingesetzt. Die historischen Beispiele aus Lateinamerika würden keinen Zweifel daran lassen, dass England niemals aus altruistischen Gründen Belgien zur Hilfe geeilt sei, sondern den Krieg nur zur eigenen Bereicherung führen würde. Dies war allerdings ein universales Argumentationsmuster der deutschen Propaganda, nicht nur in Lateinamerika; vgl. hierzu u. a. Kestler: *Auslandsaufklärung*, S. 140.

⁹⁴⁵ Pinochet Le-Brun: *Conquista de Chile*, S. 47.

⁹⁴⁶ Alemanes e ingleses y su índole comercial. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 11.09.1915, S. 1; vgl. u. a. auch *La mentalidad inglesa*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 11.01.1917, S. 5.

weltumspannendes Szenario imaginiert werden. In einem in der *Gaceta de Chile* publizierten Artikel, der ursprünglich in *La Tribuna* aus Bogotá erschienen war, hieß es zum Beispiel:

„El incendio apocalíptico de la guerra europea ha monopolizado toda la atención mundial, hasta el punto de que van pasando desapercibidos muchos puntos que forman una desnuda amenaza hacia las libertades establecidas. [...] Inglaterra viene desarrollando subterráneamente una política de control en el comercio mundial, muy digna de estudiarse para llamar la atención siquiera sea del comercio hispanoamericano que es el blanco hacia donde dispara esta nueva faz del imperialismo británico.“⁹⁴⁷

Der Krieg sei für England nur ein Vorwand, um die Weltöffentlichkeit von seinem wahren Ziel, der Beherrschung des globalen Marktes, abzulenken. Vor allem Hispanoamerika solle durch England nun ökonomisch unterworfen werden. Derartige verschwörungstheoretische Auslassungen sind für Kriegspropaganda ganz typisch und die symbolische Konstruktion einer überdimensionalen, nicht greifbaren Bedrohung durch den englischen Imperialismus wurde in der deutschen Propaganda oftmals als Kraken-Metapher ausgedrückt.⁹⁴⁸

Neben solchen bewusst allgemein und unkonkret gehaltenen Anschuldigungen, die der Emotionalisierung der Rezipienten dienen sollten, griffen die Propagandazeitungen aber auch tagesaktuelle Themen auf und nutzten diese zugunsten der deutsche Interessen aus. In den Jahren von 1916 bis 1918 unterstützte die *Unión* zum Beispiel die Haltung der Regierung Yrigoyen während der Streiks der Eisenbahner und der Arbeiter der Gefrierfleischindustrie.⁹⁴⁹ Diese

⁹⁴⁷ Inglaterra constituye una amenaza para el comercio sud-americano. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 30.12.1915, S. 2.

⁹⁴⁸ Vgl. u. a. auch die Karikatur El Pulpo insaciable. In: *Submarino*, Santiago, 23.02.1918, S. 1; „[...] El absolutismo ferroviario extiende como un inmenso pulpo sus tentáculos, posesionándose impunemente de todo aquello que involucró derechos en el pasado, para entronizarse definitivamente en el futuro. [...]“; zitiert aus Imperialismo ferroviario. In: *Unión*, Buenos Aires, 08.12.1915, S. 5. Die Werbeanzeige für den Buchtitel *Ante los Bárbaros* von Vargas Vila zeigt ebenfalls einen Kraken, geschmückt mit einer US-amerikanischen Flagge, die Südamerika in die Zange nimmt, vgl. Werbeanzeige Ante los Bárbaros. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 02.03.1918, S. 3. Die Kraken-Metapher ist vorrangig aus antisemitischen Karikaturen der nationalsozialistischen Propaganda bekannt und war bereits seit dem 19. Jahrhunderts auch immer mit antisemitischen Konnotationen behaftet, vgl. hierzu Jasmin Waibl-Stockner: "Die Juden sind unser Unglück". Antisemitische Verschwörungstheorien und ihre Verankerung in Politik und Gesellschaft. Wien, Berlin 2009, S. 236-253; Hahn, Hahn: Nationale Stereotypen, S. 21.

⁹⁴⁹ Vgl. u. a. Las empresas ferroviarias. In: *Unión*, Buenos Aires, 18.10.1916; El gobierno ante las empresas ferroviarias. In: Ebenda, 30.11.1916, S. 5; Huelga de ferroviarios. Procederes incorrectos de una empresa. In: Ebenda, 11.07.1917; La solución. In: Ebenda, 18.08.1917, S. 1, dort heißt es u. a.: „Desde el comienzo de la guerra, el proceder de las empresas ferroviarias

Unterstützung erklärte sich nicht etwa daraus, dass sich die *Unión* besonders für die Belange der Arbeiterschaft eingesetzt oder überhaupt interessiert hätte, sondern war allein der Tatsache geschuldet, dass etwa 65% der argentinischen Eisenbahn britischem Kapital gehörten.⁹⁵⁰ Aus diesem Grund war im November 1914 auch der Verkauf der *Unión* in Bahnhöfen von den Eisenbahngesellschaften verboten worden.⁹⁵¹ Die Regierung unter Präsident Yrigoyen ging auf die Forderungen der Eisenbahner ein, was in den englischen Handels- und Wirtschaftskreisen für Empörung sorgte.⁹⁵² Als der Druck auf Argentinien stieg, die neutrale Haltung des Landes aufzugeben, vermuteten die Vertreter der Eisenbahngesellschaften gar deutsche Spione hinter den Streiks, woraufhin sie ein härteres Durchgreifen der Regierung verlangten.⁹⁵³ Aus Sicht der Engländer kamen die Streiks den Deutschen mehr als gelegen, was die deutliche Parteinahme der *Unión* nur zu beweisen schien. Das negative Englandbild in Bezug auf die Arbeiterstreiks war allerdings keine deutsche Erfindung, wie eine Karikatur aus der in Argentinien sehr beliebten Zeitschrift *Caras y Caretas* aus dem Jahr 1912 zeigt (Abb. 4). Die *Unión* druckte die Karikatur wieder ab und setzte sie in den Kontext der Streiks von 1917.

y en especial de la del C.A., no ha podido ser más desconsiderado y abusivo con sus empleados, [...]“

⁹⁵⁰ David Rock: *Politics in Argentina, 1890-1930. The Rise and Fall of Radicalism.* Cambridge 1975, S. 134.

⁹⁵¹ Vgl. u. a. La Unión y los ferrocarriles. In: *Unión*, Buenos Aires, 04.11.1914, S. 1.

⁹⁵² Rock: *Politics in Argentina*, S. 142.

⁹⁵³ Ebenda, S. 146; Albert: *South America*, S. 252.



Abb. 4: Eine Versammlung in London. Der Arbeiterstreik gefährde die Dividenden, weshalb die Entsendung eines britischen Geschwaders an den La Plata überlegt werde. Wiederabdruck einer Karikatur aus *Caras y Caretas*, Buenos Aires, vom 20. Januar 1912. Quelle: *La Unión*, Buenos Aires, 05.11.1917, S. 5.

Die *Unión* hatte bereits in den Jahren vor 1916 die schwelenden Konflikte bei den Bahn- und Gefrierfleischindustriearbeitern für ihre Zwecke instrumentalisiert. Der Artikel *Explotación incalificable de 4.000 obreros. El frigorífico La Plata Cold Storage tiene implantado un régimen de terror* erweckte den Anschein, eine investigative Reportage zu sein, die einen Skandal um menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in der englischen Firma aufdeckte:

„Estamos en presencia de un asunto de gran magnitud; que afecta a cuatro mil trabajadores desamparados, y cuyos efectos morales acaso recaigan sobre el prestigio del país si el gobierno federal no toma inmediata intervención.“⁹⁵⁴

⁹⁵⁴ *Explotación incalificable de 4.000 obreros. El frigorífico La Plata Cold Storage tiene implantado un régimen de terror.* In: *Unión*, Buenos Aires, 11.05.1915, S. 3f.

Die Gleichsetzung von jedwedem lokalen englischen Handeln im wirtschaftlichen Bereich mit einer Form der Schreckensherrschaft, beziehungsweise einem Akt des Unrechts, diene der Diskreditierung Großbritanniens als Vertreter der „zivilisierten“ Länder sowie der Delegitimierung der englischen Wirtschaftsinteressen vor Ort.⁹⁵⁵ Gleichzeitig befürwortete die *Unión* auch die Politik der Regierung Yrigoyen und konnte somit Solidarität von deutscher Seite signalisieren. Dabei spielte es während der ganzen Kampagne keine Rolle, dass eine Mobilisierung der Arbeiterschaft eigentlich nicht dem nationalkonservativen und monarchistischen Weltbild der Macher der *Unión* entsprach. Ideologische Differenzen wurden den unmittelbaren Interessen Deutschlands somit klar untergeordnet.

Für das Beispiel Chile lassen sich vergleichbare Artikel in der deutschen Presse finden.⁹⁵⁶ Im Mittelpunkt standen dabei insbesondere die Zustände in den Salpeterabbaugebieten, die zum Großteil von englischen Firmen kontrolliert wurden. Auch hier legte es die Argumentationsstrategie darauf an, den Engländern eine besonders grausame Behandlung der Arbeiter nachzuweisen. Die Gleichsetzung des Völkermords an den Armeniern mit der durchschnittlich geringen Lebenserwartung der Bergleute in den chilenischen Salpeterminen aufgrund schlechter Arbeitsbedingungen sollte so etwa einerseits dazu dienen, die Verbrechen des verbündeten Osmanischen Reiches zu relativieren und andererseits den englischen Firmen den Versuch der „Ausrottung“ der zumeist mestizischen chilenischen Arbeiterschaft vorzuwerfen.⁹⁵⁷

Das Wirken des englischen Imperialismus wurde somit sowohl als abstrakte permanente Bedrohung der Nation dargestellt als auch anhand von konkreten Beispielen verdeutlicht. Das negative Englandbild musste von der deutschen Propaganda dabei nicht erfunden, sondern die entsprechenden Topoi mussten nur im lokalen Diskurs aufgefunden und in die Persuasionsrhetorik der Presse eingebunden werden. Die Diffamierung Englands als gewissenlosem Ausbeuter war darüber hinaus auch eine Reaktion auf die alliierte Propaganda, die seit dem

⁹⁵⁵ Vgl. u. a. auch El terrorismo británico. Policía inglesa en la Argentina. In: *Germania*, Buenos Aires, 02.05.1916, o.A.; Imperio británico dentro del estado argentino. In: *Unión*, Buenos Aires, 04.10.1915, S. 5; Industria amenazada. In: *Ebenda*, 25.12.1915, S. 5; Cómo se viola nuestra neutralidad. In: *Ebenda*, 21.02.1917, S. 5; El daño que nos ha hecho Inglaterra. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 20.05.1915, S. 1.

⁹⁵⁶ Vgl. u. a. El secreto de la huelga de Punta Arenas. Las orejas del lobo. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 03.02.1917, S. 1; Algo sobre las provincias salitreras. In: *Ebenda*, 20.03.1917, S. 1; El régimen del terror en el comercio de Chile. In: *Ebenda*, 28.03.1917, S. 1.

⁹⁵⁷ Las masacres en Armenia y las masacres en Chile. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 21.03.1917, S. 1.

Kriegsausbruch den deutsche Überfall auf Belgien auch in Lateinamerika zur Emotionalisierung der Öffentlichkeit zu nutzen gewusst hatte.⁹⁵⁸ Die deutsche Propaganda wollte das angebliche Mitleid Großbritanniens mit dem „kleinen Belgien“ daher als Heuchelei entlarven, indem die britischen Souveränitätsverletzungen und Kolonialverbrechen in Lateinamerika und andernorts öffentlich vorgeführt wurden.

Ab dem Frühjahr 1916 legten die deutschen Propagandazeitungen in Argentinien und Chile den inhaltlichen Fokus deutlich auf die Abwehr der englischen *listas negras*.⁹⁵⁹ Zunächst standen die Fragen nach der Legitimität des Vorgehens Englands in völkerrechtlicher Hinsicht sowie nach der Verletzung der staatlichen Souveränität durch die Anordnung des englischen Außenministeriums im Mittelpunkt. In der rhetorischen Abwehr des Wirtschaftskrieges und im ständigen Drängen auf den unbedingten Erhalt des *status quo* der deutsch-lateinamerikanischen Handelsbeziehungen sowie der wirtschaftlichen wie auch politischen Neutralität zeigte sich schnell der angesichts dieser Situation rein defensive Charakter der deutschen Kriegspropaganda, da diese auf die Aktionen der Engländer nur reagieren konnte, wobei sich ganz besonders die *Unión* in streckenweise langatmigen Ausführungen über die Hintergründe und negativen Auswirkungen der Listen ausließ.⁹⁶⁰

In Argentinien und Chile wurden die englischen Listen durch die deutsche Propaganda nicht nur als Angriff auf die nationale Souveränität der beiden Länder interpretiert, sondern auch als kriegerischer Akt, der die neutralen Staaten unfreiwillig zu einer Positionierung zwang und sie so in den Konflikt hineinzog:

„El gobierno británico ha trasplantado la guerra al suelo argentino [...]“⁹⁶¹

⁹⁵⁸ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 107.

⁹⁵⁹ Vgl. u. a. Las listas negras. Sus efectos en nuestro país. In: *Unión*, Buenos Aires, 29.04.1916, S. 5; Las "listas negras". Intervención del congreso nacional. In: Ebenda, 18.07.1916, S. 3; La guerra comercial inglesa y su inconveniencia en Chile. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 21.02.1916, S. 1.

⁹⁶⁰ Vgl. u. a. Las "listas negras" británicas. Sus efectos en nuestro país. In: *Unión*, Buenos Aires, 22.02.1916, S. 5; Las "listas negras". Indiferencia del P.E. Nacional. In: Ebenda, 05.07.1916, S. 5; Las "listas negras". Su influencia en Uruguay, in: Ebenda, 06.07.1916, S. 5.

⁹⁶¹ El terrorismo británico. In: *Germania*, Buenos Aires, 01.04.1916, o.S.; vgl. auch Trayendo la guerra al suelo argentino. In: *Unión*, Buenos Aires, 26.06.1915, S. 5.

Ganz ähnlich äußerte sich Eduardo Matthei⁹⁶² in seiner Rede zur Gründung der Ortsgruppe Osorno des Deutsch-Chilenischen Bundes im August 1916:

„Der Krieg ist jetzt in unser Land [Anm.: Chile] gekommen.“⁹⁶³

Der Angriff, als welchen die Deutschen vor Ort die englischen Maßnahmen verstanden, wurde in der Konsequenz als Angriff auf den gesamten argentinischen beziehungsweise chilenischen Nationalstaat und nicht auf die Minderheit der deutschen Gemeinschaft gedeutet. In seiner wirtschaftlichen Dimension war der Krieg von Beginn an als globaler Konflikt spürbar gewesen, durch die *listas negras* und weitere handelspolitische Einschränkungen erhielt diese Dimension aber auch lokal eine neue Intensität.⁹⁶⁴ Sie bedeuteten in der Interpretation der deutschen Propaganda eine konkrete Präsenz des Krieges, die zur Neutralität der lateinamerikanischen Staaten im Widerspruch stand und deshalb aufs Schärfste zu verurteilen war.⁹⁶⁵ Nationale Souveränität, Patriotismus und wirtschaftspolitische Neutralität wurden in den Propagandatexten rhetorisch eng miteinander verflochten. Im Sommer 1917 verstärkte die *Unión* ihre Kampagne gegen die englischen Einflüsse auf die argentinische Wirtschaft noch. Neben der bereits erwähnten Unterstützung der Streikenden ging es dabei auch um wirtschaftlichen Protektionismus und den Aufbau einer eigenen nationalen Industrie – Forderungen also, die von den Intellektuellen in Argentinien wie auch in Chile bereits vor dem Krieg laut geworden waren und nun von der deutschen Propaganda vereinnahmt wurden:

„Consideramos necesario insistir sobre la urgencia en que está el país de bastarse a sí mismo, de romper paulatinamente las coyundas que cercenan su autonomía, de imprimir el timbre nacional sobre todas las manifestaciones de su vida orgánica, de esparcir la energía argentina más allá de las labores agrícolas y ganaderas, únicas actividades que detenta en sus manos, [...]“⁹⁶⁶

⁹⁶² Eduardo Matthei besaß in zweiter Generation eine Apotheke in Osorno und war aktives Mitglied im dortigen Deutschen Verein, vgl. Diego Aranda, José María Llarena, Rafael Tenajo (Hrsg.): *La Colonia Alemana en Chile*. Santiago 1920, S. 622f.

⁹⁶³ o.A.: *Tagung des Deutsch-Chilenischen Bundes*, S. 95.

⁹⁶⁴ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 93f.

⁹⁶⁵ Vgl. u. a. *La guerra comercial inglesa y su inconveniencia en Chile*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 21.02.1916, S. 1, vgl. auch *La guerra comercial*. In: *Ebenda*, 10.05.1916, S. 1; *Atentado contra nuestra dignidad*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 27.02.1917, S. 1.

⁹⁶⁶ *Reafirmemos la nacionalidad*. In: *Unión*, Buenos Aires, 25.08.1917, S. 1; vgl. außerdem *La otra independencia. ¡Hagamos patria!*. In: *Ebenda*, 22.08.1917, S. 1; *Palpitaciones nacionalistas*. In: *Ebenda*, 27.08.1917, S. 1.

Auch ohne die direkte Nennung Englands machte der Text deutlich, dass die wirtschaftliche Abhängigkeit des Landes ein Zeichen für dessen mangelnde Souveränität sei, dem durch den Aufbau einer nationalen Industrie entgegengetreten werden müsse. Eine Maßnahme sei etwa die Rücknahme aller Konzessionen, die ausländischen Firmen und Banken gemacht worden seien, was im Falle Argentiniens zuallererst Großbritannien treffen musste. Dass derartige Maßnahmen sich in erster Linie gegen die Briten richten sollten, wurde aus dem Gesamtzusammenhang der oben zitierten Artikelserie ersichtlich. Die britischen Wirtschaftziele und ihre gegen die Deutschen gerichteten Aktionen wurden als Bedrohung der nationalen Integrität gedeutet, gegen welche die Regierungen im eigenen Interesse Schritte einleiten sollten. Diese im Sommer 1917 angelaufene Kampagne der *Unión* für einen starken Wirtschaftsnationalismus in Argentinien sowie die Berichterstattung über die Eisenbahnerstreiks nahmen allein quantitativ einen sehr viel größeren Raum in der Zeitung ein als zum Beispiel anti-US-amerikanische Propaganda, die zu diesem Zeitpunkt in Mexiko das propagandistische Tagesgeschäft der Deutschen bestimmte. Die *Unión* arbeitete sich daher auch über den Kriegseintritt der USA hinaus weiterhin am Feindbild England ab.

In der diskursiven Konstruktion der deutschen Propaganda befanden sie Argentinien und Chile zwischen Kolonialraum und souveränen Staaten, die sich je nach ihrer politischen Positionierung im Konflikt auf der einen oder anderen Seite wiederfinden konnten. Aktive Neutralität und Kritik an den englischen Wirtschaftsmaßnahmen standen dieser Logik nach für nationale Souveränität und außenpolitische Stärke, während die (wirtschaftliche) Unterstützung Großbritanniens eine quasi-koloniale Abhängigkeit zur Folge haben würde. In dieser Alternativlosigkeit äußerte sich das binäre Prinzip der Propaganda, das keine Nuancierungen oder Komplexität erlaubt. Nicht der kulturelle, sondern der nationale Raum wurde nun durch einen exogenen Feind, Großbritannien, ganz materiell bedroht. Die intellektuelle Kritik von Autoren aus Chile und Argentinien an der wirtschaftspolitischen aber auch ideell-geistigen Abhängigkeit der Staaten des *Cono Surs* von Europa und den USA wurde dabei allein auf England umgelenkt. Das Evozieren von Bedrohungsängsten sollte widerständiges Verhalten gegen die englischen Wirtschaftsansprüche in der Region provozieren, was der deutschen Seite durch die ökonomische Schwächung des Gegners zugutegekommen wäre. Im Kontext des Wirtschaftskrieges mobilisierte die deutsche Propaganda daher lokale protektionistische Bestrebungen, welche sie mit einem negativ konnotierten England-Stereotyp verband.

2.2.2 „LAS PERFIDIAS DEL ETERNO Y NATURAL ENEMIGO DEL NORTE“: DIE ANEIGNUNG DES PROGRESSIVEN *HISPANOAMERICANISMO* UND DES *ANTI-YANQUIZISMO* IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA

Das Jahr 1917 markierte nicht nur im Verlauf des Ersten Weltkrieges einen Wendepunkt, sondern war auch Ausgangspunkt nachhaltiger und tiefgreifender Transformationen im globalen Mächtesystem.⁹⁶⁷ Die Vorfälle, die im Oktober 1917 zur Russischen Revolution führten, der Friedensschluss mit Russland sowie der Kriegseintritt der USA auf Seiten der *Entente cordiale* waren zentrale Ereignisse in der Formierung des „Westens“ und seines ideologischen Gegenparts der Sowjetunion im frühen 20. Jahrhundert.⁹⁶⁸ Das Deutsche Reich entsprach, wie im Übrigen auch Spanien, bis 1920 keinem der beiden politischen Modelle, sondern lehnte sowohl das so genannte „westliche“ Zivilisationsmodell als auch den Kommunismus sowjetischer Prägung ab.⁹⁶⁹ Mit dem Ausscheiden Russlands aus dem Krieg im Winter 1917 und der Kriegserklärung der Vereinigten Staaten stellte sich die alliierte Propaganda neu auf und machte den Kampf gegen autokratische Systeme zu einem ihrer Leitmotive. Die Alliierten konnten sich besser als je zuvor als Bewahrer der Zivilisation inszenieren, da die gesellschaftliche Rückständigkeit Deutschlands nicht mehr mit dem Verweis auf das autoritäre System des zaristischen Russlands relativiert werden konnte.⁹⁷⁰

Für die lateinamerikanischen Nationen bedeutete der Kriegseintritt der USA ebenfalls eine außenpolitische Neuausrichtung, ganz besonders in Mittelamerika und der Karibik.⁹⁷¹ So traten Costa Rica, Guatemala oder Kuba zumindest formell in den Krieg ein, während Bolivien, Ecuador, Peru und Uruguay ihre diplomatischen Beziehungen mit dem Deutschen Reich abbrachen.⁹⁷² Brasilien

⁹⁶⁷ Jörn Leonhard: 1917-1920 and the Global Revolution of Rising Expectations. In: Rinke, Wildt (Hrsg.): *Revolutions*, S. 49ff.; ders.: *Die Büchse der Pandora*, S. 706f.

⁹⁶⁸ Leonhard: *Rising Expectations*, S. 31-54; Miliopoulos: *Atlantische Zivilisation*, S. 339.

⁹⁶⁹ Ebenda, S. 105, 333f.

⁹⁷⁰ Wehler: *Deutsche Gesellschaftsgeschichte*, Bd. 4, S. 148.

⁹⁷¹ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 145ff. Die chilenische pro-deutsche Tageszeitung *Tiempo Nuevo* führte seit dem Kriegseintritt der USA auf ihrer Seite mit Telegrammen zum Krieg eine Rubrik *La Guerra en Sud-América*, unter der Telegramme und Kurznachrichten aus Lateinamerika veröffentlicht wurden, die im Bezug zum Kriegsgeschehen standen, zum Beispiel im Falle der Beschlagnahmung deutscher Handelsschiffe in Brasilien, vgl. u. a. *La Guerra en Sud-América, La usurpación de los vapores alemanes por el Brasil*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 31.07.1917, S. 3.

⁹⁷² Vgl. Übersicht bei Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 147.

trat als einziger ABC-Staat im Oktober 1917 auf Seiten der Alliierten in den Krieg ein. Dies war nicht allein auf das außenpolitische Drängen der USA zurückzuführen, sondern auch eine Konsequenz des uneingeschränkten U-Bootkrieges.⁹⁷³ Hinzu kam regionalpolitisches Kalkül. Das Verhältnis zwischen Argentinien und Brasilien war seit dem 19. Jahrhundert von Konkurrenz um die Vormachtstellung in der Region geprägt.⁹⁷⁴ Das Zusammengehen mit den USA sollte Brasiliens Position in Südamerika stärken und das Land enger an die „westliche“ Hemisphäre anbinden.⁹⁷⁵ Argentinien und auch Chile entschieden sich, wohl auch beeinflusst durch die Entscheidung Brasiliens, gegen eine Aufgabe ihrer Neutralität, wenngleich gerade in Argentinien die Vehemenz der öffentlichen Proteste für einen Abbruch der Beziehungen mit Deutschland 1917 spürbar zunahm.⁹⁷⁶ Im *Cono Sur* schlug im September 1917 zudem die so genannte Luxburg-Affäre hohe Wellen und belastete das deutsch-argentinische Verhältnis stark.⁹⁷⁷

Angesichts dieser Entwicklungen sah sich die deutsche Propaganda in Lateinamerika ab 1917 vor neue Herausforderungen gestellt. Die USA leisteten in Lateinamerika modernste Kulturarbeit und banden im großen Stil auch Filme in ihre persuasive Taktik ein.⁹⁷⁸ Die deutsche Gegenstrategie bestand hauptsächlich daraus, lokalen US-kritischen Stimmen Raum zu geben und eine Feindbestimmung vorzunehmen, die sich aus lateinamerikanischen Quellen speisen konnte. In ganz Lateinamerika waren in ideologisch durchaus divergenten Gruppen anti-US-amerikanische Diskurse und Gefühle bereits seit dem 19. Jahrhundert präsent und Teil der intellektuellen wie auch politischen Auseinandersetzung. Im revolutionären Mexiko war die Ausgangslage für das deutsche Engagement allerdings besonders günstig. Dort verbanden sich die antiimperialistische und anti-US-amerikanische Rhetorik der deutschen Kriegspropaganda derart mit den Interessen und den Diskursen der

⁹⁷³ Compagnon: *América Latina*, S. 145.

⁹⁷⁴ Pablo Yankelevich: *La Diplomacia Imaginaria. Argentina y la Revolución Mexicana 1910-1916*. Mexiko D. F. 1994, S. 17-21.

⁹⁷⁵ Compagnon: *América Latina*, S. 146; Frank D. McCann: *Brazil and the United States: Two Centuries of Relations*. In: Sidnei J. Munhoz, Francisco Carlos Teixeira da Silva (Hrsg.): *Brazil – U.S. Relations in the 20th and 21st Centuries*. Maringá 2013, S. 39f.

⁹⁷⁶ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 175ff.; Tato: *Global Moments*, S. 229f.

⁹⁷⁷ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 177f. Auch in Chile verfolgte die deutsche Propaganda die Entwicklungen in Argentinien im Zuge der Luxburg-Affäre aufmerksam, vgl. u. a. ¿Romperá la Argentina con Alemania?. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 21.09.1917, S. 1.

⁹⁷⁸ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 142. Pastor Nelke von der deutschen protestantischen Gemeinde in Montevideo gab v.a. der US-amerikanischen Filmpropaganda eine Mitschuld an der antideutschen Stimmung in der Stadt, vgl. Nelke: *Deutschtum in Uruguay*, S. 274.

mexikanischen Öffentlichkeit, dass selbst den Beobachtern eine Unterscheidung zwischen deutscher und mexikanischer Propaganda gegen die USA nicht immer möglich war.⁹⁷⁹ Als *anti-yanquismo* kann in diesem Sinne eine besondere Ausprägung antiimperialistischer Kritik in Lateinamerika verstanden werden. Sie richtete sich gegen den Interventionismus der USA und die sogenannte *Big Stick Policy* unter Theodore Roosevelt. Unter dem Begriff *peligro yanqui*, der „Yankee-Gefahr“, wurden die USA sowohl von Intellektuellen und den Eliten als auch von der Bevölkerung mit negativen Stereotypen belegt, die das Bild der Vereinigten Staaten in Lateinamerika teilweise bis heute prägen.⁹⁸⁰ Der Ausdruck *yanqui* zur Beschreibung von US-Amerikanern verweist dabei auf ein stark emotionalisiertes Heterostereotyp, das die USA als bedrohlichen Antagonisten Lateinamerikas zeichnete.⁹⁸¹

Ob nun in Argentinien, Chile oder Mexiko, in allen drei Ländern bemühte sich die deutsche Presse darum, der von den USA ausgehenden imperialistischen Gefahr eine neue Qualität zuzuschreiben. Dies entsprach weitestgehend der Beobachtung, dass Großbritannien in Südamerika zwar noch immer die wirtschaftlich und insbesondere finanzpolitisch einflussreichste Größe war, zunehmend aber von den Vereinigten Staaten abgelöst wurde. Hinzu kam, und dies hatte Paul Gast bereits 1915 ausformuliert, dass sich der Einfluss der USA nicht allein auf die Festigung der wirtschaftlichen Machtstellung beschränkte, sondern unter anderem über die Institutionen panamerikanischer Organisationen potentiell auch ihre politischen Einflusszonen in Lateinamerika ausbaute.⁹⁸² Das Bedrohungspotential, das von den Vereinigten Staaten ausging, beschränkte sich demnach nicht allein auf ihren Wirtschaftsimperialismus, sondern schien durch ihre kontinentale Dominanz die regionalen wie auch nationalen Eigenarten und Charakteristika Hispanoamerikas zu gefährden.

Bereits in den Jahren 1915 und 1916 publizierten die Zeitungen *La Gaceta Militar* und *La Gaceta de Chile* aus Santiago de Chile Artikel, die Misstrauen wecken und eine tendenziell negative Einstellung gegenüber den USA in der

⁹⁷⁹ PA AA, R 122 690, Bericht Ibero-Amerikanischer Nachrichten- und Archivdienst Hamburg an AA, 02.10.1917.

⁹⁸⁰ Alan McPherson: *Antiyanquismo: Nascent Scholarship, Ancient Sentiments*. In: ders. (Hrsg.): *Anti-Americanism in Latin America and the Caribbean*. New York, Oxford 2006, S. 12ff.; Rinke: *Begegnungen mit dem Yankee*, S. 37.

⁹⁸¹ Hahn, Hahn: *Nationale Stereotypen*, S. 23.

⁹⁸² Rinke: *Lateinamerika und die USA*, S. 46ff.

Öffentlichkeit befördern sollten.⁹⁸³ Der deutsche Gesandte Erckert befürchtete, dass die Zeitungen dabei mitunter über das Ziel hinausschossen und sie nicht unbedingt im Interesse der deutschen Diplomatie handelten, die zu diesem Zeitpunkt noch darum bemüht war, die USA weitgehend aus dem Konflikt herauszuhalten.⁹⁸⁴ Dass die pro-deutschen Zeitungen bereits zu so einem frühen Zeitpunkt mitunter durchaus scharfe Kritik gegen die USA äußerten, kann daher als Hinweis darauf gedeutet werden, dass die Redaktionen inhaltlich selbstständig und ohne allzu enge Vorgaben von Seiten der deutschen Diplomaten arbeiten konnten, solange die deutschfreundliche Ausrichtung der Publikationen insgesamt gewahrt wurde. Der *anti-yanquismo* jener Artikel bediente zu diesem Zeitpunkt vor allem die Ressentiments der chilenischen Konservativen, die sich auch in den Werken der bereits genannten Intellektuellen Francisco Encina oder Tancredo Pinochet Le-Brun niedergeschlagen hatten. Über die US-amerikanischen Handelsinteressen in Chile schrieb die *Gaceta de Chile* im April 1916 unter anderem die folgenden Worte:

„La nación de los ingleses de América del Norte, no puede diferenciarse de la madre patria en cuanto a inhumanidad y ambiciones. [...] Como chilenos, debemos ardientemente desear el triunfo de Alemania, porque será lo único que nos libraré de ser los «pagagnini» de los gastos de guerra de los aliados; una Alemania arruinada significaría para nosotros el compadrazgo del Comercio Yankee-inglés impuesto brutalmente en nuestra patria.“⁹⁸⁵

Zwischen den englischen und US-amerikanischen Ambitionen in Chile fand hier keine Differenzierung statt. Stattdessen wurde das Bild einer angloamerikanischen Übermacht entworfen, die bei einer Niederlage Deutschlands Chile weiterhin ausbeuten würde. Die Gleichsetzung von einem deutschen Triumph und der Befreiung Chiles vom Joch der angelsächsischen Nationen forderte die Leserschaft zu einer emotionalen Parteiergreifung für die deutsche Sache durch die Erweckung patriotischer Gefühle auf. Die US-Amerikaner wurden in der deutschen Propaganda Chiles als „Nachkommen“ Englands mit den gleichen Stereotypen belegt, was sich im Diskurs der *Gaceta de Chile*, der stark von biologistischen und rassistischen Denkmustern bestimmt war, besonders deutlich niederschlug:

⁹⁸³ Vgl. u. a. Alemania y Sud-América. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 13.08.1914, S. 3; El acuerdo yanqui-inglés. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 01.09.1915, S. 3.

⁹⁸⁴ PA AA, R 121 292, Bericht von Erckert an AA, Berlin, 17.01.1920.

⁹⁸⁵ El Comercio Yankee en Chile. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 04.04.1916, S. 1.

„Los yankees, son descendientes directos de los británicos y no debemos extrañarnos que tengan las mismas cualidades de los hijos de aquella nación, que ha llevado «su protección» al Canadá, Malvinas, Gibraltar, Irlanda, Egipto, Transvaal, Indias, [...]“⁹⁸⁶

Engländer und US-Amerikaner seien also „von Natur aus“ und somit unabänderlich ausbeuterische Imperialisten. Die semantische Übereinstimmung der Charakteristika und Handlungsmuster lässt beide Länder austauschbar erscheinen und sie zu einem „angelsächsischen“ Feindbild verschmelzen.

Die Kritik am *Monroismo*,⁹⁸⁷ also an der hegemonialen Stellung der USA auf dem Kontinent, die durch die Monroe-Doktrin legitimiert werden sollte, wurde daher sowohl in der *Gaceta Militar* als auch in ihrer Nachfolgerin, der *Gaceta de Chile*, zeitlich schon deutlich vor dem Kriegseintritt der USA geäußert, wobei die Kritik oft mit einem Verweis auf die imperialistische Großmacht England verbunden wurde:

„Son ideas que giran alrededor del Monroismo que nació espontáneamente de un «Americano Yankee» y que las naciones o los cerebros débiles aceptan como bueno y lícito por falta de delicadeza patriótica o por que ven en la Nación del Norte un fantasma gigantesco, como ha sido Inglaterra para Europa, a la cual ha revuelto más de una vez en cada siglo; ya tutelando a ciertas naciones o desamparando a otras.“⁹⁸⁸

Der *anti-yanquismo* der beiden *Gacetas* vor 1917 und ihre besondere Ablehnung der Monroe-Doktrin dürfte sich vor allem dadurch erklären, dass sowohl einzelne der Macher der Zeitung als auch ein Teil des anvisierten Rezipientenkreises dem chilenischen Militär zugehörten.⁹⁸⁹ Die Militärs und ihre Sympathisanten zeigten sich gegenüber den USA so ablehnend, da die Vereinigten Staaten während des Pazifikkrieges (1879 – 1884) die Feinde Chiles, nämlich Peru und Bolivien, unterstützt hatten.⁹⁹⁰ Dass die beiden Andenstaaten ihre Beziehungen zu Deutschland abbrachen, erklärte eine pro-deutsche Stimme denn auch aus der politischen Verbundenheit Perus und Boliviens mit den USA und kam zu folgendem Schluss:

⁹⁸⁶ ¡Monroismo!. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 28.04.1916, S. 2.

⁹⁸⁷ Vgl. u. a. Alemania y Sud-América. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 13.08.1914, S. 3; El comercio yankee en Chile. In: *Gaceta de Chile*, 04.04.1916, S. 1; Más sobre Monroismo. In: Ebenda, 29.04.1916, S. 1 und 2; Monroismo. In: Ebenda, 02.05.1916, S. 2.

⁹⁸⁸ ¡Más sobre Monroismo!, in: *Gaceta de Chile*, Santiago, 29.04.1916, S. 1. Vgl. außerdem Inglaterra y Estados Unidos. Gran Bretaña en decadencia y sometida. In: *Unión*, Buenos Aires, 27.04.1917, S. 5.

⁹⁸⁹ PA AA, R 16 683, Brief Otto Walkner, Valparaíso, an Ludwig Asch, Berlin, 19.11.1914.

⁹⁹⁰ Martin: Latin America, S. 342.

„Sea usted lógico: si es acto de gratitud el del Perú y Bolivia el plegarse a los Estados Unidos, ¿no sería ingratitud la de Chile al pagar, por los menos con la ruptura de las relaciones, los servicios que nos prestó la Alemania [...] [...] Seamos ante todo, y por sobre todo, chilenos.“⁹⁹¹

Die Unterstützung der einen oder der anderen Kriegspartei ließe sich demnach aus der historischen Erfahrung der jeweiligen Nation legitimieren, und so wie sich Peru und Bolivien aus Dankbarkeit nun auf die Seite der USA stellten, müsse Chile nun Deutschland, das sich während des Pazifikkrieges vor allem neutral verhalten hatte, seine Sympathien zeigen. Die anti-US-amerikanische Rhetorik der deutschen Propaganda wurde also durch den nationalen Kontext feiner abgestuft, wenngleich sich die zugrunde liegenden Argumentationsschemata der Imperialismus-Kritik immer ähnelten.

Obwohl der *anti-yanquismo* als Topos der deutschen Propaganda somit auch im *Cono Sur* eine bedeutsame Rolle spielte, kann Mexiko fraglos als das Zentrum der anti-US-amerikanischen Agitation in jenen Jahren bezeichnet werden, welche allerdings nicht allein von den Deutschen und ihren Sympathisanten gesteuert wurde. Die wiederholten militärischen Interventionen der USA in Mexiko und die Verletzung der territorialen Integrität des Landes hatten dazu geführt, dass weite Teile der mexikanischen Bevölkerung den USA mit großer Feindseligkeit begegneten.⁹⁹² In der Folge kam es in keinem anderen lateinamerikanischen Land zu einer so starken publizistischen Polemik gegen die USA wie in der mexikanischen Presse.⁹⁹³ Im Fall der Carranza treu ergebenen Zeitung *El Demócrata* kann die anti-US-amerikanische Haltung der Redaktion um Rafael Martínez zum Beispiel nicht allein auf die deutschfreundliche Haltung des Blattes ab 1916 zurückgeführt werden, da der *Demócrata* bereits deutlich vor seiner Teilfinanzierung durch die deutsche Botschaft US-kritische Positionen vertrat. Eine solche Differenzierung ist allerdings nicht unbedingt notwendig, zumal aus deutscher Perspektive das Gesamtergebnis stimmen musste, was durch die

⁹⁹¹ Roberto Huneus Gana: Por amor a Chile y por gratitud a Alemania. Santiago 1917, S. 63f.

⁹⁹² John A. Britton: Redefining Intervention. Mexico's Contribution to Anti-Americanism. In: McPherson (Hrsg.): Anti-Americanism in Latin America, S. 39ff.

⁹⁹³ Vgl. u. a. auch die publizierten Reden von Mnuel León Sánchez: Noticias falsas. Las atrocidades alemanas y la propaganda yanqui-aliada. Conferencia sustentada el jueves 15 de agosto de 1918, en la Academia Metropolitana de México. Mexiko D.F. 1918; ders.: Si el ejército alemán llegase a México. Conferencia sustentada en la Academia Metropolitana de México, la noche del 8 de Agosto de 1918. Mexiko D.F. 1918.

Kombination aus positiven und deutschfreundlichen Meldungen vom Kriegsgeschehen und der gleichzeitigen Verunglimpfung des Feindes in der Zeitung gewährleistet war.

Ein besonders augenfälliges Merkmal des Anti-US-Amerikanismus in insbesondere der pro-deutschen Presse in Mexiko war die abschätzige Bezeichnung der Vereinigten Staaten als *Yanquilandia* und die nahezu ausnahmslose Verwendung des Begriffs *yanqui* für US-Amerikaner im *Demócrata* sowie im *Boletín de la Guerra*.⁹⁹⁴ Ein weiteres bemerkenswertes diskursives Phänomen der deutschen Propaganda in Mexiko war die Etablierung des Neologismus *yancófilo* anstelle von *aliadófilo*.⁹⁹⁵ Dies bedeutete eine Ausklammerung von Großbritannien und Frankreich, die für die pro-deutsche Propaganda in Mexiko ab April 1917 nahezu keine Rolle mehr spielten. Stattdessen wurde das Feindbild *Yanquilandia* von den Zeitungen in den Vordergrund gerückt, so dass der Krieg in Europa mehr und mehr als universaler, antiimperialistischer Abwehrkampf gegen die USA inszeniert wurde. Die Diffamierungsrhetorik bediente sich dabei frei an den bereits zirkulierenden stereotypen und negativen Repräsentationen der USA, wie das folgende längere Zitat zeigt:

„Y como quizá para Wilson, que aunque demócrata, es norteamericano, el oro es todo, creyó tal vez que era llegada la hora de que Norteamérica se convirtiese en ordenadora y dominadora mundial, en tanto que él, el propio Wilson, dictador y dominador de Norteamérica, sería el dominador y dictador del Universo entero. Una doctrina Monroe mundial, que abarcase lo mismo a Nicaragua que a Alemania; lo mismo a Haití que a la Gran Bretaña, resultaba el gran ensueño del antes humilde maestro de Princeton, elevado a las alturas del vertiginoso poder. Wilson movilizó, para conseguir su estupendo objetivo, toda la prensa amarillista de la enorme Yanquilandia, todas las finanzas del potente almacén del oro, todas las industrias del fenomenal país del bluff, y, en fin, los recursos todos de esa mole asombrosa que se llama Estados Unidos de Norteamérica. [...] La influencia yanqui se extendería más allá de océanos y mares, y Europa

⁹⁹⁴ Vgl. u. a. Espionaje yanqui en Veracruz. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 03.04.1918, S. 1; Labor yanqui contra México. In: *Ebenda*, 20.05.1918, S. 1; Los soldados yanquis han cometido en la orilla del Bravo intolerables atentados. In: *Ebenda*, 24.07.1918, S. 1; Hipocresía yanqui. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 17.05.1917, S. 1; Imperialismo en acción. Yanquilandia no abandona sus planes infames de absorción. In: *Ebenda*, 28.05.1917, S. 1.

⁹⁹⁵ Vgl. u. a. Falsedad de un periódico yancófilo. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 28.08.1917; Al margen de la guerra: El lirismo de los yancófilos. In: *Ebenda*, 13.08.1918, S. 3; A los yancófilos de buena fe, si los hay. In: *Ebenda*, 05.10.1918, S. 1.

sería un feudo de Norteamérica y la Humanidad un dócil caballo que obedecería ciegamente las riendas del Dios de Washington.“⁹⁹⁶

Der Materialismus der Vereinigten Staaten, der auch über den demokratischen Prinzipien stehe, wird hier zum Ziel des Spottes. Diese Darstellung der USA als utilitaristisch-kapitalistisches System bar jeder Kultur findet sich bereits in den einflussreichen Essays *El Triunfo de Calibán* (1898) von Rubén Darío und im bereits mehrfach erwähnten *Ariel* (1900) von José Enrique Rodó wieder.⁹⁹⁷ Die USA, hier personifiziert durch Präsident Wilson, handelten nicht nach höheren Prinzipien, sondern ließen sich allein vom Machtstreben treiben. Die Kriegsteilnahme sei ein bloßer Versuch der USA, ihre hegemoniale Machtstellung von Nordamerika aus auf die ganze Welt auszuweiten. Sei es den Engländern um die Vorherrschaft auf den Weltmärkten gegangen, so hätten es die Vereinigten Staaten auch auf politische Dominanz und die Unterwerfung aller souveränen Staaten abgesehen. Die Monroe-Doktrin stünde dabei, wie auch im weiter oben bereits genannten Zitat aus Chile, für das imperialistische Streben der USA. Bei diesem Argumentationsschema handelte es sich um keine Kreation der deutschen Propaganda, sondern um einen Rückgriff auf einen relevanten Topos im antiimperialistischen Diskurs der Region, da die lateinamerikanische Kritik an der Monroe-Doktrin bis weit in das 19. Jahrhundert zurückreichte. Gerade deshalb aber konnte das Schlagwort von der Monroe-Doktrin bei der Leserschaft eine Kette von negativen Assoziationen auslösen, mit denen sich diverse bereits bekannte Stereotype und Zuschreibungen verbanden, ohne dass ein Feindbild von Grund auf konstruiert werden musste. Dies erhöhte das persuasive Potential der deutschen Propaganda enorm. Hier ging es nicht mehr um das ferne Europa, sondern um einen Feind, der direkt vor der Haustür stand.

Die pro-deutsche Presse kämpfte mit allen Mitteln gegen die US-amerikanischen Versuche propagandistischer Einflussnahme in Mexiko. Eine Zuspitzung erfuhr der publizistische Kampf gegen die USA in der Anfang des Jahres 1918 wochenlang geführten Kampagne des *Demócrata* gegen die von den USA finanzierte Zeitung *El Universal* und ihren Chefredakteur Félix Palavicini. Attacken wie auch Gegenattacken auf proalliierte Zeitungen waren in jedem Land durchaus üblich, so sahen die *Gacetas* sowie der *Tiempo Nuevo* aus Chile in *El Mercurio* und seinem Besitzer Edwards ihren Hauptfeind, während sich die *Unión*

⁹⁹⁶ Por todo el mundo: Vanitas Vanitatis. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 18.02.1918, S. 4.

⁹⁹⁷ Rubén Darío: *El Triunfo de Calibán*. In: ders.: *El modernismo y otros ensayos*. Herausgegeben von Iris M. Zavala. Madrid 1989, S. 161ff. Die *Unión* bezeichnete Rodós *Ariel* im Juli 1917 als das „Evangelio laico de la América Latina“, vgl. Enseñanzas de Rodó. In: *Unión*, Buenos Aires, 28.07.1917, S. 5.

in Buenos Aires insbesondere gegen *La Nación* positionierte.⁹⁹⁸ Aber nicht einmal der hitzige Pressekrieg in Chile gegen den *Mercurio* nahm solch personalisierten Züge an wie die Kampagne gegen den Redakteur des *Universal*. Neben der Organisation von Straßenprotesten gegen Palavicini verleumdete der *Demócrata* ihn mehrfach als Vaterlandsverräter.⁹⁹⁹ Die Aktion war im Ton äußerst scharf:

„[...] No puede ser más francamente detestable el procedimiento de ese diario [Anm: El Universal]. Bien está que se tengan simpatías por una u otra personas; pero trabajar en contra de los intereses de la propia familia, por lucro, por medro, por complacer a quienes esos servicios pagan, sencillamente no tiene nombre. [...] Palavicini, trabajando en la forma que lo hace en su diario intervencionista, traiciona al Gobierno, a la Patria y a la Raza. Su caso es especialísimo y creemos que no hará escuela, por más que desde Iscariote se han sucedido los Judas [...].“¹⁰⁰⁰

Die Gleichsetzung der Unterstützung der USA mit einem Verrat an der eigenen Nation erklärte sich aus der äußerst angespannten innen- wie außenpolitischen Situation in Mexiko und der starken Polarisierung zwischen den beiden Nachbarn. Die Kampagne gegen Palavicini, dem Carranza persönlich einst nahegestanden hatte, kann stellvertretend auch als Kampagne gegen US-freundliche Tendenzen in der mexikanischen Politik gelesen werden.¹⁰⁰¹ Darüber hinaus sei Palavicini aber auch ein Verräter der *raza*, also der hispanoamerikanischen Identität, wobei „la propia familia“ sowohl für die Nation stehen als auch das Kollektiv aller Hispanoamerikaner umfassen konnte. Man könne also kein „echter“ Mexikaner oder Hispanoamerikaner sein und gleichzeitig die USA unterstützen, da letzteres, also das Handeln im Interesse der USA, als Praxis die „eigene“ nationale oder regionale Identität unterminiere. Die Schwere der Strafe Palavicinis, seine Ausweisung aus Mexiko, also der tatsächliche Verlust der Heimat, schien die Vorwürfe nur zu bestätigen. Und so titelte *El Demócrata* nach der erzwungenen Exilierung Palavicinis in den USA auch *Félix Fulgencio Palavicini ya no es mexicano*, er sei nun kein Mexikaner mehr.¹⁰⁰² *Aliadófilo* zu sein hieß dieser

⁹⁹⁸ Vgl. u. a. Nuestra neutralidad y nuestra prensa. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 20.03.1915, S. 3; ¿Maldad o idiotismo? Lo que debemos saber los chilenos según "El Mercurio". In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 02.02.1917, S. 1.

⁹⁹⁹ Vgl. u. a. ¿Quo Vadis, Palavicini?. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 09.02.1918, S. 3; Nuevo fracaso del leader yancófilo, Felix Palavicini. In: Ebenda, 14.02.1918, S. 5; ¿Miente F. Palavicini, como un bellaco!. In: Ebenda, 20.02.1918, S. 3.

¹⁰⁰⁰ Palavicini es traidor al gobierno, a la patria y a la raza. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 06.03.1918, S. 3.

¹⁰⁰¹ Katz: *Guerra Secreta*, S. 362.

¹⁰⁰² Félix Fulgencio Palavicini ya no es mexicano. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 02.08.1918, S. 1.

Logik nach, eine Stimme des gesellschaftlichen Dissens zu repräsentieren, die nicht nur der inneren Geschlossenheit der Nation, beziehungsweise der *raza* gefährlich werden konnte, sondern einen Verrat bedeutete, der hart bestraft werden musste.¹⁰⁰³

Die deutsche Propaganda konnte bei der Umsetzung ihrer anti-US-amerikanischen Strategie auf eine äußerst einflussreiche Denkströmung zurückgreifen, welche die lateinamerikanischen Debatten seit Anfang des 19. Jahrhunderts bestimmte, und zwar auf den *Hispanoamericanismo*. Im letztgenannten Zitat wurde bereits implizit suggeriert, dass *anti-yanquismo* und Antiimperialismus einerseits die eigene nationale Souveränität zu behaupten helfen sollten, da sie mit den Interessen des Vaterlandes (*patria*) übereinstimmten. Andererseits wurde antiimperialistische Kritik auch als integraler Bestandteil kontinentaler und transnationaler Solidarität verstanden (*raza*). Nationale und lateinamerikanische Interessen wurden somit in der Abwehr des US-amerikanischen Einflusses kaum getrennt voneinander gedacht. Die deutsche Propaganda griff ein Kernelement des progressiven *Hispanoamericanismo* auf, der sich als Gegenentwurf zum „Yankee-Imperialismus“ verstand und der sich ohne seinen Antagonisten USA kaum denken ließ.¹⁰⁰⁴ Die extensive Bearbeitung dieser Argumentationsstrategie durch die deutsche Propaganda führte sogar dazu, dass ein US-amerikanischer Analyst noch im Jahre 1930 zu dem Schluss kam, die Propagandakampagnen des Deutschen Reiches allein hätten die noch immer anhaltenden anti-US-amerikanischen Gefühle in Lateinamerika hervorgerufen.¹⁰⁰⁵

In den intellektuellen Auseinandersetzungen über das Verhältnis Lateinamerikas zu den USA nahm seit der Jahrhundertwende der Argentinier Manuel Ugarte (1875–1951) eine herausragende Stellung ein. Ugarte war einer der bedeutendsten und profiliertesten Vertreter des *Hispanoamericanismo* in Lateinamerika. Seine Konzeption der hispanoamerikanischen Identität grenzte sich vom konservativen *Hispanismo* (vgl. Kapitel 4) insofern ab, als dass er die Eigenständigkeit Hispanoamerikas auch Spanien gegenüber betonte. Die koloniale Vergangenheit unter spanischer Herrschaft sei zwar für die

¹⁰⁰³ „[O]nce we have war, it seems, we have traitors“, zitiert aus Steuter, Wills: *At War with Metaphor*, S. 10.

¹⁰⁰⁴ Antonio Rivera García: *El peligro yanqui: La crítica de la civilización norteamericana por el hispanoamericanismo liberal de entreguerras*. In: Daniel Abraldes (Hrsg.): *Ideas que cruzan el Atlántico: utopía y modernidad latinoamericana*. Madrid 2015, S. 103.

¹⁰⁰⁵ McPherson: *Antiyanquismo*, S. 4.

Herausbildung einer gemeinsamen Kultur, Sprache und Tradition von Bedeutung gewesen, Ugarte leitete daraus aber keine Legitimation einer patriarchalen Vormachtstellung Spaniens in der Region ab. Wichtige Eckpfeiler seines Denkens waren die Idee der *patria grande*, also die Imagination des Kontinents als geteilte Heimat aller spanischsprachigen Amerikaner, die gleichzeitige Betonung des Nationalismus als zur Konzeption des *Hispanoamericanismo* komplementär gedachter Begriff sowie eine dezidiert antiimperialistische Einstellung, die sich in erster Linie gegen die US-amerikanische Politik in Lateinamerika richtete.¹⁰⁰⁶ Die hispanoamerikanische und die nationalen Identitäten waren dabei integrativ an einer positiven Bestimmung des „Eigenen“ (*raza hispana*) orientiert, während die USA als Antithese zur eigenen Identitätskonstruktion als der mit negativen Repräsentationen belegte „Andere“ (*raza anglosajona*) identifiziert wurde.¹⁰⁰⁷ Die im Konzept des *Hispanoamericanismo* bereits angelegte Polarisierung zwischen dem spanischsprachigen Amerika und den USA konnte somit von der deutschen Propaganda angeeignet werden, ohne dass größere Transformationen wie Anpassungen oder bewusste Auslassungen, wie zum Beispiel im Falle der Kritik am britischen Imperialismus, nötig waren.

Manuel Ugarte war weder ein Konservativer noch verspürte er besonders starke germanophile Sympathien, und dennoch war er für die deutsche Propaganda in Lateinamerika von herausragender Bedeutung und ließ sich, wie der Historiker Friedrich Schuler in seiner Studie schreibt, auch durchaus bereitwillig instrumentalisieren.¹⁰⁰⁸ Mexiko kam dabei als Hochburg des gegen die USA gerichteten Antiimperialismus eine besondere Relevanz zu. Seit 1911 hatte sich Ugarte auf seinen Vortragsreisen durch Lateinamerika auch immer wieder in Mexiko aufgehalten und sympathisierte offen mit den Revolutionären.¹⁰⁰⁹ In der mexikanischen Hauptstadt traf er aber nicht nur auf Präsident Carranza, sondern auch auf den deutschen Botschafter von Eckardt, der sich nur allzu gern und auf eigene Kosten um seine Unterbringung kümmerte.¹⁰¹⁰ Ugarte hatte seit der Jahrhundertwende den US-amerikanischen Imperialismus in der Region kritisiert, in den Kriegsjahren intensiviert sich sein Engagement für eine

¹⁰⁰⁶ Javier Moyano: El concepto de América Latina en el pensamiento de Manuel Ugarte y Deodoro Roca. In: Granados, Marichal (Hrsg.): Construcción des las identidades latinoamericanas, S. 184.

¹⁰⁰⁷ Krauze: Redeemers, S. 30.

¹⁰⁰⁸ Schuler: Secret Wars, S. 206; Compagnon: América Latina, S. 100.

¹⁰⁰⁹ Rinke: The Birth Year of Revolutions, S. 212; Pablo Yankelevich: La Revolución Mexicana en América Latina. Intereses políticos e itinerarios intelectuales. Mexiko D.F. 2003, S. 28.

¹⁰¹⁰ Schuler: Secret Wars, S. 206.

hispanoamerikanische Solidaritätsbewegung allerdings noch weiter.¹⁰¹¹ Emilio Kinkelin schlug den deutschen Diplomaten deshalb sogar vor, Ugarte eine eigene Zeitschrift zu finanzieren, die regelmäßig in Barcelona erscheinen sollte.¹⁰¹² Einzig geeint durch die Feindschaft mit den USA gelang es den Deutschen somit, einen Intellektuellen von internationalem Rang für die Interessen Deutschlands zu vereinnahmen. Andersherum könnte man allerdings auch argumentieren, dass es Ugarte gelang, die deutsche Propaganda für seine Ziele zu gewinnen. Die pro-deutsche Presse wurde schließlich auch zu einem Verbreitungsmedium seiner Schriften und Ideen. Die Frage der Intentionalität ist wohl in keinem der in dieser Arbeit untersuchten Beispiele so schwer trennscharf zu beantworten wie im Falle der Aneignung von antiimperialistischer und anti-US-amerikanischer Diskurse durch die deutsche Propaganda. Die Reziprozität von Interessen war in jedem Fall eines ihrer Charakteristika.

Die Rezeption Ugartes verlief in der deutschen Propaganda entlang der Debatten um Neutralität und der Frage nach der internationalen Verortung – und damit auch Bedeutung – und Identität Lateinamerikas.¹⁰¹³ Ugarte wurde dabei nicht nur in seiner Heimat Argentinien und in Mexiko von der pro-deutschen Presse gefeiert, sondern ebenso in Chile:

„[Él] ha hecho del hispanoamericanismo, un apostolado que lo lleva de pueblo en pueblo cual nuevo Mesías, predicando la buena nueva y combatiendo contra la absorción y hegemonía opresora de la República sajona.“¹⁰¹⁴

¹⁰¹¹ Schuler behauptet in seiner Monographie, dass Ugartes *anti-yanquismo* eine direkte Konsequenz der Ereignisse von 1917 gewesen sei und er bis 1914 seine Idee des *hispanoamericanismo* vor allem als Wiederannäherung an Spanien verstanden habe, vgl. dazu Schuler: *Secret Wars*, S. 206. Ein Blick auf das publizistische Werk Ugartes zwischen 1900 und 1918 legt diesen Schluss allerdings nicht unbedingt nahe, da er bereits 1901 die US-amerikanischen Gefahr (*peligro yankee*) zu seinem Thema gemacht hatte, vgl. Compagnon: *América Latina*, S. 99.

¹⁰¹² Schuler: *Secret Wars*, S. 206.

¹⁰¹³ Vgl. u. a. Manuel Ugarte en Chile. In: *Unión*, Buenos Aires, 23.02.1917, S. 5; Ugarte en Lima. In: *Ebenda*, 02.08.1917, S. 5; „Chile y Francia. In: *Submarino*, Santiago, 21.07.1917, S. 3; Segunda Conferencia de Don Manuel Ugarte dada en el Teatro Ideal, de Mexico, en la noche del 23 de mayo próximo pasado sobre La actuación económica y política de la América Latina en el conflicto mundial. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 05.06.1917, S. 2-4 (die Rede erschien auch in der *Unión*, Buenos Aires, 17.08.1917, S. 3; Don Manuel Ugarte. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 17.02.1917, S. 1; Conversando con el distinguido literato argentino don Manuel Ugarte. In: *Ebenda*, 14.08.1917, S. 1.

¹⁰¹⁴ Don Manuel Ugarte. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 17.02.1917, S. 1; vgl. auch „Para sacarnos de los beneficios de la paz, invocan ustedes la gran palabra: «solidaridad». ¡La solidaridad! ¿Qué han hecho los Estados Unidos con Chile, con Méjico y Colombia? ¿Por qué no se acerca usted a Manuel Ugarte?“, zitiert aus Huneeus Gana: *Por amor a Chile*, S. 63.

Manuel Ugarte wurde als neuer Messias und sein *Hispanoamericanismo* als Erlösungslehre für Lateinamerika zelebriert. Die religiöse Sprache zeigt auf, wie der Gegensatz zwischen Norden und Süden von einem politischen hin zu einem kulturellen Konflikt stilisiert wurde, in dem es um nicht weniger als um die Seele Lateinamerikas ging.¹⁰¹⁵ Eine solche Ideologisierung und Abstraktion war nicht alleiniges Werk der deutschen Propaganda, sie griff aber den Diskurs auf und wurde zum Sprachrohr des *Hispanoamericanismo*, indem sie sowohl seine stereotypen Repräsentationen als auch seine Argumente medial weiterverbreitete. Ein zentrales Element war dabei die Stärkung der transnationalen Solidarität Hispanoamerikas, wobei Mexiko als Hauptwidersacher der USA inszeniert wurde, dem auch eine Vorbildfunktion zukam, welche wiederum die Rezipienten zu Identifikation einladen sollte. Der *Demócrata* etwa druckte einen Artikel der deutschen Propagandazeitung *Transocean* aus Kolumbien ab, in welchem es hieß:

„[...] a hacer que los pueblos hermanos del Sur tengan cariño y fé en aquel hermano [Anm.: México] que a diario rinde homenajes de reconicimiento al Todopoderoso, por haber despositado sobre sus espaldas la trabajosa gloria de ser el centinela avanzado del continente hispanoamericano, el „rompe olas“, [...], como dice el buen hermano Ugarte, donde a diario se estrellan todas las cóleras que engendran la impetencia y las perfdias del eterno y natural enemigo del Norte. [...]“¹⁰¹⁶

Dieser Aufruf nach Solidarität mit Mexiko („hermano“) innerhalb der hispanoamerikanischen Familie bedeutete auch einen Aufruf nach internationaler Anerkennung der mexikanischen Führungsriege und der Revolution, mit welcher die deutsche Propaganda ab spätestens 1917 offen sympathisierte.¹⁰¹⁷ In der *Gaceta de Chile* war man 1916 sogar so weit gegangen, Pancho Villa provokativ die Präsidentschaft der USA zu wünschen:

„Este [Anm.: Pancho Villa] sabe lo que duele y lo que se padece en una vida de campaña, y seguramente lo primero que haría al tomar las riendas del Gobierno, sería suprimir ese infame comercio que Mr. Wilson defiende como si fuera suyo y que tantas lágrimas y tanta sangre hace derramar en Europa.“¹⁰¹⁸

¹⁰¹⁵ Krauze: Redeemers, S. 299.

¹⁰¹⁶ Cátedra de Virilidad. Don Venustiano Carranza y la verdadera neutralidad. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 22.05.1918. Der Originalartikel von Ignacio Chávez Franco wurde am 2. April 1918 in der Zeitung *Transocean* aus Bogotá veröffentlicht, vgl. Ebenda

¹⁰¹⁷ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 190; vgl. u. a. Estados Unidos y Méjico. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 13.03.1917, S. 3.

¹⁰¹⁸ Pancho Villa. Futuro Presidente de Estados Unidos. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 08.04.1916, S. 3.

Hintergrund dieser Polemik waren Waffenlieferungen der Vereinigten Staaten an die Entente gewesen. Die mexikanischen Revolutionäre eigneten sich hervorragend als Projektionsfläche und Vorbild, da ihr gegen die USA gerichtetes politisches wie auch militärisches Handeln den deutschen Interessen in die Hände spielte. Entsprechend positiv war auch die Einordnung Carranzas in der pro-deutschen bonarenser Presse:

„El presidente de Méjico general Venustiano Carranza, alma de la evolución política y económica de esa gran hermana del Norte, el "arquitecto del porvenir nacional mejicano" [...].“¹⁰¹⁹

Hier wurde Mexiko nun schon die große Schwester des Nordens („gran hermana del Norte“) genannt, was auf die besondere Rolle Mexikos als Vorreiteration verweisen sollte. Die deutsche Propagandapresse blickte seit dem Abbruch der Beziehungen zwischen Deutschland und den USA auch in Chile und Argentinien verstärkt nach Mexiko und wurde somit auch zu einer medialen Plattform für Carranzas eigene Zielsetzungen auf dem Kontinent.¹⁰²⁰ Carranza hatte seit 1916 in ganz Lateinamerika pro-mexikanische Kampagnen auf den Weg gebracht, die zum einen das neue Mexiko als Vorbild für die anderen Länder Lateinamerikas bewerben und zum anderen eine lateinamerikanische Solidaritätsbewegung initiieren helfen sollten.¹⁰²¹ Diese von Mexiko ausgehende Propaganda für die Revolution verstand sich auch als Gegenbewegung zur US-amerikanischen Idee des Panamerikanismus. Der Einfluss der USA sollte zurückgedrängt und Hispanoamerika eine eigene Stimme gegeben werden. Mexikos Versuche der Einflussnahme blieben auf dem Kontinent nicht ohne Wirkung und führten in der Politik wie auch in intellektuellen Kreisen zu einer verstärkten Auseinandersetzung mit den Zielen der Mexikanischen Revolution.¹⁰²² Die deutsche Propaganda stützte Carranzas Bemühungen, indem sie, wie gezeigt, unabhängig von ihrer sonstigen politischen und ideologischen Meinungsmache, den mexikanischen Diskurs perpetuierte. Sowohl die Neutralitätspolitik Mexikos als auch die deutliche anti-US-amerikanische Rhetorik der carranzistischen Presse machten eine Aneignung dieser Diskursäußerungen durch die pro-deutsche Propaganda zu einem idealen Vehikel für die weitere Verfestigung des Feindbildes USA in Lateinamerika.

¹⁰¹⁹ Carranza y el comercio neutral. In: *Unión*, Buenos Aires, 13.02.1917, S. 5.

¹⁰²⁰ Vgl. u. a. La invitación de Méjico. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 15.02.1917, S. 1; Sud América está sola. In: Ebenda, 28.02.1917, S. 1; ¿Qué hará Méjico?. In: Ebenda, 11.04.1917.

¹⁰²¹ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 295f.

¹⁰²² Yankelevich: *Revolución Mexicana*, S. 15.

Mexiko hatte sich auf dem Kontinent zur Vorhut des Widerstandes gegen die USA stilisiert. Den Widerpart zu Mexiko stellte, besonders aus Sicht der deutschen Propaganda in Argentinien, Brasilien dar.¹⁰²³ Brasilien hatte bereits am 11. April 1917 die diplomatischen Beziehungen zum Deutschen Reich abgebrochen, am 26. Oktober folgte dann, nachdem in nicht unerheblichen Maße brasilianische Schiffe durch deutsche U-Boote torpediert worden waren, der Kriegseintritt des Landes.¹⁰²⁴ Die Entscheidung Brasiliens für den Kriegseintritt mochte den argentinischen Präsidenten Yrigoyen und seine Regierung mit dazu bewegen haben, die Neutralität Argentinien nicht aufzugeben, um sich deutlich von Brasilien abzugrenzen. Brasilien und Argentinien konkurrierten beide um die Vormachtstellung in der Region, eine deutliche Absage an die USA konnte daher nicht nur nach außen wie nach innen die nationale Souveränität Argentinien demonstrieren, sondern auch den regionalen Einfluss stärken.¹⁰²⁵

Die *Unión* nahm somit seit April 1917 auch verstärkt Brasilien in den Blick, wobei ebenfalls versucht wurde, die brasilianische Außenpolitik mit dem Schlagwort „Imperialismus“ zu diskreditieren.¹⁰²⁶ Die Gefahr einer territorialen Expansion Brasiliens und in der Folge einer kriegerischen Auseinandersetzung mit Argentinien wurde in dem Propagandapamphlet *Nuestra Guerra*, das auch im Verlag der *Gaceta de España* erschien, auf die Spitze getrieben.¹⁰²⁷ Unter dem Pseudonym Pedro de Córdoba sagte Julio Cola, der spanische Redakteur und Autor der pro-deutschen *Gaceta de España*, einen drohenden Krieg zwischen Argentinien und seinen Nachbarn unter der Führung Brasiliens voraus. Das Pamphlet führte beinahe zu einer diplomatischen Krise und der argentinische

¹⁰²³ Vgl. u. a. Frente al conflicto. ¿Qué deben hacer los hispano-americanos?. In: *Unión*, Buenos Aires, 07.02.1917, S. 5; El Brasil imperialista. In: Ebenda, 11.04.1917 und 12.04.1917, S. 3; Los alemanes en Brasil. Exodo perjudicial. In: Ebenda, 25.04.1917; El Brasil en la guerra. In: Ebenda, 04.05.1917, S. 1; La ruptura entre Alemania y el Brasil. In: Ebenda, 07.05.1917, S. 5; Emigración al Brasil. La propaganda de los nuevos esclavistas. In: Ebenda, 03.07.1917, S. 5. Aus Chile vgl. u. a. El Brasil a punto de desertar de la política Sud-americana. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 24.05.1917, S. 1; El Brasil. In: Ebenda, 27.05.1917, S. 1; Los alemanes en el Brasil. Atropellos y desmanes vergonzosos para la América. In: Ebenda, 24.11.1917, S. 1.

¹⁰²⁴ Compagnon: América Latina, S. 144f.

¹⁰²⁵ Ebenda, S. 152ff.

¹⁰²⁶ Eine quantitative Auszählung der Schlagzeilen der Tageszeitung *Unión* für die Monate April und Mai 1917 ergab elf Artikel, die sich allein mit dem Abbruch der deutsch-brasilianischen Beziehungen und ihrer lokalen Auswirkungen, z. B. Plünderungen deutscher Geschäfte, befassten. Einer dieser Artikel wurde durch eine Fotografie eines ausgebrannten Geschäftshauses der Firma Bromberg begleitet, vgl. Agresiones contra casas alemanas, en Porto Alegre. In: *Unión*, Buenos Aires, 04.05.1917, S. 3.

¹⁰²⁷ Pedro Córdoba: *Nuestra Guerra. La Coalición contra la Argentina*. Buenos Aires 1917; vgl. auch Martin: *Latin America*, S. 244f.; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 295.

Botschafter in Rio de Janeiro musste öffentlich Stellung zu dem Dokument beziehen. In Buenos Aires wurde daraufhin eine polizeiliche Untersuchung eingeleitet, die am Ende Julio Cola als den wahren Autoren von *Nuestra Guerra* identifizierte.¹⁰²⁸

Cola bezeichnete in seiner Kampfschrift Brasilien, Uruguay und Chile als die Hauptfeinde Argentiniens, die, angetrieben von Großbritannien und den USA, den Konflikt um wirtschaftliche Ressourcen, hauptsächlich die argentinische Kornkammer, suchten.¹⁰²⁹ Die Idee einer potentiellen kriegerischen Auseinandersetzung insbesondere zwischen Brasilien und Argentinien war nicht neu, so hatte Manuel Gálvez bereits 1910 einen Krieg zwischen den Ländern als nationale Rettung Argentiniens beschworen.¹⁰³⁰ Cola berief sich in seinem Text auf die Rivalität der beiden Nachbarn und identifizierte Brasilien als Gegner Hispanoamerikas:

„El enemigo natural de todas las naciones hispanoamericanas es el Brasil. Lo es de nacimiento. [...], el Brasil es el producto de la política anti-española de Francia y de Inglaterra.“¹⁰³¹

Die Behauptung einer kulturellen Differenz zwischen der *raza anglosajona* und der *raza hispana* wird nun auch auf Brasilien übertragen, eine Differenz, die ebenfalls hauptsächlich auf Grundlage der Verschiedenheit der Sprache und ethnischen Wertungen konstruiert wurde.¹⁰³² Bemerkenswerterweise wurde die geradezu phrasenhafte Formel des *enemigo natural*, die sonst gegen die USA gerichtet wurde, nun benutzt, um Brasilien zu diffamieren. Kulturelle und ethnische Heterogenität werden hier, wie im Falle der „Angelsachsen“, als Argumente für einen quasi „natürlich“ angelegten Interessenskonflikt gebraucht und Feindbilder über biologistische Denkmuster essentialisiert. Brasiliens außenpolitische Nähe zu den Vereinigten Staaten stelle einen Verrat an Südamerika dar. Ein kriegerischer Konflikt sei unausweichlich, eine Gegenallianz könnten nur die neutralen Staaten schließen, wobei der Autor große Erwartungen in die Konferenz der neutralen Staaten setzte, die Präsident Yrigoyen ab Januar 1917 initiiert hatte, zu welcher schlussendlich allerdings nur Mexiko einen Vertreter entsandte.¹⁰³³ Neutralität bedeutete in Colas Sinne vor allem Widerstand

¹⁰²⁸ Martin: *Latin America*, S. 245.

¹⁰²⁹ Córdoba: *Nuestra Guerra*, S. 7.

¹⁰³⁰ Compagnon: *América Latina*, S. 25.

¹⁰³¹ Córdoba: *Nuestra Guerra*, S. 20.

¹⁰³² Ebenda; vgl. auch „El espíritu de imitación. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 10.04.1917, S. 1, dort heißt es zu Brasilien: „Ya el espíritu *latino* [Anm.: eigene Hervorhebung] está haciendo su obra en el Brasil, [...]“

¹⁰³³ Córdoba: *Nuestra Guerra*, S. 77; Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 196f.

gegen den Imperialismus der USA und Großbritanniens. Brasilien habe sich politisch den „Angelsachsen“ angeschlossen und verfolge ebenso imperialistische Ziele. Die *raza hispana* müsse nun als homogen auftretender Block den außerhalb stehenden Feind bekämpfen, wobei die Bezeichnung der brasilianischen Politik als anti-spanisch den Gegensatz noch weiter vertiefte.¹⁰³⁴ Das Pamphlet *Nuestra Guerra* wurde unter anderem von dem mexikanischen Intellektuellen Carlos Pereyra in *La Nación* (Madrid) wohlwollend kommentiert. Pereyra wies dabei Argentinien die große Aufgabe zu, den US-Imperialismus, der durch Brasiliens Politik sein Gesicht zeige, zurückzudrängen und somit in Südamerika jene Rolle einzunehmen, die Mexiko in Mittelamerika innehatte.¹⁰³⁵

Angesichts des großen Drucks, unter dem das Deutsche Reich durch die Kriegserklärung der USA geraten war, verließ die deutsche Propaganda ihre Linie, vor allem die Neutralität der lateinamerikanischen Länder aufrechterhalten zu wollen, und gab möglichen gegen die USA oder Brasilien, gerichteten strategischen Koalitionen zumindest diskursiv Raum. Der Krieg sollte zudem nicht als ein auf Europa beschränktes Ereignis gelesen, sondern den Rezipienten als reale und alltägliche Bedrohung vor Augen geführt werden. Der imperialistische Feind stünde demnach nicht nur an der Grenze zu Mexiko, sondern drohe auch Südamerika in einen militärischen Konflikt hineinzuziehen.

Die Bestimmung des Feindes wurde also wie im Falle Großbritanniens anhand der Charakterisierung der USA und seiner Verbündeten als „Imperialisten“ vollzogen. Der gegen die US-amerikanische Politik gerichtete Antiimperialismus hatte darüber hinaus durch seine enge diskursive Verzahnung mit dem *Hispanoamericanismo* eine starke identitätspolitische Komponente, welche die deutsche Propaganda nicht nur aufgriff, sondern aktiv vorantrieb und bewarb. In Argentinien, Chile und Mexiko wurden die deutschen Propagandamedien somit auch Vehikel für die Diffusion eines hispanoamerikanischen Identitätswurfs, der sich in seiner binären Differenz zu den Vereinigten Staaten imaginierte. Die Aneignung und Instrumentalisierung des durch die Vertreter der *Hispanoamericanismo* geprägten *anti-yanquismo* hatte in der Region sicherlich das größte persuasive Potential in der deutschen Propagandaarbeit. Mexiko wurde aufgrund seiner exponierten Lage dabei nicht nur als der geradezu natürliche

¹⁰³⁴ Steuter, Wills: At War with Metaphor, S. 11.

¹⁰³⁵ Die *Unión* druckte den Kommentar aus der *Nación* bereitwillig ab, vgl. *Nuestra Guerra. Un comentario al libro de Perdo de Córdoba. El enemigo de América está en América. In: Unión*, Buenos Aires, 22.10.1917, S. 7.

Antagonist zu den USA, sondern auch als Verteidigungswall und Vorkämpfer für die gerechte Sache Hispanoamerikas präsentiert, wodurch die deutsche Propaganda auch Carranzas außenpolitische Programmatik für den südlichen Kontinent mittrug. Es zeigt sich daher, dass auswärtige Propaganda grundsätzlich zwar ihre eigenen nationalen Ziele verfolgt, sie sich aber auch flexibel mit anderen nationalen Interessen verbünden kann, um kurz- oder mittelfristig bestimmte Pläne, wie zum Beispiel die Diffamierung des Feindes, zu verfolgen.

2.2.3 „DEFENDEMOS LA CAUSA DE ALEMANIA“: DIE RECHTFERTIGUNG VON DEUTSCHLANDS IMPERIALISTISCHEN AMBITIONEN IN LATEINAMERIKA

Wenn die deutsche Propaganda sowohl England als auch den USA den Ausbau informeller Herrschaft und imperialistische Expansionsbestrebungen vorwarf, muss auch danach gefragt werden, wie das Deutsche Kaiserreich seine eigenen imperialistischen Ambitionen in Lateinamerika legitimierte. Schließlich war es zu keinem Zeitpunkt das langfristige Ziel Deutschlands, tatsächlich eine antiimperialistische Politik in Lateinamerika zu unterstützen. Ein potentieller Sieg über Großbritannien sollte nicht nur die Übernahme der Kolonien in Afrika sichern, sondern in Übersee auch die Ablösung der starken britischen Wirtschaftsmacht durch deutsche Firmen vorantreiben. War die „englische Gefahr“ erst gebannt und der britische Imperialismus besiegt, so würde das Deutsche Reich endlich seine Vision von Weltpolitik realisieren können.¹⁰³⁶ Die deutsche Propaganda war daher mitnichten antiimperialistisch, sondern eignete sich nur die Rhetorik an, um die bestehenden Feindbilder weiter zu bestärken und zu naturalisieren. Wo verlief im Argumentationszusammenhang der antiimperialistischen Agitation aber die Trennlinie zwischen angemessenen und ausbeuterischen zwischenstaatlichen (Wirtschafts-)Beziehungen?

Der Begriff Imperialismus (*imperialismo*) blieb in der deutschen Propaganda an sich nur im Kontext mit den britischen und später auch der US-amerikanischen Bestrebungen und Versuchen der Einflussnahme mit negativen Assoziationen behaftet.¹⁰³⁷ In anderen Fällen konnte er neutral oder sogar positiv benutzt werden. Der Begriff war im deutschen Propagandadiskurs daher äußerst ambivalent, zumal es im Spanischen keine Entsprechung zu dem im Deutschen häufig gebrauchten Wort „Weltpolitik“ gab, das ansonsten schon terminologisch für eine

¹⁰³⁶ Wehler: Deutsche Gesellschaftsgeschichte, Bd. 4, S. 35ff.

¹⁰³⁷ Vgl. hierzu u. a. auch *El comercio inglés en Chile ante la competencia alemana*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 04.02.1917, S. 1.

Unterscheidung zwischen beiden Vorgehensweisen gesorgt hätte.¹⁰³⁸ Deshalb musste der Begriff je nach Kontext anders ausgedeutet werden:

„¿A qué hablar entonces de imperialismo y militarismo?... Si no existieran, ¿cuánto duraría el equilibrio centro-europeo, cuánto tardarían en invadir a Alemania lo mismo Inglaterra que Francia y Rusia? El imperialismo y el militarismo prusianos son una necesidad para la paz y la cultura.“¹⁰³⁹

Die Ambitionen Deutschlands konnten, wie hier geschehen, daher auch in einem positiven Sinne als Imperialismus bezeichnet werden, wenn deutlich gemacht wurde, dass sie sich insbesondere den englischen Hegemonialansprüchen widersetzen.¹⁰⁴⁰ Dahinter stand die Idee, dass nur das Deutsche Kaiserreich wirtschaftlich wie militärisch in der Lage sei, Großbritannien herauszufordern und so zu verhindern, dass das *Empire* sich die ganze Welt Untertan mache. Dies ermöglichte sogar die Legitimierung territorialer Expansion, sofern diese nicht Lateinamerika einbezog:

„En lo que respecta a las expansiones territoriales, Alemania quiere su «sitio al sol». Y bien; esto es legítimo. [...] La frase significa que Alemania no puede consentir en asfixiarse voluntariamente por acatar el voraz y progresivo apetito británico.“¹⁰⁴¹

Das direkte Zitat von Bülow über „Deutschlands Platz an der Sonne“, welches hier bemerkenswerterweise aufgegriffen wird, erschließt sich nach der Interpretation des Autors nur in Zusammenhang mit und als Gegenentwurf zu dem internationalen Vorgehen Englands. Die Bejahung des deutschen Imperialismus bedeutete somit unausweichlich die Delegitimierung des britischen Imperiums und andersherum. Der Unterschied war prinzipiell also nur ein rein semantischer. Indem das außenpolitische Verhalten Englands und der USA in der Region durchweg negativ konnotiert wurde, ergab sich spiegelbildlich eine positive Bewertung der deutschen Aspirationen, ohne dass in der Regel konkret benannt wurde, inwiefern sich Deutschlands auswärtige Politik nun genau von jener der

¹⁰³⁸ Imperialismus. In: Otto Brunner, Werner Conze, Reinhart Koselleck (Hrsg.): *Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*, Bd. 3. Stuttgart 1983, S. 200.

¹⁰³⁹ Por qué soy todavía germanófilo. In: *Unión*, Buenos Aires, 29.03.1917, S. 7.

¹⁰⁴⁰ Vgl. u. a. auch El noble imperialismo alemán justificado por los ingleses. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 14.09.1914, S. 2; Gedicht von Daniel de la Vega Guillermo II.. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 31.03.1917, S. 5. Im zeitgenössischen deutschen Sprachgebrauch wurde der Begriff „Imperialist“ ebenfalls verwendet, um die englische Großmacht- und Kolonialpolitik zu beschreiben, vgl. hierzu Imperialismus. In: Brunner, Conze, Koselleck (Hrsg.): *Geschichtliche Grundbegriffe*, S. 202ff.

¹⁰⁴¹ Juan Veraz: *Alemania ante la opinión de Sud-América*. Buenos Aires 1915, S. 6.

anderen Großmächte abhob. Aus der Negation des Einen leitete sich eine zumindest wohlwollende Betrachtung des Anderen ab, wie das folgende Zitat aus der *Gaceta de Chile* zeigt:

„Nosotros defendemos la causa de Alemania porque la consideramos causa que tendrá honda repercusión en nuestras esferas gubernativas y en nuestra vida social si llega a triunfar y si no, tendremos que continuar arrastrándonos servilmente ante el Dios inglés.“¹⁰⁴²

Die Darstellung von England als nationaler Bedrohung meinte somit gleichzeitig, dass man eine Schwächung der Engländer wünschen musste, die nur über einen Sieg Deutschlands erreicht werden könne. Ein deutscher Triumph drückte nach dieser Argumentationslogik also eine Stärkung der Souveränität Chiles aus, so dass eine zumindest moralische Unterstützung des Deutschen Reiches ganz im Sinne der chilenischen Nation sei. Der antithetische Charakter des deutschen und britischen Imperialismus lag nach der Darstellung der Propagandatexte also nur im jeweiligen Vorgehen der Länder in Lateinamerika begründet.

Die Legitimierung der deutschen Ansprüche war neben der aktiven Werbung für eine Stärkung der Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika auch eine Verteidigungsstrategie gegen die alliierte Propaganda. Diese bediente sich insbesondere in ihren Schriften für die ABC-Staaten häufig des Topos der so genannten „deutschen Gefahr“ (*peligro alemán*). In jenen Ländern, in denen sich ein relativ hoher Anteil deutscher Migranten niedergelassen hatte, grassierte bereits in den Vorkriegsjahren die Angst vor einer pangermanisch motivierten Kolonisierung und einer daraus resultierenden Abspaltung bestimmter Landesteile.¹⁰⁴³ Die Alliierten befeuerten diese Ängste in ihren Propagandakampagnen und schürten somit weiter Ressentiments gegen die in Südamerika lebenden Deutschen. Somit musste sich die deutsche Propaganda gegen diese Verdächtigungen wehren. Der argentinische Intellektuelle und Germanophile Ernesto Quesada verfasste eine ganze Verteidigungsschrift, *El "peligro alemán" en Sur América* (1915) über dieses Thema, in welcher er die deutschen Ambitionen in Lateinamerika rechtfertigte.¹⁰⁴⁴ Dabei stellte auch er in seiner Argumentation das deutsche und das „angelsächsische“ Handeln einander gegenüber:

„«El verdadero peligro para Sud América [...] no es el alemán sino el yankee, porque el imperialismo agresivo norteamericano no se limita a la esfera de lo comercial, como aquel, sino

¹⁰⁴² Que se investigue. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 27.09.1915, S. 1.

¹⁰⁴³ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 114.

¹⁰⁴⁴ Ernesto Quesada: *El "peligro alemán" en Sud América*. Buenos Aires 1915.

que pretende imponderse en la política [...]» [...] Mientras tanto, Alemania jamás ha pretendido desempeñar papel político en América: en cambio, Inglaterra se ha posesionado, durante el siglo XIX, de diversos territorios americanos [...].¹⁰⁴⁵

Die deutsche Weltpolitik verfolge demnach rein wirtschaftliche Interessen, während England und die USA massiv in die innenpolitischen Angelegenheiten der lateinamerikanischen Staaten eingriffen oder sogar dazu übergingen, Territorium zu besetzen. Dessen ungeachtet, dass Deutschland unter anderem während der Venezuela-Krise ganz offensichtlich die Sphäre des bloßen Handelsaustauschs verlassen hatte, wurde diese Bild in der Propaganda weiter kolportiert. Der Topos der *peligro alemán* sollte durch jenen der *peligro yankee* entkräftigt werden. Darüber hinaus behauptete Quesada in seiner Schrift, dass England allein für das Schüren von Ängsten vor der *peligro alemán* verantwortlich sei, womit er den seit vor der Jahrhundertwende existierenden regionalen Diskurs gänzlich ausblendete und als rein propagandistische Erfindung abtat.¹⁰⁴⁶ Die Themen der Migration und der Bedrohung der territorialen Integrität durch die so genannten deutschen „Kolonien“, welche den Schwerpunkt der Debatten um die *peligro alemán* gebildet hatte, vernachlässigte Quesada somit und räumte ihm in seiner Schrift keinen Raum ein. Stattdessen limitierte er die Problematik auf eine rein außenpolitische Frage im Wirtschaftskonflikt zweier Großmächte, wobei Quesada zu demonstrieren versuchte, dass sich Deutschland in Lateinamerika immer nur in den legitimen Grenzen des internationalen Freihandels bewegt habe.

Diese Grenze zwischen legitimen und illegitimen zwischenstaatlichen Beziehungen, die die deutsche Propaganda postulierte, verlief zwischen der rein ökonomischen Ebene und dem politischen wie auch territorialen Interventionismus. Dabei spielte das tatsächliche Verhalten des Kaiserreiches wie gesagt keine Rolle und sollte auch nicht gerechtfertigt werden, sondern wurde bewusst aus dem Diskurs verbannt. Stattdessen ergab sich die moralische Bewertung durch die Einnahme der Position der Rezipienten und die Einbeziehung des lokalen Kontextes, wo die größere imperialistische Gefahr in der Tat die Kanonenbootdiplomatie der Vereinigten Staaten darstellte. Neben der Deutung der deutschen Weltpolitik als Gegenentwurf zu England oder den USA war daher das Framing, also die Art und Weise, wie die Propagandatexte das Thema Imperialismus im Kontext der wirtschaftlichen Interessen Deutschlands sprachlich bearbeiteten, zentral:

¹⁰⁴⁵ Ebenda, S. 52f.

¹⁰⁴⁶ Ebenda, S. 5-20.

„Lo que Alemania ha querido y quiere es dar vida a su industria y su comercio con la conquista, en forma pacífica y legítima, de los mercados consumidores sud americanos; [...]“¹⁰⁴⁷

Die Legitimität des wirtschaftlichen Expansionismus auf die Märkte in Übersee konnte schließlich von keiner der kriegführenden Parteien grundsätzlich in Frage gestellt werden. Die Attribute *pacífica* und *legítima* sind hierbei zentral, verweisen sie doch einerseits auf den vorgeblich friedliebenden Charakter der weltweiten Ambitionen Deutschlands, und andererseits auf das Freihandelsprinzip, welches nicht zur Debatte stand. Dies bildet einen interessanten Kontrast zu der in Kapitel 5.1 erläuterten Unterstützung der deutschen Propaganda in Chile und Argentinien für einen stärkeren Wirtschaftsprotektionismus, sofern er die Handelsvorteile Großbritanniens betraf. Propaganda argumentiert allerdings nicht stringent logisch, sondern immer situativ und reaktiv, so dass derartige Paradoxa keine Seltenheit waren.

Des Weiteren präsentierte sich Deutschland als prosperierende Nation, für die die Suche nach neuen Absatzmärkten eine natürliche Entwicklung darstelle, womit gleichzeitig jener alliierten Propaganda, die die Zermürbung der deutschen Wirtschaft durch den Krieg zum Inhalt ihrer Angriffe machte, Lügen gestraft werden sollte. Dies war wichtig, um nach dem Ende des Krieges als potentieller Handelspartner und Erzeuger von Industrieprodukten weiterhin attraktiv zu sein. In der Realität sahen sich die deutsche Wirtschaft und Industrie seit Kriegsbeginn ernsthaften Problemen ausgesetzt, die sich im Verlauf des Konfliktes immer weiter verschärften.¹⁰⁴⁸ Mit Nachdruck und wenig Bescheidenheit wurde nichtsdestotrotz auf die Stärke der deutschen Ökonomie verwiesen:

„[...] En pocas palabras: a despecho de todas las esperanzas de los aliados, el comercio alemán, aun después de la guerra, revivirá con más ardor. [...] Como antaño, el pabellón germano flotará sobre el mundo de los mares, después de la contienda, y el comercio alemán, como factor indispensable, podrá competir de nuevo con otras naciones, en concurso pacífico, en el intercambio mercantil de los pueblos de la tierra. Hoy, como antes de la guerra, resonarán en Alemania las palabras del Emperador Guillermo II Nuestro Porvenir Descansa en el Mar [i.O.]“¹⁰⁴⁹

¹⁰⁴⁷ Ebenda, S. 38.

¹⁰⁴⁸ Wehler: Deutsche Gesellschaftsgeschichte, Bd. 4, S. 47-68.

¹⁰⁴⁹ El comercio alemán mundial después de la guerra. In: *Demócrata*, Mexiko D.F., 19.07.1918, S. 3.

Auffällig ist hier, wie auch in anderen Beispielen,¹⁰⁵⁰ dass Deutschland nach dem Kriege exakt die Rolle im Welthandel einnehmen sollte, welche zuvor England innegehabt hatte. War die englische Seemacht erst niedergedrungen, so würde sich das Deutsche Reich aufmachen, um die Meere, und das hieß insbesondere die Handelswege, zu erobern. Indem Deutschland sich aber als das neue England projizierte, wurde die Ambivalenz des durch die Propaganda geformten Narratives der angeblich partnerschaftlichen Beziehungen zwischen Lateinamerika und Deutschland deutlich. Was man so lautstark an England kritisierte, war eben genau das, was man selbst anstrebte und bewunderte. Durch die gleichzeitige Verteufelung aller britischen oder US-amerikanischen Wirtschaftsinitiativen in Lateinamerika und die ständige Bewerbung Deutschlands als ebenso starken, wenn nicht sogar stärkeren Handelspartner, unterlief die deutsche Propaganda teilweise ihre eigene Argumentationsstrategie, ganz besonders dann, wenn die eigenen Kriegsziele, wie die Verdrängung Englands von den Märkten, unverhohlen zur Schau gestellt wurden. Eine Unterscheidung von deutschen und englischen Interessen war dann nur noch über die Zuschreibung positiver oder negativer Charakteristika möglich, und sollte üblicherweise über die Antipathie dem englischen oder US-amerikanischen Imperialismus gegenüber zugunsten Deutschlands gefällt werden.

Die deutsche Propaganda war in ihren spanischsprachigen Medien bemüht, Deutschlands Weltpolitik in Lateinamerika als von rein ökonomischen Interessen geleitet erscheinen zu lassen. Das Gebaren des Kaiserreiches in den Jahren seit der Jahrhundertwende wurde dabei geflissentlich übergangen. Stattdessen nahm Deutschland den Gegenpart zu Großbritannien und den USA ein. Aus der realen Handelskonkurrenz zwischen diesen Ländern, die zumindest wirtschaftlich prinzipiell die gleichen Ziele verfolgten, wurde nun eine antithetische Konstellation konstruiert. Moralisch verwerflich verhielten sich demnach nur England und die USA, was die stereotype Attribuierung wie in Kapitel 5.1 und 5.2 gesehen, hervorheben sollte. Deutschland nahm als Rolle die Position des Kämpfers gegen das „Böse“ ein und konnte so als Retter vor der drohenden „angelsächsischen Gefahr“ inszeniert werden. Gleichzeitig bot es sich als starker

¹⁰⁵⁰ Vgl. u. a. Comercio alemán en Sudamérica. In: *Unión*, Buenos Aires, 10.09.1917, S. 3. Dort heißt es: „Lo que [...] se emprende ahora, se extenderá y perfeccionará después de la guerra, y según todos los indicios, cuando se hagan las paces, el comercio alemán contará en las repúblicas sudamericanas con un extenso y provechoso mercado, del que quedarán eliminadas la competencia inglesa y norteamericana.“

und vor allem fairer Handelspartner an, um nach dem Krieg alsbald wieder an die Erfolge der Vorkriegsjahre anschließen zu können.

ZUSAMMENFASSUNG

Die in Lateinamerika bereits seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts unter vor allem Intellektuellen und Politikern verbreiteten antiimperialistischen Diskurse lieferten der deutschen Propaganda ein Arsenal an Argumenten und Topoi, um insbesondere Großbritannien und die USA anzugreifen. Die Aneignung der bereits existierenden und verbreiteten Stereotype über England und die USA durch die lokal produzierte deutsche Propaganda bedeutete dabei auch die Produktion neuer Diffusionskanäle eben dieser (Feind-)Bilder. Der Antagonismus zwischen Frankreich als latinere Zivilisation und der „barbarischen“ deutschen Kultur, den die alliierte Propaganda in Lateinamerika als zentrales Konfliktfeld hervorhob,¹⁰⁵¹ wurde somit durch andere Dualismen ersetzt, und zwar durch die Differenz von „angelsächsischen“ Imperialisten und dem antiimperialistischen nationalen wie hispanoamerikanischen Widerstand in Lateinamerika einerseits, und durch den Gegensatz von positiv konnotierter deutscher Handelspraxis in Lateinamerika und wiederum aggressiv expansionistischem Imperialismus von Seiten Englands und der USA andererseits.

Während Großbritannien im Kontext des Wirtschaftskrieges besonders in Argentinien und Chile massiv durch die pro-deutsche Propaganda attackiert wurde, brachte der *anti-yanquismo* in Mexiko ganz neue Synergien hervor. Die anti-englische Propaganda inszenierte die Wirtschaftsambitionen Großbritanniens als nationale Bedrohung, während die Kritik am US-amerikanischen Imperialismus zu transnationaler Solidarität gegen die feindliche Übermacht aus dem Norden mobilisieren sollte. Sowohl der in Kapitel 4 dargestellte konservative *Hispanismo* als auch der eher progressive *Hispanoamericanismo* wurden dabei als Gegenmodelle in Stellung gebracht, so dass jedwede Kooperation mit den „angelsächsischen“ Nationen *per se* als zur „eigenen“ Identität gegensätzliche Praxis verstanden werden musste. Als Folge des Kriegseintritts mehrerer lateinamerikanischer Staaten wurde dieses Feindbild auch auf diese übertragen, wie die Darstellung Brasiliens in der deutschen

¹⁰⁵¹ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 105.

Propaganda zeigt. Großbritannien, die USA oder Brasilien konnten so als real existierende oder potentielle Aggressoren dargestellt werden, die nicht nur militärisch eine Gefahr darstellten, sondern auch die als „authentisch“ imaginierte kollektive Identität Hispanoamerikas bedrohten. Deutschland inszenierte sich hingegen als starke Wirtschaftsmacht und ehrbarer Handelspartner, der allein seine ökonomischen Interessen auf dem freien Weltmarkt verfolge. Die eigene imperialistische Praxis wurde als reines Handelsinteresse legitimiert, die Souveränitätsverletzungen des Deutschen Reiches in Lateinamerika hingegen bewusst ignoriert.

2.3 GERMANOPHILE POSITIONEN UND REPRÄSENTATIONEN DER DEUTSCHEN IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN ARGENTINIEN UND CHILE

Es ist in den beiden vorherigen Kapiteln deutlich geworden, welche wichtige Rolle die Aneignung von Identitätsdiskursen bei der Konstruktion von Feindbildern und in der Überzeugungsrhetorik der deutschen auswärtigen Kriegspropaganda spielte. Die deutsche Propaganda bediente sich vorrangig ethno-kultureller Topoi, um den Feind zu delegitimieren und zu diffamieren. Wie aber wurden Deutschland und die Deutschen in den Propagandamedien repräsentiert? Dass Deutschland im Kontext des Wirtschaftskrieges als weiterhin starker Handelspartner inszeniert wurde, hat Kapitel 5.3 gezeigt. Doch welche Bilder und Diskurse zirkulierten insbesondere in den Ländern, in welchen ein nicht unwesentlicher Anteil deutscher Migranten lebte? Ständig konfrontiert mit den Nachrichten aus Europa und der alliierten Propaganda mussten schließlich Gegendiskurse entwickelt werden, die insbesondere sowohl die Gräuelpropaganda als auch die deutschfeindlichen Stimmen lateinamerikanischer Publizisten und Politiker neutralisieren sollten.

Der Fokus dieses Kapitels liegt auf der deutschen Propaganda in Argentinien und Chile. In beiden Ländern hatten sich zahlenmäßig bedeutsame Gruppen deutschsprachiger Migranten niedergelassen, die eine gesellschaftlich relevante Minderheit darstellten. Zudem hatten preußische Schul- wie Militärreformer die Erneuerung des Bildungs- und Heereswesens in Chile wie auch in Argentinien mitgestaltet. Während des Ersten Weltkrieges sahen sich die deutschen Gemeinschaften des *Cono Sur* zunehmend öffentlichen Anfeindungen ausgesetzt, wobei auch vor gewaltsamen Angriffen auf deutsche Einrichtungen nicht

zurückgeschreckt wurde.¹⁰⁵² Die deutsche Propaganda musste daher dringend auf die negative Darstellung der Deutschen als grausame „Barbaren“ reagieren und dem ein Bild gegenüberstellen, welches die Behauptungen der Alliierten kontern und Lügen strafen sollte.

In Argentinien stellten sich germanophile Intellektuelle öffentlich an die Seite der Deutschen. Sie verfassten deutschfreundliche Beiträge, die teilweise bestimmte stereotype Repräsentationen Deutschlands aufgriffen, welche große Ähnlichkeiten zu den so genannten *Ideen von 1914* aufwiesen. Ihre Verteidigungsschriften stießen bei den Deutschen auf große Resonanz, so dass sie sogar auf die Propaganda in Deutschland zurückwirkten. In Chile verband sich die Repräsentation Deutschlands und der Deutschen mit rechtskonservativen und nationalistischen Diskursen, die auch die besondere Rolle der deutschen Migranten für die chilenische Nation in den Blick nahmen. Sowohl in Argentinien wie auch in Chile wurde ein als Essentialismus gedachtes deutsches „Wesen“ postuliert, welchem bestimmte Eigenschaften zugeschrieben wurden, und welches die Selbstdarstellung des Deutschen Kaiserreiches aufgriff und weiter verfestigte. Diese Repräsentation konnte entweder als lokal in Buenos Aires produzierte Version eines deutschen Autostereotyps an der „Heimatfront“ fruchtbar gemacht werden oder reziprok eine bestimmte Konfiguration der vorgestellten chilenischen Nation stützen.

2.3.1 „UN PUEBLO ALEMÁN“: DIE REPRÄSENTATION DEUTSCHLANDS IN DEN TEXTEN ARGENTINISCHER *GERMANÓFILOS* UND IHRE REZEPTION DES DEUTSCHLANDBILDES DER *IDEEN VON 1914*

Ein bedeutsames Hindernis für die erfolgreiche Beeinflussung der öffentlichen Meinung in den neutralen Staaten stellte in den Augen der deutschen Akteure die vermeintliche Unkenntnis über das Deutsche Reich im Ausland dar, wofür wiederum die schwach ausgebaute Institutionalisierung der deutschen auswärtigen Kulturpropaganda in den Vorkriegsjahren verantwortlich gemacht wurde.¹⁰⁵³ Mangelnde Kenntnis der deutschen Kultur, Wirtschaft und Sprache

¹⁰⁵² Rinke: Sog der Katastrophe, S. 177.

¹⁰⁵³ Vgl. u. a. Gast: Deutschland und Südamerika, S. 15, 22f.; P.H. Graf: La Literatura Francesa como Instigadora a la Guerra Europea. Apuntes para el estudio de los antecedentes de la guerra actual. Mexiko D.F. 1917, S. 83; Rudolf Wiehler: Deutsche Wirtschaftspropaganda im Weltkrieg, Berlin 1922, S. 3-7.

wurden somit auch als eine Ursache für die alliiertenfreundliche Haltung in Lateinamerika benannt, ein Umstand, den es nach Ansicht der Propagandisten in Deutschland wie auch jener vor Ort zu ändern galt. Das vermehrte Angebot von Deutschkursen durch das Vereinswesen sowie die Verbreitung von teilweise auch übersetzter deutscher Literatur und Philosophie in Lesesälen waren Maßnahmen, die Deutschland als Kulturnation mindestens vom gleichen Range Frankreichs bekannt werden lassen sollte.¹⁰⁵⁴ Gedichte von Friedrich Schiller, Johann Wolfgang von Goethe und Heinrich Heine wurden in den feuilletonistischen Seiten der *Unión* abgedruckt, während die *Germania* eine Serie von Artikeln über die deutsche Industrie veröffentlichte.¹⁰⁵⁵ Das Deutsche Reich wollte sich nicht allein als militärische Großmacht, sondern auch als Hort von Kultur und akademischer Geistesgröße sowie als moderner Staat, der soziale Stabilität und Fortschritt garantierte, präsentieren.¹⁰⁵⁶

Gleichzeitig war das unbekannte Deutschland (*Alemania desconocida*) auch ein Topos und Ausgangspunkt einer persuasiven Strategie. Die entsprechenden Texte gingen nicht nur von einer grundsätzlichen Unkenntnis bei ihren Rezipienten aus, sondern behaupteten darüber hinaus ein sich aus dieser Unkenntnis ergebendes „falsches“ Verständnis des „wahren“ Charakters der Deutschen habe neben den Lügen der Alliierten in der Öffentlichkeit zu einer feindseligen Haltung gegenüber Deutschland geführt.¹⁰⁵⁷ Mittel- und langfristige Propagandastrategien wie die oben genannten, also zum Beispiel die Vermittlung der deutschen Sprache oder die Intensivierung von Wirtschaftspropaganda, sollten dem etwas entgegensetzen. Im Idealfall aber vermittelte eine lokal bekannte Autorität, also ein Sprecher, der über genügend *éthos* verfügte, dem Publikum die vermeintliche Wahrheit über Deutschland.

¹⁰⁵⁴ PA AA, R 122 690, Auszug Anlage Bericht der Botschaft in Madrid, o.O., 29.01.19; Ebenda Bericht des Deutschen Aufklärungsdienstes in Mexiko, Mexiko D.F., 01.01.1919 – 31.07.1919.

¹⁰⁵⁵ Vgl. u. a. La Musa Germana: La imagen de Sais, Friedrich Schiller. In: *Germania*, Buenos Aires, 16.07.1915, o.S.; Progresos de la industria alemana. La industria eléctrica. In: Ebenda, 16.06.1915, o.S.; Progresos de la industria alemana. La industria del acero. In: Ebenda, 01.07.1915, o.S.; Progresos de la industria alemana. La industria del cemento. In: Ebenda, 16.07.1915.

¹⁰⁵⁶ Vgl. u. a. Cómo viven los obreros alemanes. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 03.02.1917, S. 5; Aspectos de Alemania. El ambiente. In: Ebenda, 04.02.1917, S. 5.

¹⁰⁵⁷ Vgl. u.a La democracia y Alemania. In: *Unión*, Buenos Aires, 14.01.1915, S. 5; vgl. u. a. auch Los alemanes en el sur y sus descendientes. Se les juzga sin conocerlos. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 24.01.1917, S. 2; in diesem Fall war nicht Deutschland, sondern waren die deutschen Einwanderer die „Unbekannten“.

Solche Multiplikatoren waren in Argentinien germanophile Intellektuelle, Akademiker und Politiker wie Ernesto Quesada, Juan Pedro Ramos, Estanislao Zeballos oder Alfredo Colmo.¹⁰⁵⁸ Ganz besonders der *germanófilo* Ernesto Quesada war eine Stimme von herausragender Bedeutung für die deutsche Propaganda. Er hatte in Dresden das Gymnasium und in Leipzig und Berlin die Universität besucht, weshalb er mit dem deutschen Bildungskanon hervorragend vertraut war.¹⁰⁵⁹ Quesada hatte sich bereits in den 1880er Jahren der Vermittlung der deutschen Sprache und Kultur gewidmet, wobei er in seinen Seminaren an den Universitäten von Buenos Aires und La Plata den gleichen pädagogischen Methoden folgte, die er während seines Studiums in Deutschland kennengelernt hatte.¹⁰⁶⁰ Er war es auch, der das *Instituto Nacional del Profesorado* ins Leben rief, an dessen Aufbau Wilhelm Keiper ebenfalls maßgeblich beteiligt war.¹⁰⁶¹ Das Deutsch-Südamerikanische Institut lud ihn 1914 für eine Gastprofessur nach Deutschland ein, doch der Kriegsausbruch setzte dem Vorhaben ein jähes Ende.¹⁰⁶² Quesada war somit nicht nur mit zentralen Akteuren wie Wilhelm Keiper und Paul Gast persönlich bekannt, sondern wurde bald selbst zu einer wichtigen Stimme im deutschen Propagandanetzwerk.

In seinen Aufsätzen *La actual civilización germánica y la presente guerra* (1914) und dem bereits erwähnten *El "peligro alemán" en Sur América* (1915), die auch über Argentinien hinaus von der pro-deutschen Presse in Lateinamerika rezipiert wurden, verteidigte Quesada Deutschland und trat in der Rolle des objektiven Aufklärers auf.¹⁰⁶³ Beide Aufsätze erschienen zusätzlich als Einzelpublikationen in Heftform.¹⁰⁶⁴ Leonore Niessen-Deiters' zunächst in Deutschland veröffentlichter Kommentar zu *La actual civilización germánica*

¹⁰⁵⁸ Compagnon: América Latina, S. 105ff.

¹⁰⁵⁹ Thomas Duve: El contexto alemán del pensamiento de Ernesto Quesada. In: La Revista de Historia del Derecho, H. 30 (2002), S. 176ff.

¹⁰⁶⁰ Lila Bujaldón de Esteves: Presencia alemana en la Argentina: Ernesto Quesada y Hermann von Keyserling. In: Todo es Historia Bd. 3, H. 354 (1997), S. 84.

¹⁰⁶¹ Ebenda.

¹⁰⁶² Ebenda, S. 85.

¹⁰⁶³ Vgl. u. a. La palabra del Dr. Ernesto Quesada. In: *Unión*, Buenos Aires, 26.02.1915, S. 3; Alemania juzgada por un latinoamericano. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 12.04.1915, S. 2; La cultura de Alemania juzgada por un sudamericano. In: *Revista del Pacífico*, Santiago, 22.02.1915, S. 1.

¹⁰⁶⁴ Vgl. Ernesto Quesada: La actual civilización germánica y la presente guerra. Buenos Aires 1914; ders.: El "peligro alemán" en Sud América. Buenos Aires 1915. «La actual civilización germánica» erschien außerdem in der sonst proalliierten *La Razón* aus Buenos Aires, von *La Nación* und *La Prensa* wurde der Beitrag aber ignoriert, vgl. BA-B, R 901/72256, Brief Wilhelm Böttger an Deutsch-Südamerikanische Telegraphengesellschaft, Buenos Aires, 28.12.1914.

erschien zudem am 23. Februar 1915 ins Spanische übersetzt in *La Unión*, mit kleinen aber dennoch feinen Abweichungen vom deutschen Originaltext. War Quesada im *Bulletin des Nachrichtendienstes für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge* von Niessen-Deiters noch als „Stimme [...] unter den fortschrittlichsten Abkömmlingen des ritterlichen Spaniens [...]“ und „spanischer Argentinier“ bezeichnet worden, führte die *Unión* Quesada als „un latinoamericano, un argentino“ ein.¹⁰⁶⁵ Diese Änderung in der Übersetzung erklärt sich aus der Notwendigkeit, den Text an das jeweilige Zielpublikum anzupassen. Während Quesada in der deutschen Version allgemein der so genannten „hispanischen“ oder „iberischen“ Welt zugeordnet wurde, war es für eine lokal, beziehungsweise regional relevante Zeitung wie die *Unión* sehr viel wichtiger, Quesada als ernstzunehmende Größe von nationaler, beziehungsweise regionaler Bedeutung zu präsentieren, die über genug Renommee verfügte, das argentinische Publikum über die deutschen Verhältnisse zu belehren. Die Konfiguration des Sprecher-*éthos* wurde hier also situativ dem Kontext der Rezeption entsprechend angepasst.

Ein weiterer bedeutsamer Unterschied war die Übersetzung von „actual civilización germánica“ in „gegenwärtige Kultur Deutschlands“. Der Erste Weltkrieg wurde von der Entente wie von den Deutschen auch als ideologischer Kampf zwischen Zivilisation und Kultur gedeutet. Der in Deutschland gepflegte Kulturbegriff wurde dabei durch die alliierte Propaganda massiv abgewertet und synonym mit Barbarei verwendet.¹⁰⁶⁶ Andersherum betrachteten die Deutschen „Kultur“ als Gegenentwurf zum Begriff „Zivilisation“, welcher sich nur auf materiellen, nicht aber auch auf geistigen Fortschritt bezöge.¹⁰⁶⁷ In der deutschen Version konnte Niessen-Deiters „civilización“ mit „Kultur“ übersetzen, da die bürgerliche Leserschaft des Kaiserreiches diesen Begriff weiterhin selbstbewusst für sich reklamierte. Für das argentinische Publikum war jedoch der Terminus „civilización“ sehr viel bedeutsamer und zudem fest in der Geistesgeschichte des Landes verankert. Mit ihm verbanden sich, geprägt durch das einflussreiche Werk *Civilización y Barbarie* von Domingo Faustino Sarmiento, seit dem 19. Jahrhundert Ideen vom Fortschritt, der Modernisierung und auch der

¹⁰⁶⁵ Vgl. hierzu Die englische Politik von Neutralen und Engländern beleuchtet. In: *Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge*, Frankfurt a.M., 28.12.1914, S. 1; La política inglesa en el concepto de neutrales e ingleses. La cultura de Alemania juzgada por un suramericano. In: *Unión*, Buenos Aires, 23.02.1915, S. 3f.

¹⁰⁶⁶ Piper: Nacht über Europa, S. 193; Rinke: Propaganda War.

¹⁰⁶⁷ Miliopoulos: Atlantische Zivilisation, S. 104ff.

Europäisierung Argentinien.¹⁰⁶⁸ Gerade die alliierte Propaganda wusste diesen Topos für sich zu nutzen und diskreditierte die Deutschen auch auf dieser Grundlage als Barbaren.¹⁰⁶⁹ Quesada musste also den Nachweis erbringen, dass Deutschland, ungeachtet der Behauptungen der alliierten Propaganda, nicht nur sehr wohl zu den zivilisierten Nationen der Welt gehörte, sondern unter diesen auch einen besonderen Rang einnahm.

Erste Erwähnung hatte Quesadas *La actual civilización germánica* bereits am 03. November 1914 in der *Unión* gefunden, wengleich er auch dort nur kommentiert wurde. Der Kommentar verwies auf die Zeitschrift *Derecho, Historia y Letras*, wo der Aufsatz zuerst publiziert worden war.¹⁰⁷⁰ Quesada stützte seine Ausführungen zur gegenwärtigen „germanischen“ Kultur, beziehungsweise Zivilisation, neben seinen persönlichen Erfahrungen als Student in Deutschland hauptsächlich auf das Buch *La patria alemana* von Gonzalo de Quesada, welches 1913 in Leipzig herausgegeben worden war. Gonzalo de Quesada, seines Zeichens ehemaliger kubanischer Gesandter in Berlin und Weggefährte José Martí¹⁰⁷¹, hatte in diesem Werk seine wohlwollenden Eindrücke und Ansichten über das Deutsche Kaiserreich niedergeschrieben. Das Publikationsjahr 1913 sowie die Herkunft des Autors waren für Ernesto Quesadas Beitrag insofern bedeutsam, als dass er die Unparteilichkeit Gonzalo de Quesadas behaupten und dessen Werk somit ganz unverdächtig zur Grundlage seiner Argumentation machen konnte.¹⁰⁷² Er selbst habe sich zur Veröffentlichung des Aufsatzes nicht berufen gefühlt, sondern sei, da er sowohl in Deutschland als auch in Frankreich studiert hatte, von seinen Studenten und Kollegen zu einer solchen kurzen Studie gedrängt worden.¹⁰⁷³ Mit dieser Einleitung positionierte sich Quesada als rein an empirischen Beobachtungen interessierter Wissenschaftler, der seinen Gegenstand ganz objektiv zu betrachten beabsichtigte. Dementsprechend enzyklopädisch fielen dann auch seine Ausführungen zu allen Bereichen der deutschen Gesellschaft aus. Politische Institutionen, Militär, Rechtsverfassung, Bildung, Finanzwesen und nicht zuletzt das Leben des

¹⁰⁶⁸ Berthold Zilly: Nachwort. In: Domingo Faustino Sarmiento: Barbarei und Zivilisation. Das Leben des Facundo Quiroga. Frankfurt a.M. 2007, S. 442ff.

¹⁰⁶⁹ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 104.

¹⁰⁷⁰ *La actual civilización germánica*. Por el doctor Ernesto Quesada. In: *Unión*, Buenos Aires, 03.11.1914, S. 1. Quesadas Texte wurden insgesamt breit von der *Unión* ezipiert, vgl. u. a. *La cultura alemana juzgada por un suramericano*. In: *Unión*, Buenos Aires, 23.02.1915, S. 5; *La palabra del Dr. Ernesto Quesada*. In: *Ebenda*, 17.03.1915, S. 6.

¹⁰⁷¹ Vgl. Gonzalo de Quesada: *The Chinese and Cuban Independence*. Leipzig 1912.

¹⁰⁷² Quesada: *La actual civilización*, S. 5f.

¹⁰⁷³ *Ebenda*, S. 7-9.

Proletariats wurden in vermeintlich unparteiischer Weise, gern gestützt durch Zahlenkolonnen, beschrieben. Die Entwicklung all dieser gesellschaftlichen Bereiche wurde als besonders fortschrittlich, effizient oder prosperierend dargestellt. Quesadas Begriff der „civilización“ blieb daher vorrangig auf die materielle Welt und soziale Belange bezogen und ignorierte größtenteils kulturelle oder philosophische Aspekte. Die große Bedeutung Deutschlands unter den „Weltzivilisationen“ legitimiere sich, so Quesada, insbesondere durch seine wirtschaftlichen Stärke sowie seine sozial-politische Fortschrittlichkeit, welche er besonders durch den Stand der Naturwissenschaften, Errungenschaften wie der Krankenversicherung für Arbeiter oder die funktionale Organisation des Bildungssystems bewiesen sah.¹⁰⁷⁴ Als Herzstück der deutschen Nation verstand er das Militär:

„[...] el organismo vital del imperio es su gran ejército, que lo ha creado y conservado; ha hecho más: ha unificado las fuerzas todas, morales y materiales, de la nación. [...] El servicio militar es obligatorio [...]: con él no sólo se forman millares de soldados, sino mejora físicamente la raza, pues el ejercicio, hábitos de orden, aseo corporal y limpieza del vestuario, contribuyen a la buena salud, y la disciplina y obediencia vigorizan y templan el carácter de los jóvenes, inculcándoles sentimientos de honor y elevado patriotismo.“¹⁰⁷⁵

Prinzipiell reproduzierte Quesada hier wie auch in weiten Teilen seines Aufsatzes nur die nationalkonservativen Selbstbilder des Deutschen Reiches. Und obwohl er sich stilistisch um Objektivität bemühte und vor allem auf eine informierende Darstellungsform zurückgriff, zeichnete Quesada ein Bild von Deutschland, das in weiten Teilen dem Ideal der so genannten *Ideen von 1914* entsprach. Bei den *Ideen von 1914* handelte es sich um kein einheitliches Ideengebäude, sondern um eine Vielzahl von Publikationen deutscher Intellektueller, welche die deutsche Nation angesichts des Krieges neu auszudeuten suchten.¹⁰⁷⁶ Der Begriff selbst wurde durch den deutschen Professor Johann Plenge geprägt und bereits von den Zeitgenossen gebraucht.¹⁰⁷⁷ Der deutsche Nationalismus wurde dabei seit Kriegsausbruch bewusst als Gegensatz zu den Werten des republikanischen Frankreich verstanden, also als Antithese zu politischen Werten wie Demokratie, Liberalismus und Materialismus.¹⁰⁷⁸ An die Stelle von Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit sollten Pflicht, Ordnung und

¹⁰⁷⁴ Ebenda, vgl. v.a. S. 15, 23, 48f.

¹⁰⁷⁵ Ebenda, S. 41ff.

¹⁰⁷⁶ Jeffrey Verhey: *Ideen von 1914*. In: Hirschfeld, Krumeich, Renz (Hrsg.): *Enzyklopädie*, S. 569.

¹⁰⁷⁷ Piper: *Nacht über Europa*, S. 66.

¹⁰⁷⁸ Ebenda, S. 65f.

Gerechtigkeit treten, da diese auch besonderer Ausdruck des deutschen Nationalcharakters, also der deutschen „Volksseele“, seien.¹⁰⁷⁹ Die Exponenten der *Ideen von 1914* vertraten in der Regel ultranationalistische und völkische Positionen und zogen politischen Autoritarismus demokratischen Bewegungen vor. Individualismus wurde verpönt, stattdessen sollte das Kollektiv einer starken „Volksgemeinschaft“ den Geist der deutschen Nation repräsentieren.¹⁰⁸⁰ Diese Ideen waren 1914 nicht spontan entstanden, sondern lassen sich bestimmten konservativen und nationalchauvinistischen Weltbildern zuordnen, die unter anderem die pseudowissenschaftliche „Völkerpsychologie“ hervorgebracht hatte und welche Quesada als genauem Kenner der akademischen Welt Deutschlands bekannt gewesen sein dürften.¹⁰⁸¹

Quesada griff nicht allein im obigen Zitat auf das Bild eines einheitlich agierenden Deutschlands, das sich durch Ordnung, Disziplin und gesellschaftliche „Gesundheit“ auszeichnete, zurück. Seine Ausführungen bezogen sich trotz aller rhetorischen Sachlichkeit wiederholt auf die von den maßgebenden Autoren der *Ideen von 1914* postulierten gesellschaftlichen Ideale, die Deutschland vermeintlich kennzeichneten. Den deutschen Arbeiter charakterisierte Quesada zum Beispiel folgendermaßen:

„[...] disciplinado por la educación obligatoria, por el aprendizaje obligatorio, por la instrucción manual obligatoria y por el servicio militar obligatorio, el trabajador alemán, en conjunto, forma una máquina nacional que realiza inteligente y estupenda tarea, sin aparente esfuerzo y ninguna dificultad; la disciplina es su saliente cualidad, [...]“¹⁰⁸²

Der deutsche Arbeiter verliert in dieser Darstellung jede Individualität zugunsten seines Dienstes für die deutsche Nation. Das Ideal der alles homogenisierenden Volksgemeinschaft äußert sich in der Vereinheitlichung des Lebensweges des Arbeiters durch die staatlichen Institutionen, welche die Formierung eines effizienten und angepassten Staatsbürgers zum Ziel haben. Die Bildungsstätten und das Militär sollten die wichtigsten Stützpfeiler der Gesellschaft bilden. Quesadas Rückgriff auf dieses semantische Standardrepertoire um den zentralen Begriff Disziplin entsprach somit in weiten Teilen der deutschnationalen Selbstdarstellung, wie sie sich in den *Ideen von 1914* äußerte. Dieses Bild konnte aber auch im argentinischen Kontext durchaus Wirkung entfalten, wenn man in Betracht zieht, dass sich die Gesellschaft

¹⁰⁷⁹ Ebenda, S. 69.

¹⁰⁸⁰ Ebenda, S. 66.

¹⁰⁸¹ Verhey: *Ideen von 1914*, S. 568.

¹⁰⁸² Quesada: *La actual civilización*, S. 48.

Argentiniens seit der Jahrhundertwende in Umbruch befand und sich zahlreichen sozialen Transformationen sowie teilweise gewalttätigen Konflikten und Arbeitskämpfen ausgesetzt sah. Dies führte zu einer neuen Auseinandersetzung mit der Frage nach der nationalen Identität, im Zuge dessen besonders die politisch rechten Kräfte für eine konservative Wende sowie eine Rückbesinnung auf das spanische Erbe eintraten, wie in Kapitel 4.3 bereits ausgeführt wurde.¹⁰⁸³ Wenngleich sich bekannte Intellektuelle dieser Strömung wie Ricardo Rojas zu den *aliadófilos* zählten, mochte Quesadas Darstellung des „deutschen Charakters“, beziehungsweise der deutschen Nation, dennoch jene Konservative ansprechen, deren Weltbild, wie auch das von Quesada selbst, von positivistischen und sozialdarwinistischen Ideen beeinflusst war. Besonders Vertreter der Armee konnten in der herausragenden gesellschaftlichen Stellung und Bedeutung des Militärs im Kaiserreich ein Abbild ihrer eigenen Ambitionen entdecken. So zum Beispiel der argentinische General Félix Uriburu,¹⁰⁸⁴ der in seinem rein militärstrategischen Werk *La Guerra Actual* die taktische Überlegenheit der deutschen Armee behauptet hatte und der Redaktionsgruppe um *La Unión* persönlich nahestand.¹⁰⁸⁵

Ernesto Quesadas Repräsentation der deutschen Nation und des deutschen Nationalismus war nicht spirituuell-idealistisch oder romantisierend, wie der Kulturbegriff von deutschen Intellektuellen oft benutzt wurde, sondern versuchte, durch das mitunter elaborierte Zusammentragen vermeintlicher Fakten das System der deutschen Gesellschaft darzustellen, welches durch die nötigen Maßnahmen und Reformen in den Bereichen Bildung, Wirtschaft und Militär grundsätzlich auch auf andere Länder übertragbar gewesen wäre. Gleiches gilt für das Deutschlandbild bei Estanislao Zeballos. Als Eigentümer der *Revista de Derecho, Historia y Letras*, in der sowohl die Texte von Quesada als auch von

¹⁰⁸³ Carreras, Potthast: Kleine Geschichte Argentinens, S. 146-152; McGee Deutsch: Las Derechas, S. 31ff.

¹⁰⁸⁴ Dalmazzo: Primer dictador, S. 59-65.

¹⁰⁸⁵ Carlos S.A. Segreti: José Félix Uriburu y la llamada "germanización" del Ejército Argentino. In: *Boletín de la Academia Nacional de la Historia*, Bd. 68-69 (1995-1996), S. 117. Zu den Propagandabeiträgen Uriburus vgl. Uriburu, Félix: *La Guerra Actual. Apuntes y enseñanzas*. Buenos Aires 1915; Auszüge aus diesem Buch wurden u. a. auch in der spanischen Ausgabe der Deutschen Zeitung von Mexiko veröffentlicht und von der Deutschen Buchhandlung auch in Heftform herausgebracht, vgl. *La Guerra Actual. Apuntes y Enseñanzas. Estudio del General Argentino José F. Uriburu. Revelaciones sobre la batalla de la Marne*. In: *Deutsche Zeitung von Mexiko. Edición en Español*, Mexiko D.F., 06.01.1916, S. 2; Deutschland in Mexico. In: Ebenda, 20.01.1916, S. 3. In Chile erschien die Schrift ebenfalls, vgl. Nuestra Biblioteca. In: *Submarino*, Santiago, 20.10.1917, S. 4. Im September 1918 brachte auch die *Unión* eine Serie seiner Ausführungen zur Marne-Schlacht, vgl. u. a. *La Batalla del Marne*. In: *Unión*, Buenos Aires, 11.09.1918, S. 5.

Ramos zuerst veröffentlicht wurden, sorgte der Abgeordnete und ausgebildete Jurist Zeballos dafür, dass die Zeitschrift die Neutralitätspolitik von Präsident Yrigoyen weiterhin unterstützte. Gleiches gilt für seine einflussreiche Tätigkeit als Berater bei der Tageszeitung *La Prensa*, die er ebenfalls dafür nutzte, seine Meinungen als *neutralista* zu publizieren.¹⁰⁸⁶ Wie Quesada versuchte auch er vor allem Aspekte der gesellschaftlichen Verfasstheit des Kaiserreiches im vorteilhaftesten Licht erscheinen zu lassen, wobei ihn insbesondere der Bildungssektor interessierte, welchen auch Quesada nicht vernachlässigt hatte detailliert darzustellen.¹⁰⁸⁷ Zeballos zufolge zeige die Organisation des Schulsystems den hohen Grad der „Zivilisiertheit“ („civilización“) an, den Deutschland erreicht habe.¹⁰⁸⁸ Das Wirken deutscher Schulreformer im argentinischen Bildungssektor wurde hingegen als Thema von beiden Autoren weitestgehend vernachlässigt. Nicht der positive Einfluss einzelner Deutscher auf Argentinien stand im Mittelpunkt der Verteidigungsschriften der *germanófilos*, sondern die Darstellung Deutschlands als gesellschaftlichem Ideal. Verknüpfungen zur argentinischen Gegenwart blieben überaus subtil und ergaben sich eher aus dem Nebeneinander der Darstellung der Leistungen Deutschlands als Nationalstaat und der gleichzeitigen Behauptung von Reformbedarf in Argentinien. Im Mittelpunkt stand jedoch die Absicht, nachzuweisen, dass das Deutsche Reich sehr wohl zu den zivilisierten Nationen der Welt gehörte und darüber hinaus in seiner gesamtgesellschaftlichen Verfasstheit auch anderen Ländern als Vorbild dienen konnte.

Neben Ernesto Quesada wurde auch der Jurist und Professor Juan Pedro Ramos in der deutschen Presse als genauer Kenner Deutschlands zitiert.¹⁰⁸⁹ Zwei längere Aufsätze, *La significación de Alemania en la guerra europea* und *Alemania ante la guerra* wurden 1915 in Buenos Aires veröffentlicht, wobei *Alemania ante la guerra* wie auch Quesadas *El "peligro alemán"* zuerst in der *Revista Argentina de Ciencias Políticas* erschienen war.¹⁰⁹⁰ Ramos' Beitrag wurde von deutscher Seite

¹⁰⁸⁶ Llairó-Raimundo Siepe: *Democracia Radical*, S. 76; PA AA, R 121 912, Bericht Kriegspresseamt Auslandsstelle an AA, Berlin, 03.01.1918.

¹⁰⁸⁷ *La educación en Alemania*. In: *Unión*, Buenos Aires, 02.02.1915, S. 2.

¹⁰⁸⁸ Ebenda.

¹⁰⁸⁹ Vgl. u. a. *La función constitucional del Kaiser en Alemania*, por Juan P. Ramos. In: *Germania*, Buenos Aires, 24. 12.1915 (Sonderausgabe zum Weihnachtsfest 1915), o.S.; *Los divulgadores de la cultura alemana. Carta del doctor Juan P. Ramos*. In: *Unión*, Buenos Aires, 17.05.1917, S. 5.

¹⁰⁹⁰ Juan Pedro Ramos: *La significación de Alemania en la guerra europea*. Buenos Aires 1915; ders.: *Alemania ante la guerra*. Buenos Aires 1915.

äußerst wohlwollend bewertet und habe „[...] Anklang gefunden, da er in Stil, Inhalt und Umfang zu Propagandazwecken besonders geeignet war“¹⁰⁹¹, wie die Zentralstelle für Auslandsdienst urteilte. Aus diesem Grund sollte er auch massenhaft in Argentinien, Chile und Mexiko sowie in Spanien verbreitet werden, was in der Folge auch geschah.¹⁰⁹² Die Übersetzung des Textes ins Deutsche wurde von Kinkelin, dem Spanischlektor Dr. Múgica des Königlichen Seminars für Orientalische Sprachen in Berlin¹⁰⁹³ und einem Mitarbeiter der Transocean angefertigt, nachdem der Originaltext über Kinkelin und den argentinischen Gesandten Molinar nach Deutschland gelangt war.¹⁰⁹⁴ Eine Zusammenfassung des Aufsatzes wurde außerdem im Bulletin des NDLSPPZ veröffentlicht.¹⁰⁹⁵ Die deutsche Version erschien 1917 dann sogar als Monographie, wobei das Vorwort kein Geringeres als Paul Gast verfasste.¹⁰⁹⁶ Der Aufsatz *Alemania ante la guerra* schien den Akteuren in Deutschland also auch hervorragend dazu geeignet, für die Propaganda an der Heimatfront eingesetzt zu werden. Was Ramos' Darstellung für die Akteure im Deutschen Reich interessant werden ließ, war seine Bearbeitung bestimmter Topoi, die ebenfalls diskursive Parallelen zu den so genannten *Ideen von 1914* sowie der mit diesen eng verbundenen Repräsentationen einer kollektiven deutschen Identität aufwiesen.

Ramos griff in beiden seiner Aufsätze zentrale Elemente dieser Denkrichtung auf, wobei unklar bleiben muss, inwiefern er direkt von den Publikationen der zentralen Autoren um die *Ideen von 1914* beeinflusst wurde. Die Ausgangssituation Deutschlands bei Kriegsausbruch beschrieb er in *Alemania ante la Guerra* beispielsweise folgendermaßen:

„[...] Alemania ocupaba el primer puesto gracias a la magnífica energía de su raza, gracias a su maravillosa organización interna, gracias a su incoercible voluntad de querer, gracias a la coherencia solidaria de su altiva conciencia nacional, gracias a la casi perfecta coordinación de sus aptitudes individuales, y gracias, sobre todo, al estupendo poder de haber sabido encarnar en un ideal colectivo de nación una fuerza de juventud, un entusiasmo de alma sana, [...]: como

¹⁰⁹¹ BA-B, R 901/72258, Schreiben ZfA an Firma C.F. Boehringer & Söhne, Berlin, 25.11.1915.

¹⁰⁹² Ebenda; *Alemania ante la guerra* wurde z. B. in *La Vanguardia*, La Paz vgl. Ebenda, Schreiben NDLSPPZ an ZfA, Frankfurt a.M., 09.12.1915.

¹⁰⁹³ PA AA, 121 333, Brief Paul Gast an AA, Aachen, 11.10.1915.

¹⁰⁹⁴ BA-B, R 901/72258, Schreiben Transocean an ZfA, Berlin, 26.07.1915.

¹⁰⁹⁵ Romanen über Deutschland und den Krieg! Die Huldigung eines Romanen vor Deutschland. In: *Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge*, Frankfurt a.M., 20.04.1915, S. 1f.

¹⁰⁹⁶ Juan Pedro Ramos: *Die Bedeutung Deutschlands im europäischen Krieg*. Stuttgart, Berlin 1917.

gracias a todo esto, repito, Alemania había sabido llegar a ser colosal en la paz y formidable para la guerra [...].¹⁰⁹⁷

Es wird sehr deutlich, dass auch Ramos hier den Diskurs um die so genannte Volksgemeinschaft bemühte, deren innere harmonische Einheit und gemeinschaftliche Anstrengung Deutschlands Aufstieg an die Spitze der Weltzivilisationen mitgetragen habe. Diese Repräsentation Deutschlands war für Ramos Aufsätze äußerst bedeutsam und kennzeichnete beide seiner Texte. Dabei stellte er Deutschland nicht explizit als Vorbild für Argentinien dar, sondern blieb vorrangig auf den europäischen Kontext fokussiert. Im Gegensatz zu Quesada bediente sich Ramos zudem an romantisch-idealistischen Ideen und beschrieb seine Version Deutschlands nicht anhand von Zahlenkolonnen zur Wirtschaft des Deutschen Reiches. Im Vordergrund stand die Betonung von Deutschland als Kulturnation, wobei sich Ramos auf die großen Namen der deutschen Geistesgeschichte von Schiller über Schlegel und Humboldt bis hin zu Wagner berief.¹⁰⁹⁸ Er griff also auf das deutsche Repertoire nationalistischer Selbstvergewisserung zurück:

„Cuando Alemania no existía, existía, sin embargo, una conciencia alemana, una ciencia alemana, una poesía alemana, una música alemana, una filosofía alemana, un pueblo alemán.“¹⁰⁹⁹

Aus der Energie dieses nationalen Geistes sei das Deutsche Kaiserreich entstanden und aus dieser Energie erkläre sich auch die rasante Entwicklung, die das Land seit seiner nationalen Einigung genommen habe.¹¹⁰⁰ Anhand der Aufzählung angesehener Künstler, Schriftsteller, Musiker und Denker sollte der Nachweis für die kulturelle Zivilisationsleistung des Deutschen Reiches erbracht werden, die der Frankreichs und Englands mindestens ebenbürtig sei und nur aufgrund der Sprachbarriere in Argentinien weniger Bekanntheit erlangt habe.

Dieses Deutschlandbild findet sich auch in Ramos' noch seitenstärkerem Aufsatz *Significación de Alemania* wieder.¹¹⁰¹ Dort zeichnet Ramos eine – selbstredend deutlich tendenziöse – Kulturgeschichte Deutschlands seit den Napoleonischen Kriegen nach:

¹⁰⁹⁷ Ramos: *Alemania ante la Guerra*, S. 7f.

¹⁰⁹⁸ Ebenda, S. 12.

¹⁰⁹⁹ Ebenda, S. 11. Eben dieses Zitat wurde wortwörtlich in der Zusammenfassung des NDLSMZ übersetzt und übernommen, vgl. Romanen über Deutschland, S. 1.

¹¹⁰⁰ Ebenda, S. 13.

¹¹⁰¹ Vgl. ders.: *La significación de Alemania*, S. 64-79.

„Alemania era la patria de los pensadores y de los poetas. [...] La fuerza armada no condecía con las tradiciones de un Leibniz, un Klopstock, un Winckelmann, un Goethe, un Schiller, un Kant, un Herder, un Hegel. Más hermoso era el reinado sobre el espíritu que la dominación sobre los cuerpos. Alemania era filosofía, poesía, música, no espada, ni comercio ni fuerza material expansiva.“¹¹⁰²

Deutschland sei in seinen Grundfesten nicht materialistisch oder nur an wirtschaftlichem Fortschritt interessiert, sondern sei eine zutiefst kulturelle Nation, die nach geistigen Werten strebe. Erst durch die Reichseinigung von 1871 habe sich Deutschland auch auf seine historische Tradition als Wirtschaftsmacht, repräsentiert durch die Hanse, besinnen können.¹¹⁰³ Die reiche deutsche Kultur und die wirtschaftliche Stärke des Landes sowie seine beeindruckende Industrialisierung hätten Deutschland schließlich zu einem ernstzunehmenden Konkurrenten Englands auf der Weltbühne werden lassen, den das *Empire* nunmehr aus Neid bekämpfe.¹¹⁰⁴ Die Schuld am Kriegsausbruch trügen somit auch die Engländer, deren einziges Ziel es sei, sich ihre Pfründe zu sichern und Deutschland wirtschaftlich zu schwächen.

In Ramos' Darstellungen Deutschlands und der deutschen Kultur lassen sich, wie bei Quesada und Zeballos auch, keinerlei Hinweise darauf finden, dass versucht wurde, Identifikation zwischen den präsentierten Inhalten und den antizipierten Rezipienten herzustellen. Der argentinische Entstehungskontext blieb bis auf die Verfasstheit des Aufsatzes in spanischer Sprache und die Identität des Autors seltsam unberührt. Dessen ungeachtet bemerkte Paul Gast in seinem 1917 erschienenen Vorwort für die deutsche Version von *La significación de Alemania* folgendes:

„Während nämlich der Verfasser [Anm.: Ramos] die verwickelte Psychologie der feineren englisch-französischen Stimmungsmache zergliedert [...], zeigt er dem deutschen Leser zugleich, dem Verfasser selbst unbewusst, wie sich die Eigenschaften des deutschen Volkes und dessen Vergangenheit in des Verfassers eigenem Intellekt widerspiegeln; und da Ramos gerade den Typus des Ausländers «lateinischer» Rasse und Kultur vertritt, mit dem es unsere kulturpolitischen Bemühungen vorzugsweise zu tun haben, gibt uns seine Schrift eine Fülle von Winken und Belehrungen, die in Deutschland sorgfältig studiert werden müssen. Sie zeigt uns, wie sich unsere völkischen Tugenden und Schwächen, unser Tun und Lassen in der «lateinischen» Seele abbilden.“¹¹⁰⁵

¹¹⁰² Ders.: *La significación de Alemania*, S. 105f.

¹¹⁰³ Ebenda, S. 109.

¹¹⁰⁴ Ebenda, S. 31f.

¹¹⁰⁵ Paul Gast: Vorbemerkung. In: Ramos: *Bedeutung Deutschlands*, S. 8f.

Dass Ramos in seinem Text nur die bekannten nationalistischen Fremd- und Selbstbilder des nationalkonservativen deutschen Diskurses reproduzierte, wurde von Gast nun dahingehend interpretiert, dass Ramos' Verteidigungsschrift vielmehr Aufschluss über einen genuin „lateinischen“ Geist gebe, der sich allem Deutschen gegenüber aufgeschlossen zeige. Die langen Ausführungen Ramos' zur deutschen Geschichte und Philosophie, zur Konsolidierung der Nation nach 1871 oder seine Rechtfertigung der weltwirtschaftlichen Ambitionen Deutschlands lassen allerdings in keiner Weise Schlüsse über eine dezidiert „lateinische“, „lateinamerikanische“ oder auch „argentinische“ Sicht auf das Deutsche Kaiserreich zu. Sie sind vielmehr ein Abbild der Selbstdarstellung des Deutschen Reiches, voll von autostereotypen Zuschreibungen, wie sie die Propaganda in allen neutralen Staaten zirkulieren ließ. Gasts Vorwort war eher eine Projektion, die zu verkennen schien, dass sich nicht in Ramos' „lateinischem“ Geist die deutsche Kultur und der deutsche Einfluss widerspiegelten, sondern dass der Text schlichtweg und in gefälligem Ton die deutschen Nationalisten nachahmte.

Wie auch Quesada und Zeballos griff Ramos auf Repräsentationen, Topoi und Darstellungsmuster zurück, die unübersehbar auch Parallelen zu den Diskursen der *Ideen von 1914* aufwiesen. Das erklärt unter anderem, weshalb gerade Ramos' Aufsatz von deutscher Seite solche Wertschätzung erfuhr. Die argentinischen *germanófilos* reproduzierten ein Deutschlandbild, das ganz den Vorstellungen der bürgerlich-konservativen Eliten des Deutschen Reiches entsprach. Eine Verbindung zur argentinischen Gegenwart wurde nicht explizit gezogen. Dies kann unter anderem als Indikator dafür gedeutet werden, dass die Autoren ihre Texte in enger Absprache mit den verantwortlichen Akteuren in der deutschen Botschaft oder den lokalen Redaktionsbüros konzipierten. Versuche kultureller Translation, also Versuche der kulturellen Übersetzung der vom deutschen Nationalismus geprägten positiven Repräsentation Deutschlands in den argentinischen Kontext, fanden hingegen kaum statt. Es bleibt daher mehr als fraglich, inwiefern diese Texte tatsächlich dazu beitragen konnten, Identifikation mit ihren Inhalten zu erzeugen, wenn die Rezipienten nicht ohnehin schon ein zumindest wohlwollendes Interesse für Deutschland hegten. Denn, wie Michael Jeismann treffend feststellt, „[d]as »Deutsche« war in politischer Hinsicht nicht zu universalisieren und damit propagandistisch nutzbar zu machen“.¹¹⁰⁶ Die von Quesada, Ramos oder Zeballos angeführten Argumente, Repräsentationen Deutschlands und verwendeten Topoi der *Ideen von 1914* lassen sich aber zum

¹¹⁰⁶ Jeismann: Propaganda, S. 205.

Beispiel auch in der pro-deutschen Propaganda in Spanien oder Italien nachweisen.¹¹⁰⁷ Sie können daher als abgewandelte lokale Varianten der deutschen Kriegspropaganda gelesen werden, deren Inhalte, auch wenn sie nicht universalisierbar waren, zumindest universell eingesetzt wurden. Zu diesem Diskurstrang können unter anderem auch das mehrbändige Werk *El enigma de la guerra* von Carrico sowie eine Reihe von Flugschriften gezählt werden, die, teilweise in Spanien produziert, auch in Argentinien verbreitet wurden.¹¹⁰⁸ Durch ihre Übersetzung in die deutsche Sprache wurden die Aufsätze allerdings einem Publikum zugänglich gemacht, das ursprünglich nicht zum anvisierten Rezipientenkreis gehört hatte. Sie wirkten somit, obgleich als lokale Propaganda konzipiert, wieder nach Deutschland zurück.

Die Arbeit deutscher Reformen oder das Leben der deutschen Migranten in Argentinien wurden hingegen selbst in der deutschen Presse kaum berührt, obwohl eine positive Bewertung der deutschen Beiträge für die argentinische Nation gerade angesichts der alliierten Propaganda, die den Topos der „deutschen Gefahr“ für sich nutzte, als Gegenmaßnahme hätte dienen können. Die angespannte politische Situation und die tendenziell deutschfeindlichere Stimmung mögen mit dazu beigetragen haben, dass diese Themen in Argentinien eine untergeordnete Rolle spielten. Anders war die Situation der deutschen Propagandapresse in Chile, die mehr als bemüht war, die deutsche Präsenz in Chile in den Vordergrund ihrer persuasiven Strategie zu stellen, wie die beiden nachfolgenden Kapitel zeigen werden.

2.3.2 „CHILE, CHILE POR SOBRE TODO!“: RECHTSKONSERVATIVE DISKURSE UND DISKURSE ÜBER *CHILENIDAD* UND *DEUTSCHTUM* IN DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN CHILE

In Chile wurden sowohl die Tageszeitungen *La Gaceta Militar*, *La Gaceta de Chile* als auch *El Tiempo Nuevo* von Heraclio Fernández herausgegeben, einem überzeugten *germanófilo*.¹¹⁰⁹ Fernández selbst verfasste seine Artikel unter dem

¹¹⁰⁷ Vgl. u. a. Albes: Worte wie Waffen, S. 180ff.; Ostermann: Duell der Diplomaten, S. 135ff.

¹¹⁰⁸ Carrico: *El enigma de la guerra*, 10 Bde.; Brugnara: *El mundo contra Alemania*; Julio Barrera Oro: *Alemania y los Países Neutrales en la Guerra Actual*. Buenos Aires 1917; Juan M. López: *La Razón y la Ciencia están de parte de Alemania*. Barcelona 1916.

¹¹⁰⁹ Virgilio Figueroa: *Diccionario Histórico Biográfico y Bibliográfico de Chile*. Bd. 2, Nendeln, Liechtenstein 1974 [1929], S. 141.

Namen *Juan García*, die Pseudonyme weiterer Autoren waren *Pedro Guerrero*, *Chileno Católico*, *Chileno blanco*, *no amarillo*, *Mapuche* und *Teuto-Chileno* sowie *Erky*, unter dem als eine der wenigen Ausnahmen eine Frau aus der deutschen Gemeinschaft eigene Artikel sowie Übersetzungen aus deutschen Zeitungen beisteuerte.¹¹¹⁰ Schon die Auswahl der Pseudonyme ist aussagekräftig und lässt erste Schlüsse auf die ideologische Programmatik der Zeitungen zu. Katholisch (*Chileno Católico*), rassistisch-nationalchauvinistisch (*Chileno blanco*, *no amarillo*) und offen germanophil (*Teuto-Chileno*) war die Weltsicht, die die Zeitungen vertraten. In Textform konnte sich diese nationalistische Haltung der Zeitungen von Fernández zum Beispiel wie folgt manifestieren:

„Es una suerte que políticos y pensadores de clara inteligencia y reconocido patriotismo se esfuercen en producir un movimiento nacionalista para emprender la tarea de la formación del organismo económico de la nación. Pero, al lado de la constitución orgánica, necesitamos también la formación de un espíritu nacional que es la fuerza llamada a dar expresión real a las imperiosas necesidades que afectan así al cuerpo como al espíritu de la República. En una palabra, si anhelamos asegurar el porvenir de la nación chilena, necesitamos emprender un movimiento nacionalista completo para formar juntamente con la parte orgánica o material el espíritu nacional, por el conocimiento y desarrollo de una civilización más perfecta y elevada que la presente; [...]. Tenemos la nación germana que presenta al mundo el más bello ejemplo de constitución orgánica y espiritual.“¹¹¹¹

Der deutsche Einfluss in Chile war bereits vor dem Krieg in zwei gesellschaftlichen Sektoren besonders deutlich spürbar gewesen. Neben dem hohen Renommee, den das deutsche Heereswesen im chilenischen Militär genoss, hatten deutsche Pädagogen im chilenischen Bildungswesen eine Führungsrolle inne.¹¹¹² Ruperto Oroz, der Verfasser des oben zitierten Artikels und Autor der Schrift *El Amor Patrio: Formación y desarrollo en la escuela*¹¹¹³, war ein hochrangiger chilenischer Schulinspektor, der von der Überlegenheit des deutschen Bildungssystems und seiner Vorbildfunktion für Chile fest überzeugt

¹¹¹⁰ Vgl. u. a. von „Chileno blanco, y no amarillo“ der Artikel *Un llamado al patriotismo chileno*. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 11.09.1914, S. 2; *El hermano de nuestra colaboradora Erky*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 03.03.1916, S. 1. Von „Mapuche“ der Artikel *Algo sobre las provincias salitreras*. In: *Ebenda*, 20.03.1917, S. 1.

¹¹¹¹ ¡Alma nacional! In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 13.12.1915, S. 1.

¹¹¹² Collier, Sater: *History of Chile*, S. 180.

¹¹¹³ *Ruperto Oroz: El Amor Patrio. Formación y desarrollo en la escuela. Valparaíso 1900.* Von Ruperto Oroz wurde am 13.12.1915 und am 15.12.1915 der Artikel ¡Alma nacional! veröffentlicht, am 30.12.1915 folgte in ganz ähnlichem Duktus *Ideas y no politiquería*, vgl. *Ideas y no politiquería*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 30.12.1915, S. 1. Vgl. vom selben Autor u. a. auch *Tierras del Sur!*. In: *Ebenda*, 07.02.1916, S. 1; *Las economías y el Nacionalismo!* In: *Ebenda*, 18.02.1916, S. 1.

war.¹¹¹⁴ Das Ziel von Bildung war demnach nicht allein die reine Wissensvermittlung, sondern die Formung idealer Staatsbürger, die den „Geist“ oder die „Seele“ der Nation in sich trugen:

„En una palabra, para formar el *alma nacional* [Anm. kursiv i.O.] necesitamos de un plan de educación científica, [...]“¹¹¹⁵

Das Prinzip der „educación científica“, also die praktische Anwendung positivistischer Philosophie, war in Chile eng mit dem Namen Valentin Letelier verbunden, der den Anstoß zu einer landesweiten Schulreform nach deutschem Modell und in Zusammenarbeit mit deutschen Pädagogen gegeben hatte.¹¹¹⁶ Während Letelier aber ein humanistisches Bildungsideal nach Wilhelm von Humboldt vertrat, nach dem die Persönlichkeitsbildung im Vordergrund jeder Pädagogik stehen sollte, ging Oroz darüber hinaus, indem er nicht die individuelle Subjektwerdung, sondern die kollektive Realisierung einer nationalen Seele zum Ziel der „educación científica“ erklärte.¹¹¹⁷ Die Idee der „organischen“ Verfasstheit der Nation, die Oroz dabei vorschwebte, entsprang rechtskonservativen Diskursen. Die Verwendung solch biologistischer Metaphern wie „constitución orgánica“ für die Repräsentation von Nation und Gesellschaft, wie sie im Übrigen auch in dem nationalkonservativen und nationalsozialistischen Begriff des „Volkskörpers“ deutlich werden, verweist auf ein bestimmtes Verständnis von sozialer und politischer Organisation, das im *Cono Sur* vor allem über französische Autoren wie Ernest Renan, Hippolyte Taine, Gustave LeBon oder den Rechtskonservativen Charles Maurras rezipiert wurde.¹¹¹⁸ Antiliberalismus und Autoritarismus sowie ein Misstrauen gegenüber Demokratie und Individualismus bestimmten die Kritik dieser Denker am Republikanismus

¹¹¹⁴ Zum Ideal des deutschen Universitätssystems bei Oroz vgl. auch Propósitos sanos. In: Ebenda, 23.03.1916, S. 1-2. Die deutsche Propaganda griff dies ebenfalls auf, vgl. u. a. Los Alemanes en Chile. La influencia alemana en la educación chilena en general. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 28.12.1914, S. 4.

¹¹¹⁵ ¡Alma nacional! In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 13.12.1915, S. 2.

¹¹¹⁶ Juan Pablo Conejeros Maldonado: De la francomanía al embrujo alemán. Alcances en torno al rol de los agentes mediatizadores en el proceso de transferencia cultural alemana en la educación chilena. In: Benjamín Silva Torrealba (Hrsg.): *Historia Social de la Educación Chilena*. Bd. I. Instalación, auge y crisis de la reforma alemana 1880 a 1920. Agentes escolares. Santiago 2015, S. 44f.

¹¹¹⁷ Ebenda, S. 45; vgl. hierzu auch La cohesión nacional. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 29.05.1917, S. 1.

¹¹¹⁸ Rock: Antecedentes de la derecha, S. 45ff.; Carlos Ruiz: Conservantismo y nacionalismo en el pensamiento de Francisco Antonio Encina. In: Renato Cristi, ders. (Hrsg.): *El pensamiento conservador en Chile. Seis ensayos*. Santiago de Chile 2015, S. 52.

Frankreichs.¹¹¹⁹ In Chile wurden ganz ähnliche Positionen von Autoren wie Nicolás Palacios, Francisco Antonio Encina oder Tancredo Pinochet Le-Brun vertreten.¹¹²⁰

Die vermeintliche Schwäche der chilenischen Gesellschaft, die Oroz in seinem Artikel konstatierte, war Teil dieser rechtskonservativen Weltansicht. Seit der Jahrhundertwende herrschte in der chilenischen Gesellschaft ein Krisenbewusstsein vor.¹¹²¹ Die konservativen Intellektuellen machten neben dem wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verfall auch eine geistig-spirituelle Dekadenz der Nation aus, die das Land als Ganzes schwächte.¹¹²² Als Ursache hierfür galten ausländische Einflüsse sowohl auf das Wirtschafts- und Handelsleben Chiles als auch auf das intellektuelle Leben sowie der stetig wachsende Anstieg der Einwanderungszahlen.¹¹²³ Nicolás Palacios beschrieb in seinem 1904 erschienenen und äußerst einflussreichen Werk *Raza Chilena* den Zustand der chilenischen Gesellschaft folgendermaßen:

„La enseñanza que se desprende del estudio de la demografía chilena en el último trienio del siglo que acaba de pasar, es que nuestra raza está dotada de magníficas condiciones orgánicas, de un poder vital de primer orden; pero al mismo tiempo se constata que ella atraviesa un período de sufrimientos, de dolores, de malestar social, de falta de dirección superior que sea capaz de aprovechar aquellas brillantes condiciones étnicas, o siquiera de dejarla desarrollarse dentro de la esfera de actividad a que tiene derecho por sus relevantes cualidades.“¹¹²⁴

In Palacios von pseudowissenschaftlichen und von sozialdarwinistischen Ideen geprägten Werk dominierten ebenfalls biologistische Metaphern die Darstellung. Metaphorische Zuschreibungen wie Gesundheit und Krankheit sollten den Zustand der Gesellschaft versinnbildlichen. Dabei diagnostizierte er der chilenischen Nation „magníficas condiciones orgánicas“, die aber gerade eine schmerzhafteste Phase der Schwäche durchleben müssten. Zum vermeintlichen Mittel gegen den nationalen Verfall wurde das Schlagwort der *chilenidad*.¹¹²⁵ Was Oroz in seinem Artikel als „alma nacional“ bezeichnete, prägte Palacios mit dem

¹¹¹⁹ Rock: Antecedentes de la derecha argentina, S. 48.

¹¹²⁰ McGee Deutsch: Las Derechas, S. 13-25.

¹¹²¹ Stefan Rinke: Cultura de Masas, Reforma y Nacionalismo en Chile, 1910-1931. Santiago 2002, S. 119.

¹¹²² Alejandro San Francisco: La crítica social nacionalista en la época del centenario (Chile, 1900-1920). In: Gabriel Cid, ders. (Hrsg.): Nacionalismos e identidad nacional en Chile. Siglo XX. Bd. 1, Santiago 2010, S. 16-25.

¹¹²³ Rinke: Cultura de Masas, S. 120.

¹¹²⁴ Nicolás Palacios: Raza Chilena. Libro escrito por un chileno y para los chilenos. Bd. 2, Santiago 1918, S. 63.

¹¹²⁵ Rinke: Cultura de Masas, S. 119.

Begriff *chilenidad*. Die konkrete Manifestation der *chilenidad* in einer traditionellen, katholischen und von Konservatismus, Autoritarismus und den Ideen des Hispanismus geprägten Gesellschaftsform, wie sie in Variation auch Encina oder Pinochet-LeBrun vertraten, sei demnach ein harmonischer Ausdruck ihrer „organischen“, also „natürlichen“ Verfasstheit und somit ihres „gesunden“ Zustandes.

Die pro-deutsche Propaganda, darunter insbesondere die Presseorgane von Fernández, perpetuierten diese nationalistischen Diskurse und stellten rhetorisch einen geradezu symbiotischen Bezug zur Germanophilie her.¹¹²⁶ Das Deutsche Reich konnte sich innerhalb dieses Diskurses nicht zuletzt deshalb als Vorbild präsentieren, weil durch den Einfluss auf das Militär und den Bildungssektor bereits Teile zweier bedeutender gesellschaftlicher Säulen von der Superiorität des deutschen Modells überzeugt waren¹¹²⁷ und so bereitwillig für Deutschland zur Feder griffen oder sich von den Propagandainhalten besonders angesprochen fühlten:

„[...] la parte más sana del país, los militares, los marinos, el clero, el profesorado, los obreros y todas las clases sociales de Chile, salvo uno que otro contado aristócrata o petimetre, somos germanófilos.“¹¹²⁸

Auch hier wird wieder mit einer Gesundheitsmetapher „la parte más sana del país“, der „gesunde“ Teil des Landes, als *germanófilos* bezeichnet, was gleichzeitig all diejenigen Personen, die auf Seiten der Alliierten standen, zu Aussätzigen erklärt. Dass es sich bei den *aliadófilos* angeblich vor allem um Vertreter der Oberschicht („aristócrata“) handele, verweist auch auf die Ablehnung der etablierten Eliten in der chilenischen Rechten. Anders als etwa in Argentinien waren es in Chile hauptsächlich Vertreter der bürgerlichen Mittelschicht, die rechtskonservative Werte vertraten und in der alten „französisierten“ Oligarchie den Schuldigen für die Preisgabe der Nation an

¹¹²⁶ Vgl. u. a. Alemania. Reminiscencias. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 12.08.1915, S. 2; Los chilenos amigos de Alemania. In: Ebenda, 15.08.1915, S. 1; De un chileno germanófilo a un chileno aliadófilo. In: Ebenda 06.10.1915, S. 1; El germanofilismo en Chile. In: Ebenda, 04.02.1916, S. 1; Los germanófilos son ante todo chilenos. In: *Tiempo Nuevo*, 01.10.1918, S. 1; vgl. außerdem die Verteidigungsschrift von Gallardo Nieto: Neutralidad de Chile, inbes. S. 18ff.

¹¹²⁷ Insgesamt kann die Stimmung in Chile vergleichsweise deutschfreundlicher eingestuft werden als in Argentinien, vgl. Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 182-184.

¹¹²⁸ Chile inscrito entre los amigos de Alemania. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 19.10.1915, S. 1; vgl. außerdem El alma chilena. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 15.08.1914, S. 1; Preparando el porvenir. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 26.10.1915, S. 1; Una nación unida. Lo que es la educación popular en Alemania. In: Ebenda, 25.01.1916, S. 1-2.

ausländische Einflüsse zu erkennen meinten.¹¹²⁹ Eine „gesunde“ gesellschaftspolitische und auch patriotische Haltung äußere sich demnach, so versuchte es die deutsche Propaganda zu vermitteln, in der Wertschätzung des Deutschen Reiches und germanophiler Positionen.¹¹³⁰ Der kulturelle Gegensatz zum protestantischen Preußen wurde dabei von den *germanófilos* als sehr viel geringer wahrgenommen als der zum laizistischen aber dennoch ebenfalls katholisch geprägten Frankreich:

„Sabemos que la sociedad y el pueblo chilenos son esencialmente católicos. Pues, bien, los alemanes son profundamente creyentes, morales y religiosos, en cambio, los franceses son en su mayoría radicales-socialistas y descreídos.“¹¹³¹

Ein von christlichen und konservativen Werten geprägter Gesellschaftsentwurf sowie ein autoritäres Regierungssystem standen den Werten der Französischen Republik diametral entgegen. Das Deutsche Reich hingegen verkörperte das rechtskonservative Gesellschafts- und Regierungsideal, welches nach Meinung des Verfassers auch für Chile erstrebenswert sei. So schrieb Ruperto Oroz in einem anderen Aufsatz für die *Gaceta de Chile*:

„Ha sido la política de laissez faire et laissez passez la que ha quebrantado las energías de los Poderes Públicos, de la autoridad, [...]. Con todo, hay esperanzas que el Gobierno del Excmo. Sr. Sanfuentes, [...], restablezca las pérdidas bases de la política [...]. Se nos dirá que esta es una política autoritaria. Así que sea; la preferimos, [...]“¹¹³²

Des Weiteren äußerte sich die Ablehnung Frankreichs in der chilenischen Rechten auch in der Zurückweisung des Panlatinismus. Dies basierte nicht allein

¹¹²⁹ McGee Deutsch: *Las Derechas*, S. 11f.; Gabriel Cid: *A la nación por la fe. El nacionalismo católico chileno en un período de cambio y crisis, 1910-1941*. In: ders., *San Francisco* (Hrsg.): *Nacionalismos e identidad nacional en Chile*, Bd. 1, S. 36. Vgl. auch *La Educación en Alemania*. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 25.03.1916, S. 2. In diesem Artikel, der 1854 zum ersten Mal erschienen war, wurde die zentrale Bedeutung der Kirche im deutschen Bildungssystem hervorgehoben.

¹¹³⁰ Vgl. zur Herstellung von Analogien zwischen dem deutschen und chilenischen Nationalismus z. B. auch: „Chile, Chile por sobre todo! digimos nosotros antes que los alemanes aprendieran a cantar su Deutschland, Deutschland über alles“, zitiert aus: *La pretendida indiscreción del Sr. Aldunate Bascañán*. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 11.01.1917, S. 2.

¹¹³¹ *Alemanes y Franceses*. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 12.08.1914, S. 2. Vgl. außerdem *Conviene al catolicismo que venza Francia o Alemania?* In: *Ebenda*, 10.11.1915, S. 2; *A los católicos chilenos*. In: *Ebenda*, 16.11.1915, S. 1; *Catolicismo*. In: *Ebenda*, 18.11.1915, S. 1.

¹¹³² *Política amplia!* In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 11.02.1916, S. 1; vgl. auch: „Unánimos, somos felizmente bastantes los que amamos la libertad (no la «liberté») en Chile; [...]“, zitiert aus *¿Podemos permitir la propaganda que tiene que llevarnos a la ruina?* In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 17.03.1917, S. 1.

auf einer ideologischen Nähe zum *Hispanismo*, sondern nahm sich die rassistisch-sozialdarwinistischen Konzeption der *raza chilena* zur Grundlage, wie Nicolás Palacios sie formuliert hatte.¹¹³³ Diese Konzeption wurde in den pro-deutschen Propagandatexten aus Chile ebenfalls auf unterschiedlichste Art rezipiert:

„Nosotros, los chilenos, lo mismo que España, tenemos menos de latinos aún. Nuestra clase dirigente en todos sentidos, es de origen vasco o sajón. El bajo pueblo tiene mucho de araucano y quichua; nada de latino. Tan errado es afirmar que somos de un mismo origen con los franceses, como decir que en esta guerra se juega la muerte de la raza latina; [...]“¹¹³⁴

Die hier in der *Gaceta de Chile* entworfene nationale Identitätskonstruktion nimmt recht deutlich auf Palacios Bezug, ohne diesen aber direkt zu zitieren. Palacios hatte in seinem Werk argumentiert, dass die *raza chilena* keine latinen Ursprünge habe, sondern aus den indigenen Gruppen Südchiles, den „Araukanern“,¹¹³⁵ und den „gotischen“ und folglich „germanischen“ Eroberern hervorgegangen sei.¹¹³⁶ Das indigene Erbe vertrete dabei das weibliche, das gotische hingegen das männliche Prinzip.¹¹³⁷ Das „latine Element“ sei dem ursprünglichen chilenischen Volk vollkommen fremd. Es sei nur durch Einwanderung, vornehmlich aus Frankreich und Italien, in das Land gekommen und für die Krise und den Niedergang der Nation mitverantwortlich.¹¹³⁸ Der im Panlatinismus – aber auch im *Hispanoamericanismo* – angelegten Idee transnationaler Solidarität aufgrund einer kulturräumlichen Zugehörigkeit wird hier eine Absage erteilt. Die bereits im Werk von Palacios erfolgte negative Stereotypisierung der vermeintlich dekadenten und effeminierten Latinität prägte somit auch den Diskurs über Frankreich in den deutschen Propagandazeitungen mit. Deutschland und die *raza germana* stünden hingegen für Werte, die aufgrund ihrer angeblichen ethno-kulturellen Verwandtschaft auch die chilenische Nation charakterisierten. Der rhetorische Umweg über eine hispanische Kollektividentität wurde von den pro-deutschen Stimmen somit nicht mehr

¹¹³³ Luis Corvalán Márquez: *Nacionalismo y autoritarismo durante el siglo XX en Chile. Los orígenes, 1903-1940*. Santiago 2005, S. 163.

¹¹³⁴ Ni franceses ni chilenos son latinos. ¡Que se acabe la lata latina! In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 17.08.1915, S. 1. Vgl. außerdem *Nosotros los latinos*.... In: *Gaceta Militar*, Santiago, 12.09.1914, S. 1.

¹¹³⁵ Das Bild des edlen und kriegerischen Araukaners, auf welches Palacios rekurrierte, wurde bereits im 16. Jahrhundert durch Ercillas Epos »La Araucanía« geprägt, das im 19. Jahrhundert zu Nationalliteratur werden sollte. Siehe: Michael Rössner (Hrsg.): *Lateinamerikanische Literaturgeschichte*. Stuttgart 2001, S. 43ff.

¹¹³⁶ Palacios: *Raza Chilena*, Bd. 1, S. 34f., 56f., S. 85ff.

¹¹³⁷ Ebenda.

¹¹³⁸ Ebenda, S. 315ff.

benötigt, da sich die Idee der *chilenidad* als sehr viel anschlussfähiger an deutsche Autostereotype erweisen sollte.

Das Postulat einer ethnischen und/oder kulturellen Verwandtschaft zwischen Nationen konnte seit dem 19. Jahrhundert auch außenpolitische Konsequenzen haben, da es gemeinsame Interessen sowie Solidarität implizieren konnte.¹¹³⁹ Frankreich hatte dieses Prinzip während des Ersten Weltkrieges in den meisten Ländern Lateinamerikas in Form des Panlatinismus zu seinen Gunsten ausnutzen können.¹¹⁴⁰ Die deutsche Propaganda in Chile bearbeitete ein strukturell vergleichbares Themenfeld, um anhand der semantischen Zuschreibungen zum Begriff *raza* Gemeinsamkeiten zwischen Deutschen und Chilenen zu konstruieren. Gemeinsamkeit bedeutete allerdings nicht Gleichwertigkeit:

„[...] tenemos mil razones para que deseemos de todo corazón el más espléndido triunfo de Alemania; la cultura que ha formado ese pueblo admirable debe ser el modelo de la sociedad universal futura.“¹¹⁴¹

Das Deutsche Reich galt weiterhin als vorbildhaftes und nachahmenswertes Modell, dem nicht nur Chile, sondern die Welt nacheifern sollte, um eine funktionale und moderne Gesellschaft hervorzubringen.

Der deutsche Militarismus war in diesem Gesellschaftsentwurf, von dem auch Chile künftig profitieren sollte, die Hauptstütze.¹¹⁴² Die positive Wertung des deutschen Militarismus war zudem als direkte Antwort auf die Propaganda der Entente zu verstehen, deren Topos des barbarischen deutschen Soldaten, der in blindem Gehorsam grausame Kriegsverbrechen begeht, während des Ersten Weltkrieges eine große Prägekraft entfaltete.¹¹⁴³ In Wort und Bild hatte die alliierte Propaganda das Stereotyp des aggressiven preußischen Militarismus entworfen, der sich in dumpfer Hörigkeit und Brutalität äußere. Die Deutschen waren die Hunnen oder Barbaren. Der Gefahr, die laut der französischen und

¹¹³⁹ Panick: *Race Latine*, S. 133.

¹¹⁴⁰ Rinke: *Sog der Katastrophe*, S. 102f.

¹¹⁴¹ La guerra alemana y la guerra inglesa. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 09.03.1916, S. 2.

¹¹⁴² Vgl. u. a. El militarismo alemán lo deseo para Chile. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 10.08.1915, S. 2; La barbarie de los germanos. In: Ebenda, 21.08.1915, S. 3; El principio de la autoridad. In: Ebenda, 13.09.1915, S. 1.

¹¹⁴³ Sanders, Taylor: *Britische Propaganda*, S. 116. Doch nicht erst seit dem Weltkrieg, bereits seit dem 19. Jahrhundert stellte der Militarismus ein wichtiges Element der Selbst- wie auch Fremdrepräsentation Deutschlands dar. Der Historiker Christopher Clark schreibt, dass „[g]erade weil der Begriff eine Vielzahl von Vorurteilen in wechselnder Kombination kanalisierte, wurde er zu einem der wichtigsten »semantischen Sammlungspunkte« in der modernen deutschen politischen Kultur.“ Zitiert aus: Clark: *Preußen*, S. 683.

englischen Propaganda vom deutschen Militarismus für die ganze westliche Zivilisation ausginge, setzte die pro-deutsche Propaganda in Chile daher eine radikale Umdeutung entgegen:

„[...] decimos que ya nadie ve en el militarismo el monstruo que pintan los aliados; ya no coharta él la libertad de pensar ni de obrar, ni es por último una amenaza, ni un peligro para nadie, sino que, por el contrario, es motivo de bienestar, de progreso y de grandeza bien entendida. El militarismo prusiano es disciplina, es orden, es comprensión exacta de los deberes, que todo hombre tiene para con su patria, para con la sociedad, para con la familia y para consigo mismo.“¹¹⁴⁴

Der alliierten Interpretation des deutsch-preußischen Militarismus wird eine Reihung von relativen Gegensätzen entgegengestellt. Ein militaristischer Geist stelle keine Bedrohung, sondern vielmehr eine soziale Ordnung dar, die in Chile seit der Jahrhundertwende aus den Fugen geraten zu sein schien. Die Glorifizierung einer nach militärischen Prinzipien geordneten Gesellschaft nach „germanischem“ Vorbild findet sich ebenfalls bereits bei Palacios.¹¹⁴⁵ Seine Bewunderung für das deutsche Modell rührte neben seiner deutlich rassistischen Konzeption von Nation vor allem aus der bedeutenden gesellschaftlichen Rolle des Militärs in Preußen her, eine Anerkennung, die die chilenische Oberschicht Palacios Ansicht nach den Streitkräften versagte.¹¹⁴⁶ In dem Wunsch nach einer starken staatlichen Autorität wurde dann auch dem chilenischen Militär eine ordnende soziale Kraft zugeschrieben, die in der deutschen Propaganda zu der des deutschen Militarismus explizit analog gedacht wurde:

„Hace poco tiempo tuvimos que viajar, cerca de Santiago, por una región donde el ferrocarril está servido militarmente: inmediatamente notamos la diferencia entre este ferrocarril atendido por militares y los otros: más limpieza, más puntualidad, empleados más humanos, digamoslo así, más orden, en una palabra, más disciplina.“¹¹⁴⁷

Das Zitat – das auch als ein Seitenhieb gegen Großbritannien zu verstehen ist, da englische Eisenbahngesellschaften die Bahnlinien in den wichtigsten Salpeterabbaugebieten betrieben – bezieht sich auf die zivile Funktion des Militärs.¹¹⁴⁸ Dabei ist es die Semantik der Ordnung, welche die deutschen und chilenischen Streitkräfte vereint, und Ordnung und Disziplin waren auch nach Denkern wie Palacios der vermeintlich authentische Ausdruck des chilenischen

¹¹⁴⁴ Y va del militarismo. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 11.08.1915, S. 2.

¹¹⁴⁵ Palacios: *Raza Chilena*, Bd. 2, S. 146f.

¹¹⁴⁶ Corvalan Márquez: *Nacionalismo y autoritarismo*, S. 158.

¹¹⁴⁷ Y va de Militarismo. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 11.08.1915, S. 2.

¹¹⁴⁸ Couyoumdjian: *Chile y Gran Bretaña*, S. 12.

Nationalgeistes, der *chilenidad*. Sie sind in dieser Deutung das verbindende Element zwischen Deutschen und Chilenen. Bereits im April 1914 hatte Prinz Heinrich, der Bruder Wilhelms II., bei seinem Chilebesuch verlauten lassen, „dass...der Militarismus ein außerordentlich wertvolles Bindeglied zwischen Chile und Deutschland [bildet].“¹¹⁴⁹ Dieses enge Band war seit den 1890er Jahren durch die Entsendung preußischer Militärinstrukteure geknüpft worden. Die Zusammenarbeit der Armee Chiles mit preußischen Militärinstrukteuren war schließlich keine rein formale, allein auf die physische Ausbildung der Soldaten abzielende Kooperation, sondern auch eine ideologische gewesen.¹¹⁵⁰ Diese so genannte „Prussianisierung“ der Armee war zwar auch im inneren Kreis der Militärs nicht kritiklos verlaufen, sie war aber einflussreich genug gewesen, um das Selbstbild der chilenischen Streitkräfte und ihr Verständnis der gesellschaftlichen Rolle des Militärs nachhaltig zu verändern.¹¹⁵¹ Zu diesem Selbstverständnis gehörten die Aufrechterhaltung der sozialen Ordnung, die „Zivilisierung“ des Volkes und die Bewahrung des nationalen Fortschritts. Pazifismus, die internationale sozialistische Arbeiterbewegung und der politische Anarchismus bedrohten dieses Ideal und die Angst der Militärs vor der „zersetzenden“ Kraft des Sozialismus wurde durch die Russische Revolution noch weiter befeuert.¹¹⁵² Im Konzept der *raza militar* flossen diese Elemente der Identität des Militärs zusammen. Die Idee der *raza militar*, ein Begriff, der in Chile auch durch den preußischen Offizier Emil Körner geprägt wurde, behauptete, dass das chilenische Volk ethnisch wie kulturell ein militärisch-kriegerisches sei, das vor allem im Militärischen seinen authentischen Ausdruck finde.¹¹⁵³ Die Nähe zu Palacios' *raza chilena* ist dabei nicht zufällig. Militarismus und insbesondere der preußische Militarismus standen genau für jene soziale Funktion, die das chilenische Heer einzunehmen gedachte, was sich in den deutschen Propagandatexten, wie gezeigt, ebenfalls niederschlug. In keinem anderen gesellschaftlichen Bereich standen sich Deutsche und Chilenen so nah wie im Militär, so suggerierte es zumindest die Propaganda. Die *Gaceta Militar* konnte daher, durchaus pathetisch, folgende Worte schreiben:

¹¹⁴⁹ Zitiert nach Schaefer: Deutsche Militärhilfe, S. 177.

¹¹⁵⁰ Ebenda, S. 176ff.

¹¹⁵¹ Ebenda, S. 25.

¹¹⁵² Corvalan Marqu ez: Nacionalismo y Autoritarismo, S. 181.

¹¹⁵³ Ebenda, S. 179.

„Discúlpenos nuestros amigos alemanes: el que carga uniforme no puede pensar sino como piensa el Gobierno, y éste es neutral. Pero....ya saben ustedes lo que dice el corazón del soldado chileno.“¹¹⁵⁴

Nach außen hin sei das chilenische Heer dem Regierungsbefehl entsprechend neutral, aber im Herzen seien alle Soldaten dem Deutschen Reich zugewandt.¹¹⁵⁵ Diese typisierte Repräsentation der chilenischen Identität als straff militärisch, arbeitsam und patriotisch findet sich selbst in der deutschen Propaganda aus Argentinien wieder, allerdings mit der Absicht, die Stärke des chilenischen Militärs als Bedrohung erscheinen zu lassen:

„La raza [Anm.: chilena] es guerrera. Todo chileno es archipatriota. [...] Por tanto, Chile encierra recursos morales inagotables, y esos recursos morales están servidos por un instrumento militar de primer orden, [...]“¹¹⁵⁶

Der Versuch, den durch die alliierte Propaganda negativ konnotierten Begriff des deutschen Militarismus zu resemantisieren und anstatt mit Barbarei, Grausamkeit und Despotismus mit Ordnung, Disziplin und Effizienz gleichzusetzen, war nicht allein auf Chile bezogen,¹¹⁵⁷ allerdings fand die deutsche Propagandainitiative in Chile durch Konzepte wie *raza militar* und *raza chilena* bereits Topoi vor, die eine solche Resemantisierung vereinfachten. Es ist allerdings müßig danach zu fragen, inwiefern es sich um eine bewusste Instrumentalisierung dieser nationalistischen Diskurse handelte oder ob die Redakteure unter Fernández' Führung nicht auch aus tatsächlicher nationalistischer Überzeugung heraus ihre Artikel verfassten. Festzustellen ist, dass der rechtskonservative chilenische Nationalismus deutschfreundlichen Tendenzen genug diskursive und rhetorische Anknüpfungspunkte bot. Sehr aufschlussreich ist hierbei ein Zitat aus der *Gaceta Militar*, in welchem die Zeitung ihre ideale Leserschaft beschreibt und dabei gleichzeitig das Ideal der chilenischen Identität entwirft, das deutlich von den nationalistischen und rassistischen Diskursen der Zeit geprägt ist und die oben dargestellten Topoi miteinander verbindet:

¹¹⁵⁴ La causa alemana en Chile. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 09.09.1914, S. 1.

¹¹⁵⁵ Vgl. auch El alma chilena. In: Ebenda, Santiago, 15.08.1914, S. 1, wo es heißt: „23 años hace que adoptamos de lleno para nuestro ejército, la táctica alemana, la instrucción militar alemana, el armamento alemán, los instructores alemanes y el uniforme alemán. Con gesto de orgullo hemos declarado que somos sus discípulos [...]“

¹¹⁵⁶ Córdoba: Nuestra Guerra, S. 58; vgl. auch El alma alemana y el ejército chileno. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 01.03.1917, S. 1.

¹¹⁵⁷ Vgl. u. a. Cultura alemana. In: *Boletín de la Guerra*, Mexiko D.F., 04.03.1915, S. 3.

„Nuestro elemento es criollo, es rudo; está en las oficinas de trabajo; en los campos de cultivo; en el taller, en los cuarteles, en todos los sitios donde el martilleo, la labor constante y el estudio dejan poco campo para el placer. Para ellos, para nuestros amigos; para los chilenos no refinados, para el chileno viril, de instinto natural guerrero; para el que arranca la riqueza del suelo; [...]; para el que en un momento dado botará sus herramientas de trabajo para tomar un rifle en defensa de la patria; para el que se siente fuerte, sano de cuerpo y alma y que por eso ama y admira al pueblo alemán, para ese se escribe La Gaceta Militar.“¹¹⁵⁸

Hart, arbeitsam und vor allem männlich sei der wahre, der „gesunde“ chilenische Charakter, geleitet von seinen Instinkten und einem stolzen Patriotismus, der auch nicht zögere, als Soldat für sein Land zur Waffe zu greifen. Und nur diese „authentischen“ Chilenen würden auch das Wesen der Deutschen verstehen und ihnen mit Liebe und Achtung begegnen. Chilene sein bedeute demnach germanophil sein – alle anderen, die Chilenen „refinados“, hätten hingegen ihre Identität an externe Einflüsse, insbesondere den Panlatinismus, verraten. Die in diesem Artikel entworfene Kollektividentität entspricht spiegelbildlich sowohl den programmatischen Entwürfen des konservativen Zeitgeists in Chile als auch denen des völkisch-nationalen Deutschtums.¹¹⁵⁹ Denn neben dem militaristischen Geist hebt der Text insbesondere auf eine im weberianischen Sinne fast protestantisch zu nennende Arbeitsethik ab. Der Maßstab des idealen Staatsbürgers ist der des duldsamen und hörigen Arbeiters und Soldaten. Die Beschwörung eines solchen Ideals bekam jenseits der Suche nach Analogien zwischen Chilenen und Deutschen angesichts der in Chile drängenden sozialen Frage eine noch tiefgreifendere Bedeutung, fürchteten sich die Eliten doch vor Unruhen und Streiks aufgrund von sozialen Missständen und einer immer weiter erstarkenden Arbeiterbewegung.¹¹⁶⁰ Die deutsche Propaganda gab daher also vor allem den durch die soziale Frage beunruhigten Gruppen, darunter auch der katholische Klerus, einen Entwurf von *chilenidad* an die Hand, der sowohl gegen ausländische Einflüsse als auch gegen jene Kräfte positioniert werden konnte, die im Land für progressive gesellschaftliche Transformationen eintraten. Zugespitzt könnte man daher sagen, dass die weitere Öffnung Chiles für liberale oder gar sozialistisch-anarchistische Ideen in sozialer Revolte münden müssten, während sich der Autoritarismus des deutschen Vorbildes als

¹¹⁵⁸ Entendámonos. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 17.09.1914, S. 1.

¹¹⁵⁹ Rinke: Pickelhaube, S. 273.

¹¹⁶⁰ McGee Deutsch: *Las Derechas*, S. 5, 25; Stefan Rinke: *Das politische System Chiles*. In: Klaus Stüwe, ders. (Hrsg.): *Die politischen Systeme in Nord- und Lateinamerika*. Eine Einführung. Wiesbaden 2008, S. 139; Albert: *South America*, S. 285.

fortschrittliches Modell für Sozialdisziplinierung angesichts dieser Veränderungen anbot:

„Es así como llegaremos finalmente a la constitución de un cuerpo y de un espíritu nacional, formando parte en el concierto de las naciones civilizadas del mundo; es así como llegaremos a tener independencia económica y estatura espiritual. De esta manera tendremos, como la poderosa y valiente nación alemana, un cerebro y un corazón dispuestos a comprender y sentir [...]“.¹¹⁶¹

Dass sich das Identitätsmodell der *chilenidad* aus vorrangig rassistischen Kategorien und ethnischer Abgrenzung definierte, war in den Werken rechtskonservativer Intellektueller angelegt und wurde besonders im Werk von Nicolás Palacios deutlich. Ebenso deutlich ist die konzeptionelle Nähe zur völkischen Idee des „Deutschtums“, welche die deutsche Propaganda in Chile in einer Intensität für sich fruchtbar machte, wie es ihr weder in Argentinien und schon gar nicht in Mexiko gelingen wollte und auch nicht konnte. Denn sowohl die nach innen wirkende Definition der chilenischen Nationalidentität und ihres Wertesystems, als auch die Exklusionsmechanismen nach außen, waren durch ihre von Positivismus, Sozialdarwinismus und der Idee ethnischer Singularität und Superiorität geprägte Struktur besonders anschlussfähig.

Eine Besonderheit der deutschen Propaganda in Chile war somit die Aneignung einer rechtskonservativen chilenischen Identität der Nation und die Verknüpfung dieser mit Germanophilie. Zentral war dabei das Werk *Raza Chilena* von Palacios.¹¹⁶² Dieses stellte einen wichtigen Referenzpunkt sowohl für rechtskonservative Kreise als auch für die deutsche Propaganda dar. Die Diskurse um den deutschen und den chilenischen Nationalismus gingen eine Symbiose miteinander ein. Dies konnte dies eine reziproke Verfestigung und Perpetuierung der nationalistischen Autostereotype hervorrufen. Die deutsche auswärtige Propaganda bot somit in Chile auch nationalistischen Diskursen eine mediale Plattform und trug dadurch mit zu ihrer Diffusion bei.

¹¹⁶¹ Alma nacional. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 15.12.1915, S. 1.

¹¹⁶² In der aktuellen Auseinandersetzung mit Migrationsbewegungen aus Kolumbien und Haiti hat auch in Chile das Schlagwort der *raza chilena* neuen Auftrieb bekommen, vgl. u. a. Rafael Luis Gumucio Rivas: ¿Raza chilena? In: *El Clarín*, Santiago de Chile, 08.03.2018, online abrufbar unter <http://www.elclarin.cl/web/opinion/cronicas-de-un-pais-anormal/25163-raza-chilena.html> (zuletzt abgerufen am 10.05.2018).

2.3.3 „CIUDADANOS EJEMPLARES“: DIE DEUTSCHEN MIGRANTEN ALS THEMA UND TOPOS DER DEUTSCHEN PROPAGANDA IN CHILE

Am 08. Dezember 1914 wurde das deutsche Ostasiengeschwader in der Nähe der Falklandinseln von den Engländern vernichtend geschlagen.¹¹⁶³ Einzig der leichte Kreuzer *S.M.S. Dresden* konnte sich retten, bis er im März 1915 von der englischen Marine in chilenischen Gewässern gestellt wurde.¹¹⁶⁴ Nachdem die Besatzung die *Dresden* eigenhändig versenkt hatte, geriet sie in Gefangenschaft und die 351 Mann wurden auf der chilenischen Insel Quiriquina interniert.¹¹⁶⁵ Dort mussten sich die Männer durch Subsistenzwirtschaft selbst versorgen. Der *Eco de la Guerra* aus Punta Arenas wusste über das Leben auf Quiriquina folgendes zu berichten:

„Hay allí siembras, jardines, agua potable, luz eléctrica y hermosos chalets en donde los marinos del «Dresden» creen encontrar lejos de su familia y de su patria un lenitico de los pesares y un recuerdo del lejano «Vaterland».“¹¹⁶⁶

In kürzester Zeit also hätten die deutschen Seeleute das karge Eiland in eine blühende und vor allem zivilisierte – es gibt Trinkwasser und elektrisches Licht – Landschaft verwandelt, die vor allem auch an die deutsche Heimat erinnern sollte.

Die Transformation von Landschaft und der Nation durch die deutsche Einwanderung war ein zentraler Topos der deutschen Propaganda in Chile.¹¹⁶⁷ Bereits in der ersten Ausgabe der *Gaceta Militar* im August 1914 wurden Artikel publiziert, die genau dieses Thema bearbeiteten.¹¹⁶⁸ Anhand der Beschreibung der Leistungen deutschen Einwanderer in Chile sollte das Bild vom Barbaren, das die Propaganda der Entente so schnell etabliert hatte, entkräftet werden. Die Idee der Zivilisierung durch die Ausweitung der staatlichen Macht auf jene Gebiete des chilenischen Südens, die bis in das frühe 20. Jahrhundert hinein von nomadisch lebenden indigenen Gruppen bewohnt gewesen waren, war in Chile – wie im

¹¹⁶³ Rinke: Sog der Katastrophe, S. 64.

¹¹⁶⁴ Ebenda.

¹¹⁶⁵ Ebenda. Zum Leben der internierten Seeleute auf Quiriquina vgl. Rüder May: Internierung und Leben auf Quiriquina. In: ders. (Hrsg.): *Wie der Erste Weltkrieg nach Chile kam. Das Schicksal des Kleinen Kreuzers SMS Dresden*, o.O. 2016, S. 216-234.

¹¹⁶⁶ Los bárbaros alemanes. Su laboriosidad ejemplar en Chile. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 16.03.1916, S. 2.

¹¹⁶⁷ Vgl. u. a. Colonización alemana. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 15.08.1915, S. 1; A la colonia alemana. In: Ebenda, 25.10.1915, S. 1; Los alemanes en Chile. In: Ebenda, 03.11.1915, S. 1; La actividad alemana en el sur de Chile. In: Ebenda, 10.09.1915, S. 1.

¹¹⁶⁸ La acción alemana en Chile sowie La Colonización Alemana en Chile. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 08.08.1914, S. 2 und 3f.

Übrigen auch in Argentinien – fest im Prozess der Staatsbildung verankert.¹¹⁶⁹ Landnahme und Besiedelung durch europäische, und im chilenischen Fall mehrheitlich deutsche Migranten, waren, zumindest in der Theorie, Teil dieser Prozesse. Im Süden Chiles waren somit nicht die Deutschen die barbarischen „Wilden“, als die sie die alliierte Propaganda zeichnete, sondern sie hatten die Grenzregion erst „zivilisiert“:

„Ellos [Anm.: capuchinos alemanes] han desarrollado en nuestro suelo la tarea más humanitaria, caritativa y patriótica que pueda desarrollarse. Es conmovedor imponderarse de la felicidad que estos Misioneros reparten entre nuestros araucanos, que lentamente se extinguían, con la «solicitud» que nuestro Gobierno les dispensaba.“¹¹⁷⁰

Die deutschen Kapuzinermönche hätten also nicht nur eine humanitäre, sondern, und dies ist für dieses Argumentationsmuster kennzeichnend, eine patriotische Aufgabe erfüllt. Zwar waren sie Deutsche, sie bildeten jedoch die Vorhut des Zivilisierungsprojektes des chilenischen Staates.

Durch diesen Topos wurde die Bedeutung der deutschen Migranten für die chilenische Nation hervorgehoben. Die Einwanderer waren schließlich angesichts der scharfen Attacken und der negativen Darstellung der deutschen Truppen als „wilde Horden“ nicht nur darum bemüht, die internationale Reputation des Deutschen Reiches an sich aufrechtzuerhalten, sondern sie strebten auch danach, sich als ideale Mitbürger zu inszenieren und ihre Präsenz in der neuen Heimat zu legitimieren.¹¹⁷¹ Die Werte der deutschen Einwanderer stünden demnach, anders als bei den „romanischen“ Migranten, nicht im Gegensatz zur *alma nacional*, sondern gaben ihr darüber hinaus auch eine einzigartige Dynamik.

Die pro-deutsche Propaganda stilisierte die deutschen Einwanderer also zu Zivilisationsbringern und Modernisierern.¹¹⁷² Und auch in diesem Fall bot das Werk von Nicolás Palacios abermals rhetorische Schützenhilfe. In einer auf Spanisch gehaltenen Rede bei der ersten Tagung des Deutsch-Chilenischen

¹¹⁶⁹ Mónica Contreras Saiz: En nombre de la seguridad. Procesos de securización en el Gulumapu y la Frontera de Chile, 1760-1885. Stuttgart 2016, S. 66ff.

¹¹⁷⁰ ¡Son o no són! In: *Gaceta Militar*, Santiago, 16.03.1916, S. 1.

¹¹⁷¹ In anderen Ländern trifft man diesen Topos nur vereinzelt an, z. B. auf Kuba in einer pro-deutschen Verteidigungsschrift: „Ninguna queja tenemos respecto a los súbditos alemanes que han vivido y viven entre nosotros. Ciudadanos ejemplares, no podíamos desear una inmigración mejor“, zitiert aus Sebastián Martí y Fors: Cuba y Alemania. Havanna 1916, S. 11f.

¹¹⁷² Vgl. u. a. La colonización alemana en Chile. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 11.08.1914, S. 3; Colaboración. Alemania y Chile. In: Ebenda, 25.08.1914, S. 2.

Bundes stellte Wilhelm Münnich, Chefarzt im Deutschen Krankenhaus von Valparaíso,¹¹⁷³ das Wirken der Deutsch-Chilenen wie folgt dar:

„[...] todos ellos [Anm.: ciudadanos alemanes y chilenos de origen alemán] son buenos ciudadanos de su segunda Patria. Muchos han construído nuevos hogares uniendo a hijas del país su suerte y su felicidad, y han sabido inculcar a sus hijos su profundo amor por este suelo que les brinda hospitalidad y bienestar, desarrollando en ellos las virtudes peculiares de la raza germana. Son las mismas virtudes que hacen que el pueblo chileno sea tan generoso y tan viril, ya que, como lo ha demostrado el malogrado doctor Nicolás Palacios en su monumental obra Raza Chilena, la base de la inmigración española que ha formado el núcleo de la población chilena es de origen godo, teutón, sea germano.“¹¹⁷⁴

Münnichs berief sich hier ganz explizit auf Palacios als Autorität. Bemerkenswert ist, wie sehr er die Verbundenheit der Migranten mit Chile betont, wofür insbesondere die Eheschließung und Familiengründung mit chilenischen Frauen stünde. Die Deutschen machten es sich in ihrer zweiten Heimat heimisch, sie assimilierten jedoch nicht, sondern gaben ihre Werte und Charaktereigenschaften zum Wohle der Nation an ihre deutsch-chilenischen Nachkommen weiter. Assimilation war aber auch im Sinne des Konstrukts der *raza chilena* nicht unbedingt nötig, solange die chilenische Wertegemeinschaft, beziehungsweise die *alma nacional* durch die Migranten nicht gestört wurde, was durch die Konformität zwischen der chilenischen und der germanischen *raza* geradezu „natürlich“ gegeben war. Damit versuchte die deutsche Propaganda die Zugehörigkeit der Einwanderer zu Chile zu bestätigen, ohne dass diese ihre „eigene“ Identität aufgeben mussten.¹¹⁷⁵ Im Gegenteil, sie schien auch durch den von rechtskonservativen Denker wie Palacios geprägten Entwurf der chilenischen Identität als „richtig“ bekräftigt zu werden. Die deutsch-chilenische Familie konnte somit in der deutschen Propaganda als das Ideal der chilenischen Nation repräsentiert werden, wobei biologistische Stereotype dieses Bild wieder mitbestimmten:

„Tres barbaritos chicos, ojos azules y verdosos y con un lindo cútis moreno rosado, producto de la mezcla alemán-chileno, nos reciben y nos saludan. Una simpática chilena, de muy bellas formas de mujer, nos sonrío, me la presenta.“¹¹⁷⁶

Die familiäre Verbindung des deutschen Mannes mit einer chilenischen Frau führe, so argumentiert der Artikel weiter, zu einem harmonischen und idyllischen

¹¹⁷³ Vgl. Anzeige Dr. Münnich. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 10.12.1917, S. 5.

¹¹⁷⁴ Wilhelm Münnich: Rede. In: o.A.: Tagung des Deutsch-Chilenischen Bundes, S. 87.

¹¹⁷⁵ Corvalan Marquéz: *Nacionalismo*, S. 157.

¹¹⁷⁶ En casa de mi amigo bárbaro. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 23.10.1915, S. 2.

Zusammenleben unter einem Dach. Das männliche, also den zeitgenössischen Vorstellungen nach dominante und aktive Prinzip wird durch den Deutschen verkörpert, während das passiv-weibliche Prinzip der Chilenin zugeordnet wird. Ihre Nachkommen stünden dabei für die erfolgreiche Zukunft des Landes. Denn die Kinder des Deutschen strotzten vor Gesundheit, das Jüngste habe einen „llanto robusto y fuerte“.¹¹⁷⁷ In einer Zeit, in der die sehr hohe Kindersterblichkeit eines der drängendsten gesellschaftlichen Probleme in Chile darstellte und auch in den öffentlichen Debatten über die soziale Frage als solches wahrgenommen wurde,¹¹⁷⁸ musste die hier dargestellte kräftige Gesundheit der Nachkommen des Deutschen für mehr als nur Teil des allgemeinen Familienglücks stehen. Sie verwies vielmehr für die Superiorität und Potenz der Verbindung von *raza germana* und *raza chilena*, welche den Fortbestand der chilenischen Nation sichern könne.¹¹⁷⁹

Es war für die deutsche Propaganda von großer Bedeutung, die Deutschen und Deutsch-Chilenen nicht als potentielle Gefahr für den inneren sozialen Frieden in der neuen Heimat zu zeichnen, was aufgrund der relativen Isoliertheit und der niedrigen Bereitschaft der Gruppe zur Assimilation manch einen nur bedingt überzeugen mochte.¹¹⁸⁰ Die Zugehörigkeit der Deutsch-Chilenen auch zur chilenischen Nation musste bestätigt werden, allerdings nicht durch ihre Anpassung an und Integration in die Gesellschaft Chiles, sondern durch ihren Beitrag zum Fortschritt des Landes, den die deutschen Migranten unermüdlich leisteten:

„[...] la colonia alemana es la más numerosa, industrial y arraigada en el país; estos no se van! Incrementa la población sana y robusta por excelentes hábitos de vida; aumentan la riqueza pública con sus industrias y tesonero trabajo y sus hijos, en caso de guerra, serán los primeros en presentarse a los cuarteles [...]“¹¹⁸¹

¹¹⁷⁷ Ebenda.

¹¹⁷⁸ Stefan Rinke: *Kleine Geschichte Chiles*. München 2007, S. 73. Das Thema wurde selbst von den pro-deutschen Blättern aufgegriffen, vgl. u. a. La mortalidad infantil. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 09.02.1917, S. 1.

¹¹⁷⁹ Corvalan Marquéz: *Nacionalismo*, S. 179.

¹¹⁸⁰ In den USA grassierten während des Ersten Weltkrieges Ängste gegenüber den Deutsch-Amerikanern („Bindestrich-Amerikaner“), die als nicht zur Nation zugehörig wahrgenommen wurden, vgl. Kazal: *Becoming Old Stock*, S. 152.

¹¹⁸¹ Colaboración. *Alemania y Chile*. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 25.08.1914, S. 2; vgl. auch *Alemania en Chile*. In: Ebenda, 31.08.1914, S. 4. Dieser Artikel, der in den folgenden Ausgaben der *Gaceta* weiter fortgeführt wurde, stammte aus der Feder von Salvador Soto Rojas, der zwischen 1905 und 1906 die Wirtschaftszeitschrift *La producción nacional. Revista de propaganda industria y mercantil* herausgebracht hatte, vgl. Roberto Condés Corte, Stanley J. Stein (Hrsg.): *Latin America. A Guide to Economic History, 1830 – 1930*. Berkeley, Los Angeles, London 1977, S. 312. Vgl. u. a. auch *La colonización alemana en Chile*. In: *Gaceta*

In diesem Zitat wird ebenfalls eine „Aufwertung“ der Bevölkerung durch die Anwesenheit der deutschen Migranten behauptet, die sie „gesünder“ und „robuster“ werden ließe. Dieses Bild entsprang sozialdarwinistischen und positivistischen Ideen, die in Chile großen Einfluss auf die intellektuellen Debatten ausübten.¹¹⁸² Die Arbeitsamkeit der deutschen Migranten sei genau das, was Chile zu seiner weiteren Modernisierung brauche. Dabei bildeten die Industrie und das Militär als diejenigen Bereiche, in denen sich die Deutschen ganz besonders einbrachten, die Eckpfeiler der Sozialordnung. Ihr Einsatz für die chilenische Nation sei beispielhaft:

„Guardamos, como herencia de la España, la virtud de la hospitalidad. Los alemanes son huéspedes de Chile. Son algo más de huéspedes. Son excelentes ciudadanos. Construyen fábricas, hacen vida nacional y mandan a sus hijos, que no son sino mitad chilenos, al servicio militar. Queremos, necesitamos orden. ¿Vamos a estudiar el orden en la patria de las revoluciones?“¹¹⁸³

Während Deutschland hier für (soziale) Ordnung steht, repräsentiert Frankreich revolutionäres Chaos, was wiederum als Anspielung auf die Mobilisierung der Arbeiterschaft verstanden werden kann, welche die chilenischen Konservativen so fürchteten. Die deutschen Einwanderer würden hingegen Stabilität und Prosperität nach Chile bringen. Die Einwanderung aus Deutschland bedeutete dann nicht Unsicherheit oder Auflösung der bestehenden Ordnung, wie viele Konservative fürchteten, sondern Beständigkeit nationaler Traditionen bei gleichzeitigem ökonomischen Fortschritt.¹¹⁸⁴

Der Topos vom deutschen Einwanderer als *civilizador* vor allem Südschiles war in der Selbstdarstellung der deutschen Propaganda so präsent, dass die alliierte Propaganda dieses Bild auf- und angriff. Im September 1918 zirkulierte eine von den Alliierten gefälschte Ausgabe der deutschen Propagandazeitung *El Submarino* in Santiago. In der satirischen Persiflage wurde in einer Karikatur (Abb. 5) die Stadt Valdivia vor und nach der Ankunft der Deutschen in zwei Panels einander gegenübergestellt. Die Karikatur ist daher als bildliches Pendant zu dem Artikel über die Insel Quiriquina zu verstehen, denn auch hier steht die

Militar, Santiago, 17.09.1914, S. 4; Los alemanes en Chile. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 11.08.1914, S. 1; Esta obra es chilena y no alemana. In: *Ebenda*, 12.08.1914, S. 1; Chile debe a Alemania. In: *Ebenda*, 13.08.1914, S. 2; ¿Ingratitud u olvido? La obra alemana en Valdivia. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 03.02.1917; S. 1

¹¹⁸² Corvalan Marquéz: *Nacionalismo*, S. 156f.

¹¹⁸³ Huneus Gana: *Por amor a Chile y por gratitud a Alemania*, S. 23.

¹¹⁸⁴ McGee Deutsch: *Las Derechas*, S. 17.

Transformation einer ursprünglich unberührten Landschaft in ein modernes urbanes Terrain im Mittelpunkt – wenn auch nun als Ziel von Spott.



Abb. 5: Die Stadt Valdivia vor und nach der Besiedelung durch die Deutschen. Quelle: *El Submarino* [Entente-Fälschung], Santiago de Chile 14.09.1918, S. 7.

Durch den starken Kontrast zwischen der Darstellung der von einem einzigen Indigenen bewohnten Einöde und dem Panorama einer industrialisierten Hafenstadt wird das Narrativ der deutschen Propaganda von der Zivilisierung des Südens als Überzeichnung entlarvt und ironisiert. Noch weiter geht der begleitende Text, ein fiktives und satirisches Interview mit dem Geschäftsführer der deutschen Firma Hoffmann y Cía. aus Valdivia:

„[...] Y como le decía, si Chile ha llegado a un máximo de esfuerzo industrial ha sido por nosotros; lo pruebo inmediatamente con los beneficios recibidos con la cerveza, ya sea de barril o embotellada o con los cerdos que producen una alimentación sana y eficiente y que industrializados en forma matemática producen un porcentaje de robustecimiento a que no podrán llegar los individuos que se alimentan con otras especies menos poderosas para mantener al organismo humano en perfectas condiciones de trabajo.“¹¹⁸⁵

Die von der deutschen Propaganda so gern in den Vordergrund gestellte Leistungsfähigkeit der Migranten wird hier zur Groteske, indem die Überlegenheit der deutschen Ernährungsweise – Bier und Wurst als Ursache für die Produktivität der Deutschen – das übertriebene Pathos so mancher deutschfreundlichen Texte bloßstellt. Die Komik entsteht im Moment der Subversion des für die Leser altbekannten Stereotyps, hier des in der deutschen Propaganda stetig wiederholten Topos der angeblichen deutschen Effizienz. Die

¹¹⁸⁵ Con el Gerente de la Casa Hoffmann y Cía., de Valdivia. Lo que han aportado los industriales alemanes al progreso nacional. In: *Submarino* [satirische Persiflage], Santiago, 14.09.1918, S. 6.

Schlagwörter zur vermeintlichen Selbstdarstellung des Deutschen sind auch hier „industrial“, „sana“ und „eficiente“, sie werden hier allerdings mit der Profanität der Bier-Wurst-Diät verknüpft. Dass der Witz auf diese Art konzeptualisiert wurde und der anvisierten Öffentlichkeit kein weiterer Kontext mitgegeben werden musste, ist als ein wichtiger Hinweis dafür zu deuten, dass diese Rhetorik und Stereotypisierung den chilenischen Rezipienten mehr als geläufig war.¹¹⁸⁶

Zur Selbstdarstellung als idealer Migrant gehörte auch die Abgrenzung zu den anderen Migrantengruppen. Die Propaganda setzte dem Bild des „guten“ deutschen Einwanderers Beispiele des „schlechten“ Einwanderers entgegen.¹¹⁸⁷ Im folgenden Zitat werden die Reaktionen der englischen und der deutschen Einwohner Santiagos auf das Kriegsgeschehen einander kontrastierend gegenübergestellt:

„No se les [Anm.: los ingleses] puede casi hablar porque contestan bruscamente y si llegan a saber que uno no es admirador de Inglaterra, se ponen hechos una furia. [...] En resumen: los ingleses hacen guerra sucia, repugnante, en que no se perdona ni a la mujer ni al niño. En cambio observemos al alemán: el alemán se muestra siempre sonriente; toma con fruición su shopp de cerveza, come bien, digiere mejor y hasta cuenta chascarrillos inocentes que jamás molestan a nadie.“¹¹⁸⁸

Die Deutschen präsentieren sich als friedliche und freundliche Mitbürger, im Gegensatz dazu stehen hier die stets nervösen und aggressiven Engländer. Der Text beschreibt vordergründig die angeblich zu beobachtenden Reaktionen der Deutschen und Engländer, implizit lassen sich beide Charaktere metonymisch für das jeweils nationale Gemüt angesichts der Kriegslage interpretieren. Die Ruhe des Deutschen erklärte sich daher nicht nur aus seinem Charakter, sondern auch aus seiner Siegesgewissheit, wohingegen die Nervosität des Engländers auch etwas über den Zustand der britischen Truppen verraten soll. Sehr schön lässt sich anhand dieses Beispiels das Bild des „Nervenkrieges“ illustrieren, das ganz besonders stark auf die Zeitgenossen wirkte.¹¹⁸⁹ Der Topos wurde auch von den

¹¹⁸⁶ Hahn, Hahn: Nationale Stereotypen, S. 18.

¹¹⁸⁷ Vgl. u. a. Los italianos en Chile. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 20.12.1915, S. 1; Los alemanes en Chile. In: *Gaceta Militar*, Santiago, 11.08.1914, S. 1.

¹¹⁸⁸ La guerra alemana y la guerra inglesa. In: *Eco de la Guerra*, Punta Arenas, 09.03.1916, S. 2.

¹¹⁸⁹ Vgl. u. a. Bernd Ulrich: Krieg der Nerven, Krieg des Willens. In: Werber (Hrsg.): *Erster Weltkrieg*, S. 232ff. Das Thema leitete zudem die Konferenz „Nerven und Krieg. Psychische Mobilisierungs- und Leidenserfahrungen in Deutschland 1900-1933“, die vom 12.-13. Oktober an der Freien Universität Berlin abgehalten wurde. Angesichts der angespannten Lage in Lateinamerika nach dem Kriegseintritt der USA war z. B. auch von den „Nerven Südamerikas“ die Rede, vgl. Los nervios de Sud-América. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 28.06.1917, S. 1.

Frontberichten des argentinischen Kriegsberichterstatters und Germanophilen Kinkelin bedient, der ebenfalls die deutschen Soldaten als ruhig und gelassen beschrieb.¹¹⁹⁰ Diese Darstellung des Bekannten, des deutschen Einwanderers also, sollte so auch das Unbekannte, die weit entfernte Front, repräsentieren und gleichzeitig deutschfeindliche Tendenzen in der chilenischen Gesellschaft abzuschwächen helfen.

Die französischen Einwohner in Chile blieben von derartigen Vergleichen ebenfalls nicht verschont:

„[...] el *alemán chileno* [Anm.: alles kursiv i.O.], no es como el *francés nacido en Chile*, que vive en nuestra hospitalaria patria, sin llenar ningún requisito patriótico ni civil. El alemán nacido en Chile es *chileno neto* y todos se creen así; la prueba la encuentra facilmente en la Marina, en el Ejército y en el Sur de Chile en que casi todos los puestos públicos están servidos por descendientes de alemanes [...].“¹¹⁹¹

Die Frage nach der Zugehörigkeit zur chilenischen Nation beantwortet sich hier über die Zuordnung von Attributen. Der Deutsch-Chilene (*alemán chileno*), also der Nachfahre deutscher Einwanderer, der sich nicht mehr als Reichs-, sondern, wenn überhaupt, als so genannter „Auslandsdeutscher“ begreift, wird dabei als geborener Chilene (*chileno neto*) der chilenischen Nation zugehörig verortet, was sich auch in seiner Erfüllung der zivilgesellschaftlichen Pflichten zeige. Das Attribut *chileno* erscheint dabei mit *alemán* quasi austauschbar oder fast gleichwertig. Gleichzeitig erfüllt die Figur des Deutsch-Chilenen eine zentrale Funktion für die deutsche Propaganda, in ihr kreuzen sich „deutsche“ und „chilenische“ Eigenschaften aufgrund einer vorgeblich ähnlichen nationalen Identität. Der *chileno neto* soll sich sowohl an die Deutschen als auch an ein chilenisches Publikum wenden und dem jeweils anderen die harmonische Kongruenz beider Elemente aufzeigen. Der Migrant wird somit zu einem Symbol und einer Brücke zwischen Deutschland und Chile. Die Franzosen hätten sich hingegen aus freien Stücken außerhalb der chilenischen Nation positioniert, sie betrachteten ihre Nachkommen weiterhin als Franzosen und seien der Nation daher nicht zugehörig.

Sowohl in der *Gaceta Militar* als auch der *Gaceta de Chile* lässt sich darüber hinaus eine rassistische wie chauvinistische Exklusionsrhetorik finden, die sich insbesondere in ihrer radikalen und feindseligen Ablehnung der japanischen

¹¹⁹⁰ Vgl. u. a. Emilio Kinkelin: Con los héroes en las trincheras. In: ders.: *Mis Correspondencias*, Bd. 1, S. 110ff.

¹¹⁹¹ Brunet y el pangermanismo en Chile. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 22.08.1915, S. 3.

Einwanderungsbewegung äußerte. Japan hatte dem Deutschen Reich am 23. August 1914 den Krieg erklärt, was allerdings im Meinungskampf im Vergleich mit der anti-englischen oder anti-US-amerikanischen Agitation in Lateinamerika eine untergeordnete Rolle spielte.¹¹⁹² Eine Ausnahme bildete die deutsche Propaganda in Chile, die die existierenden Ängste vor der Immigration von Japanern weiter befeuerte. Eine Verkaufsmesse japanischer Produkte in Santiago kommentierte die *Gaceta de Chile* mit entsprechend deutlichen wie rassistischen Worten:

„Debemos declarar que cada chileno que emplea a uno de esta raza y cada uno que compra artículo japonés, comete el delito de lesa patria. [...] Dios quiera también que sea esta misma civilizada Alemania la que nos libre a nosotros los chilenos del peligro amarillo, [...]“¹¹⁹³

Der Mythos von der „gelben Gefahr“, also der Einwanderung von Migranten aus Asien und einer daraus angeblich resultierenden „Überfremdung“ der Nation war keine Erfindung der deutschen Propaganda allein, sondern verbreitete sich seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts sowohl in Europa wie auch in den Amerikas und eben auch in Chile.¹¹⁹⁴ Mit solchen Artikeln sollte die Angst vor einer „Japanisierung“ Chiles weiter beschworen werden, welche die noch ungefestigte Identität der chilenischen *alma nacional* bedrohe.¹¹⁹⁵ Als Gegner Japans konnte Deutschland als „Retter“ der chilenischen Nation und gleichzeitig Wahrer der Zivilisation angesichts der Gefahr der „asiatischen Horden“ präsentiert werden.

Die deutsche Propaganda in Chile griff den Topos der deutschen Migranten vor dem Hintergrund der Frage nach der nationalen Identität auf. In diesem Spannungsfeld zwischen nationaler Selbstvergewisserung und Einwanderungsdebatten wurden die deutschstämmigen Einwanderer als ideale Staatsbürger repräsentiert. Einerseits sollte somit die Gräuelpropaganda der

¹¹⁹² Strachan: Der Erste Weltkrieg, S. 100.

¹¹⁹³ Al peligro amarillo. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 15.09.1915, S. 1, 2.

¹¹⁹⁴ Osterhammel: Verwandlung der Welt, S. 1224ff.; Puschner: Die völkische Bewegung, S. 103.

¹¹⁹⁵ Vgl. u. a. El bazar japonés. In: *Gaceta de Chile*, Santiago, 08.09.1915, S. 1; La feria de los japoneses. In: Ebenda, 11.09.1916, S. 1; El despertar de Asia. Otra vez el peligro amarillo. Inglaterra en contra de la raza blanca. In: *Tiempo Nuevo*, Santiago, 27. – 28.01.1917, S. 7. Die Anzahl der japanischen Migranten in Chile blieb im Vergleich zu Brasilien oder Peru verschwindend gering, was aber eben auch an der ablehnenden Haltung weiter Teile der chilenischen Politik und Gesellschaft lag, vgl. hierzu Emi Kasamatsu: Historia de la Asociación Panamericana Nikkei. Presencia e inmigración japonesas en las Américas. Asunción 2005, S. 58.

Alliierten entkräftet werden, andererseits wollte man nachweisen, dass sie deutschen Migranten keine Bedrohung für die Nation darstellten, sondern im Gegenteil zu ihrem Fortschritt beitrugen. In der Konsequenz formierte der Diskurs der deutschen Propagandamedien eine hybride Kollektividentität. Die Zugehörigkeit der deutschen Einwanderer zur chilenischen Nation wurde zwar bejaht, eine Assimilation in die chilenische Gesellschaft, durch zum Beispiel die Aufgabe der deutschen Sprache, aber ausgeschlossen. Ihre Zugehörigkeit äußere sich vielmehr in ihrer Praxis, also in ihrer Arbeit für einen prosperierenden Staat durch zum Beispiel die Ableistung des Militärdienstes, bei gleichzeitiger Affirmation der „eigenen“ deutschen Identität, da Arbeitsamkeit, Pflichtgefühl und Disziplin, also eben jene Eigenschaften, die in den Dienst der chilenischen Nation gestellt werden, auch als genuin „deutsche“ Charakteristika markiert wurden. Diese Selbstdarstellung prägt den Mythos vom arbeitsamen und effizienten Deutschen bis heute.¹¹⁹⁶ Die Propagandatekte konstruierten somit einen symbolischen Heimatraum der deutschstämmigen Migranten zwischen Deutschland und Chile. Diese Charakteristika wurden zudem als in Harmonie mit der *raza chilena* verstanden. Die diskursive Ähnlichkeit von *raza germana* und *raza chilena* erlaubte überhaupt erst die fruchtbare Verbindung beider zu einer auch „rassisch“ gedachten Aufwertung der chilenischen Nation. Die Bedrohung der Nation komme hingegen von außen, insbesondere durch die japanische Einwanderungsbewegung. Das Rekurrieren auf die vermeintliche Gefahr japanischer Einwanderung bediente sich gängiger zeitgenössischer Rassismen, um Deutschland angesichts der *peligro amarillo* als Retter der zivilisierten Welt zu inszenieren. Die in Chile lebenden Briten und Franzosen wurden hingegen zwar als Störer der nationalen Ordnung gedeutet, etwa wenn sie sich ihrer staatsbürgerlichen Pflichten entzogen, sie stellten aber in der Darstellung der deutschen Propaganda – anders, wenn sie als Vertreter des Imperialismus gedeutet wurden – keine existentielle Bedrohung der Nation dar. Der englische oder französische Migrant diente daher innerhalb des Diskurses nur als Distinktionsmarker zwischen „guten“ und „schlechten“ Einwanderern.

ZUSAMMENFASSUNG

Repräsentationen von Deutschland und den Deutschen wurden in Argentinien und Chile auf sehr unterschiedliche Art und Weise vermittelt, obwohl in beiden

¹¹⁹⁶ Gaby Weber: 'Krauts' erobern die Welt. Der deutsche Imperialismus in Südamerika. Hamburg 1982, S. 271ff.

Länder bedeutsame deutsche Einwanderergemeinschaften lebten. In Argentinien warben germanophile Intellektuelle für ein Deutschlandbild, welches sich diskursiv stark an den *Ideen von 1914* orientierte. Sie taten dies in ihren Aufsätzen in den Augen der Deutschen derart überzeugend, dass ihre Texte wiederum ins Deutsche übersetzt wurden, um sie für die Propaganda an der Heimatfront fruchtbar machen zu können. *Germanófilos* wie Ernesto Quesada und Juan P. Ramos eigneten sich also nicht lokal zirkulierende Repräsentationen von Deutschen an, sondern übersetzten deutschnationale Autostereotype ins Spanische, um sie einem breiteren Publikum zu vermitteln, wobei sie gleichzeitig durch die Reproduktion jener Stereotype auf die deutsche Propaganda in Deutschland rückwirkten. Die Darstellung der deutschstämmigen Migrantengruppen spielten in Argentinien hingegen überraschenderweise nur eine marginale Rolle bei der Konstruktion eines positiven Deutschlandbildes.

Ganz anders gestaltete sich die Lage in Chile. Dort waren die Auseinandersetzung mit deutschnationaler Ideologie und das Postulat ihrer Übereinstimmung mit einem bestimmten Typus des chilenischen Nationalismus sowie Reflexionen über die Bedeutung der deutschstämmigen Migranten für die chilenische Nation zentrale Topoi. Sowohl die germanophilen Sympathien von Teilen des Militärs als auch die Schriften rechtskonservativer Intellektueller hatten der deutschen Propaganda in Chile einen fruchtbaren Boden bereitet. Die Aneignung ultranationalistischer Positionen und ihre Verflechtung mit pro-deutschen Äußerungszusammenhängen war somit eine wichtige persuasive Strategie in Chile. Vergleichbare Tendenzen lassen sich in Argentinien und Mexiko nicht feststellen, so dass anhand dieser spezifischen Ausprägung der deutschen Propaganda auch gezeigt werden kann, welchen Einfluss der jeweilige lokale Kontext auf die konkrete diskursive Konfiguration der Propagandatexte haben konnte.

FAZIT

Während des Ersten Weltkrieges wurde Propaganda von den kriegführenden Staaten erstmals systematisch zur Beeinflussung der so genannten Weltöffentlichkeit eingesetzt und von den Kombattanten als wichtiger, kriegsentscheidender Faktor wahrgenommen. Das Deutsche Reich bezog dabei, wie auch seine Gegner, außereuropäische Regionen und neutrale Staaten in die Produktion und Distribution von Propaganda mit ein. Eine einheitliche und universale persuasive Strategie verfolgten die Akteure allerdings nicht. Zwar gab es Themen, Bilder und Darstellungsformen, wie etwa die Gräuelpropaganda, die weltweit zum Einsatz kamen, die vorliegende Arbeit hat aber gezeigt, dass der lokale Produktions- und Rezeptionskontext die Auswahl der Topoi und Themen der Propaganda entscheidend mitbestimmte und sie nicht nur regional differenzierbar machte, sondern auch zu lokal nachweisbaren Unterschieden führte. Insofern wäre es auch irreführend, zu behaupten, dass eine einheitliche deutsche Propagandastrategie für ganz Lateinamerika aufgezeigt werden könne. Vielmehr lassen sich in Argentinien, Mexiko und Chile ganz spezifische Diskursstränge nachweisen, welche in den unterschiedlichen Ländern auch mit äußerst unterschiedlicher Intensität eingesetzt wurden. Während in Mexiko der *anti-yanquismo* deutlich im Vordergrund stand und die pro-deutsche Presse stark bestimmte, bemühte sich die deutsche Propaganda in Argentinien insbesondere um die Forcierung konservativer Diskurse um den Begriff der *raza hispana*. In Chile wiederum kam es zu einer einzigartigen Verbindung deutscher und chilenischer rechtskonservativer nationalistischer Identitätsdiskurse, die sich in dieser Form in keinem der anderen Untersuchungsräume nachweisen lassen. Die deutsche Propaganda eignete sich somit lokal relevante Diskurse an und erweiterte diese. Nicht jedes einzelne der untersuchten Propagandamedien bediente allerdings allein aufgrund einer deutschfreundlichen Einstellung seiner Produzenten ein bestimmtes Thema im Sinne der deutschen Intentionen. Im Fall von Interessenkonvergenz, wie etwa bei der Zeitung *El Demócrata* aus Mexiko, entsprach die anti-US-amerikanische Haltung des Blattes auch jener der mexikanischen Redakteure und ihrer Carranzistischen Programmatik. Nimmt man allerdings das übergeordnete Gesamtziel der deutschen Propaganda, hier die Diffamierung des Feindes, zum Ausgangspunkt der Betrachtung, so ist eine solche Hervorhebung von vermeintlich authentischen Intentionen der Akteure nicht wesentlich. Derartige Beispiele verweisen jedoch darauf, wie stark die

Verflechtung von pro-deutschen Positionen und lokalen Diskursen war, so dass eine trennscharfe Unterscheidung nicht immer möglich war und ist. Propagandamedien, die mit der Absicht publiziert wurden, im Sinne der Interessen des Deutschen Reiches Botschaften zu versenden, waren, wie in dieser Arbeit aufgezeigt wurde, somit auch gleichzeitig Diffusionskanäle für Topoi, Fremd- und Selbstbilder, die zur Konstruktion von nationalen wie auch transnationalen Kollektividentitäten in der Region beitrugen.

Produktionsbedingungen und der Netzwerkcharakter der Organisation deutscher Propaganda in Lateinamerika

Die Organisation des deutschen Propagandaunternehmens in Lateinamerika konnte aufgrund der englischen Blockade und der Kappung der Unterseekabel nicht hinreichend von Deutschland aus koordiniert werden. Berlin war hochgradig von den Initiativen der Akteure vor Ort abhängig, die zwar über Konsulate und Botschaften weiterhin mit Deutschland in Kontakt standen, in der Regel aber relativ frei über die Ausgestaltung ihrer Inhalte entscheiden konnten. Die Einschränkung des Kommunikationsverkehrs zwischen Deutschland und Lateinamerika öffnete der deutschen Propaganda vor Ort daher überhaupt erst einen Raum für die Umsetzung von Inhalten unter enger Einbeziehung des Rezeptionskontextes, wie es bei einer zentralen Führung von Deutschland aus nicht möglich gewesen wäre.

Die gängigste Propagandamaßnahme in Lateinamerika war die Neugründung von Tageszeitungen und Zeitschriften sowie die Finanzierung einzelner Journalisten oder gleich ganzer Zeitungen. Im Zentrum der Aktionen stand somit die Pressepropaganda. Der Großteil der Produzenten der pro-deutschen Propagandamedien war bereits vor dem Krieg im Journalismus tätig gewesen. Sie verfügten damit über die nötige Expertise, eine Zeitung redaktionell zu leiten, sowie über den Zugang zur notwendigen technischen Infrastruktur, wie etwa zu Druckereien oder Telegrafie. Die Produzenten der Propagandamedien hatten in der Regel guten Kontakt zu den deutschstämmigen Gemeinden, sie identifizierten sich aber nicht notwendigerweise als Deutsche. Während die Geldgeber und Initiatoren oftmals den Kreisen der Diplomatie oder der deutschen Kaufmannschaften mit guten Kontakten nach Deutschland angehörten und/oder angesehene Mitglieder der deutschen Migrantengruppe waren, lag die tatsächliche Produktion und Herausgeberschaft in den urbanen Zentren teilweise auch in der Hand von Männern wie Rafael Martínez (*El Demócrata*), Julio Cola (*La Gaceta de España*) oder Heraclio Fernández (*La Gaceta Militar*). Sie handelten entweder auf politische Weisung hin, so zum Beispiel Rafael Martínez,

oder teilten mit den Deutschen bestimmte Interessen hinsichtlich der Verbreitung ihrer ideologischen Positionen. So erhielt Cola zwar finanzielle Zuwendungen von der deutschen Botschaft, ihre prospanische *Hispanismo*-Ausrichtung konnte seine Zeitung dadurch aber ebenfalls weiterverfolgen. Den Fokus allein auf die Initiativen der deutschstämmigen Migrantengruppen zu legen würde daher zwar eine transnationale Perspektive berücksichtigen, wichtige Akteure dabei jedoch ausklammern und die Kooperation der verschiedenen Akteure auf lokaler Ebene ignorieren. Gerade die Mitarbeit von Redakteuren des *Demócrata* oder der *Gacetas* sorgte aber für eine Erweiterung und Innovation des diskursiven Materials der deutschen Propaganda in Lateinamerika und war somit ein wesentlicher Faktor für ein besseres Verständnis des Produktionskontextes.

Das Netzwerk der deutschen Propaganda hatte einen plurizentrischen Charakter, da es über mehrere Knotenpunkte verfügte, in denen sich sowohl die Kommunikationswege verdichteten als auch die Produktion von Propagandamedien einen höheren Stellenwert hatte als andernorts. In Buenos Aires repräsentierte zum Beispiel die Akteursgruppe um die Tageszeitung *La Unión* eine solche Verdichtung. Zum einen organisierten Hermann Tjarks und seine Mitarbeiter über New York einen Teil des telegrafischen wie postalischen Kommunikationsverkehrs bis in den *Cono Sur*, sie erhielten ihre Nachrichten über den Weg der Botschaften, aber eben auch über private Initiativen. Diese Nachrichten konnten von Buenos Aires aus per Telegraf an die Pazifikküste Chiles und nach Südbasilien weitergekabelt werden, so dass die Redaktion in der Region die Aufgaben einer Nachrichtenagentur übernahm. Zum anderen fand die Zeitung *Unión* nicht nur in Uruguay und Paraguay eine Leserschaft, denn ihre Artikel wurden auch in deutschen Propagandazeitungen in Mexiko oder Santiago de Chile reproduziert, was auf den Weiterversand der Zeitung auch über größere Distanzen hinweg verweist. Die *Unión* produzierte somit redaktionelle Beiträge für den regionalen Nachrichtenmarkt, die nicht auf Telegramme aus Europa angewiesen waren. Gleichermäßen nahm die *Unión* auch Beiträge aus der *Gaceta Militar* und der *Gaceta de Chile* auf, die durch dieses Vorgehen wiederum einem größeren Rezipientenkreis zugänglich gemacht wurden. Eine weitere wichtige Verbindung war jene nach Spanien, wo August Hofers Nachrichtendienst in Barcelona für den Versand deutschfreundlicher Berichterstattung nach Übersee sorgte. Die Neutralität Spaniens bedeutete, ungeachtet aller englischen Gegenmaßnahmen, einen verhältnismäßig zuverlässigen Kommunikationskanal zwischen Deutschland und Hispanoamerika. Darüber hinaus bedeutete die Einbindung spanischer Akteure in den Produktionsprozess der Propaganda in Lateinamerika auch eine verstärkte Rezeption der spanischen Presse, wie unter

anderem der gehäufte Rückgriff des *Boletín de la Guerra* (Mexiko D.F.) auf Nachrichtenquellen wie die Zeitung *ABC* (Madrid) zeigt.

Damit spannte sich ein transnationales Kommunikationsnetzwerk von Deutschland nach Lateinamerika, das, wie herausgearbeitet wurde, einerseits bereits vor dem Krieg bestehende Netzwerke wie zum Beispiel Handelsnetzwerke, reprogrammieren konnte und andererseits neue Akteure einband, die mit den Deutschen bestimmte Zielsetzungen teilten. Folglich war das deutsche Propagandanetzwerk, ungeachtet aller organisatorischen Hindernisse, durchaus in der Lage, *network-making power* hervorzubringen, wie sie Manuel Castells definiert hat. Die annäherungsweise Rekonstruktion des Netzwerkes hat dies deutlich gemacht und aufgezeigt, dass sich die Organisation und Produktion deutscher Propaganda in Lateinamerika in den Kriegsjahren 1914 bis 1918 nicht mit einer ausschließlich auf den nationalstaatlichen Rahmen fokussierten Perspektive oder einer alleinigen Betrachtung der staatlichen Akteure fassen lässt.

Chronologien der deutschen Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges

Im Rückblick auf die deutsche Kulturarbeit für Lateinamerika in den unmittelbaren Vorkriegsjahren können hinsichtlich der Organisation zwei Merkmale aufgezeigt werden, die auch in den Kriegsjahren die Umsetzung von Propaganda für den Kontinent bestimmten. Zum einen zeigte sich schon vor 1914, dass nicht allein die staatlichen Stellen Kulturpolitik steuerten, sondern dass in Deutschland eine enge Zusammenarbeit zwischen den staatlichen Behörden, dem bürgerlichen Vereinswesen und den Wirtschaftsvertretern bestand, welche sich nach Kriegsausbruch fortsetzen sollte. Zum anderen hatten in Lateinamerika Akteure des deutschsprachigen Zeitungswesens begonnen, sich verstärkt für eine Einflussnahme auf das lokale Nachrichtenwesen einzusetzen und dabei auch Publikationen herausgegeben, die in der jeweiligen Landessprache für Deutschland werben sollten. Das Primat der Pressepropaganda und der Nachrichtenbeeinflussung war somit keine unmittelbare Konsequenz des Kriegsausbruches, wenngleich sich dieser als Katalysator für die Realisierung der Initiativen der Vorkriegsjahre erweisen sollte. Darüber hinaus blieb der Einsatz von Pressearbeit auch für die auswärtige Kulturpolitik in den Jahren der Weimarer Republik eine zentrale Stütze, sie wurde aber zunehmend auch durch Maßnahmen, die einen langfristigen Einstellungswandel zum Ziel hatten, ergänzt, wozu zum Beispiel akademische Zusammenarbeit oder der Ausbau des deutschen

Schulwesens in Lateinamerika zu zählen sind.¹¹⁹⁷ Dabei zeigte die vorliegende Untersuchung, dass sowohl in Bezug auf die Organisation als auch hinsichtlich der Inhalte in den Kriegsjahren Grundsteine für die deutsche Kulturpolitik der 1920er Jahre gelegt wurden. Die während des Krieges in Mexiko gegründete Agentur *Servicio Atlas* blieb beispielsweise bestehen und leistete später auch in Friedenszeiten unter dem Namen *Agencia Duems* für die deutsche Presse in Mexiko wichtige Arbeit.¹¹⁹⁸ Die lokalen Initiativen waren somit vor, während und nach dem Krieg ein bedeutsamer Faktor der deutschen auswärtigen Kulturarbeit. An diesem in dieser Arbeit dargestellten Phänomen zeigt sich exemplarisch die Bedeutung des Lokalen für die deutsche Weltpolitik. Vor Ort wurde im Sinne des liberalen Imperialismus für Deutschland geworben und durch (Kultur-) Propaganda sichergestellt, dass die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Lateinamerika und Deutschland auch während des Krieges nicht abrissen. Kulturarbeit und Propaganda gingen als zentrale Elemente der imperialistischen Politik Deutschlands somit nicht allein von einem Zentrum aus, sondern konstituierten sich erst durch die Verknüpfung der Aktivitäten diverser deutscher wie auch nicht-deutscher lokaler Akteure in einem Netzwerk.

Darüber hinaus wurden die in dieser Untersuchung identifizierten zentralen Themen der deutschen Propaganda in Lateinamerika, welche dazu dienen sollten, Identifikation zwischen Botschaften und Rezipienten zu generieren, also insbesondere der *Hispanismo* sowie antiimperialistische Rhetorik, von der auswärtigen Kulturarbeit Deutschlands in den Weimarer Jahren ebenfalls als argumentative Strategien weiterverfolgt.¹¹⁹⁹ Die während des Krieges eigentlich aus der Not geborene Umsetzung der Propagandaarbeit vor Ort hatte also, das hat die Analyse gezeigt, signifikante Auswirkungen auf die inhaltliche Ausgestaltung der Propaganda, welche wiederum zum Impulsgeber für die deutsche Kulturarbeit der Nachkriegsjahre werden sollte. In diesem Sinne stellte die lokale Propagandaarbeit in Lateinamerika während der vier Kriegsjahre ein diskursives Experimentierfeld dar. Der Erste Weltkrieg bedeutete daher für die in den Vorkriegsjahren zögerlich begonnene Kulturarbeit Deutschlands keinen Abbruch, sondern brachte ein relevantes Themenspektrum überhaupt erst hervor.

Für die Jahre zwischen August 1914 und Dezember 1918 können auf der Organisationsebene drei Phasen der deutschen Propaganda in Lateinamerika unterschieden werden. Von Kriegsausbruch an bis Anfang 1915 dauerte in etwa

¹¹⁹⁷ Rinke: Deutsche Lateinamerikapolitik, Bd. 2, S. 413-576.

¹¹⁹⁸ Ebenda, S. 550ff.

¹¹⁹⁹ Goebel: Decentring the German Spirit, S. 232.

die Phase der Konsolidierung. In diesen Monaten wurden die ersten pro-deutschen Zeitungen gegründet und Wege gefunden, die telegrafische Kommunikation mit Deutschland angesichts der englischen Zensur und Blockade zu stabilisieren. Ab Januar 1915 lief der Funkverkehr von Nauen über den Atlantik dann recht zuverlässig. Von 1915 bis zum Abbruch der Beziehungen mit den USA im Februar 1917 dauerte die zweite Phase an. In diesem Zeitraum lassen sich keine größeren organisatorischen Veränderungen feststellen, es ist daher eine Phase der relativen Stabilität. Erst der Abbruch der diplomatischen Beziehungen mit den USA bedeutete für die Aufrechterhaltung der Kommunikationswege einen schweren Rückschlag, da die Funkstationen der Deutschen in den USA, die für die Weiterleitung von Nachrichten nach Lateinamerika von großer Bedeutung waren, konfisziert wurden. Die Verbindungen mit Lateinamerika wurden somit noch stärker eingeschränkt als zuvor, und die Handelsverbände und die binationalen Auslandsvereine in Deutschland begannen angesichts dieser Lage, ihre Zeit und ihr Geld in die Planung der Kulturpropaganda für die Zeit nach dem Kriege zu investieren.

Auch auf der diskursiven Ebene markierte der Kriegseintritt der USA einen deutlichen Wandel. Ab 1917 bestimmten eine gegen die USA gerichtete antiimperialistische Agitation sowie die Debatten über die Neutralitätspolitik weite Teile der deutschen Propagandapresse. Zuvor hatte nur die Ausgabe der *listas negras* ab Mitte 1915 einen deutlichen thematischen Wandel in den untersuchten Quellen ausgelöst. Mit dem Abbruch der deutsch-US-amerikanischen Beziehungen erhielten auch die Debatten um die Neutralität neuen Auftrieb, was sich auch in der Propaganda widerspiegelte. Die untersuchten Propagandamedien reagierten in ihrer Themensetzung somit stärker auf die regionalen Entwicklungen als auf das Kriegstheater in Europa. Eine inhaltliche Kontinuität stellte hingegen der konservative *Hispanismo* dar. Von Kriegsbeginn bis -ende lassen sich Referenzen auf Spanien, auf die spanische Neutralitätspolitik und Werbearbeit im Sinne des *Hispanismo* finden. Für Chile lässt sich zudem über die gesamten vier Jahre die große Bedeutung des Topos der Präsenz der deutschen Migranten nachweisen.

Die Aneignung (trans-)nationaler Kollektividentitäten und die Zentralität von raza-Konzepten in pro-deutschen Propagandatekten, 1914 – 1918

Die Analyse der ausgewählten Propagandamedien hat aufgezeigt, wie sich die deutsche Propaganda transnationalen wie nationalen Identitätsdiskursen bediente, um Identifikation zwischen ihren Botschaften und den Rezipienten herzustellen. Ein zentrales Merkmal war dabei der Rückgriff auf Identitätskonzepte, in deren

Mittelpunkt die Kategorie *raza* verortet werden kann. Über die Aneignung und Transformation des Begriffs *raza* konnten sowohl Auto- als auch Heterostereotype vermittelt sowie Selbst- und Feindbilder in Bezug auf den antizipierten Rezipienten (re-)konstruiert werden. Dabei sollte die durch den Krieg und insbesondere durch die alliierte Kriegspropaganda erfolgte Dichotomisierung in „zivilisierte“ Alliierte und „barbarische“ Deutsche aufgebrochen und durch alternative Freund-Feind-Schemata ersetzt werden. Den neutralen Ländern wurde auf diese Weise auch ein Konfliktort im Krieg zugewiesen, der zu einer eindeutigen Positionierung gegen die Alliierten und einer aktiv neutralen Haltung motivieren sollte.

Zwei zentrale transnationale und lokal bedeutsame Identitätskonzepte, welche sich die deutsche Propaganda aneignete und für ihre eigenen Zwecke transformierte, waren Ideologeme, die sich um den Begriff *raza hispana* spannten. Dieser Begriff entfaltete sich in den untersuchten Texten sowohl in seiner konservativen, auf Spanien zentrierten Interpretation des *Hispanismo* als auch in seiner progressiveren Variante im *Hispanoamericanismo*. In beiden Fällen wurde die *raza hispana* gegen die *raza anglosajona* in Stellung gebracht, allerdings mit einer unterschiedlichen Ausrichtung. Im Sinne des *Hispanismo* wurden England und Frankreich von den pro-deutschen Texten zu den Hauptantagonisten der *raza hispana* erklärt. Dabei war in Bezug auf England die Erinnerung an die geteilte Kolonialgeschichte zwischen Spanien und Hispanoamerika ein wichtiges Moment. Die Angriffe Englands auf das spanische Kolonialreich wie auch auf die aus diesem Reich hervorgegangenen unabhängigen Staaten Hispanoamerikas wurden als Attacken auf die Gesamtheit der *raza hispana* interpretiert. In der Logik dieser Propagandatexte sollte ein Gedicht über den Verlust Gibraltars ähnliche negative Emotionen gegenüber England schüren können wie ein Artikel über die englische Invasion von Buenos Aires im Jahre 1806. Der Antagonismus mit England bestand also nicht nur aufgrund einer behaupteten ethno-kulturellen Differenz, sondern wurde auch durch die historische Erfahrung begründet. Frankreichs Einfluss sollte hingegen über vorrangig identitätspolitische Zuschreibungen zurückgedrängt werden. In der Hauptsache sollte der Panlatinismus widerlegt werden, welcher eine gemeinsame kollektive kulturelle Identität aller romanischen Völker behauptete. In ihrer *Refutatio* schloss die deutsche Propaganda eine diskursive Allianz mit Spanien, das seit dem verlorenen Spanisch-Amerikanischen Krieg 1898 versuchte, seinen Einfluss in Hispanoamerika wieder auszubauen und dabei ebenfalls die Einheit der *raza hispana* proklamierte. Dies zeigte sich unter anderem in der quantitativ auffällig häufigen Übernahme von Texten spanischer Autoren, die allesamt germanophil

und gleichzeitig auch Vertreter des *Hispanismo* waren. Die Rückbesinnung auf das spanische Erbe und die traditionelle Bindung an die alte *madre patria* wurden von der pro-deutschen Propaganda als positive und authentische Identitätswürfe präsentiert, während Bezugnahmen auf eine latine Identität diffamiert und effemisiert wurden. Die *raza hispana* wurde mit stereotypen Zuschreibungen semantisiert, die Analogien zu zeitgenössischen Selbstbeschreibungen des deutschen Nationalismus aufwiesen und gleichzeitig einen Gegensatz zu vermeintlich französischen Werten bildete. Während zum Beispiel Traditionalismus, Religiosität und das monarchische System sowohl Spanien als auch Deutschland repräsentierten, wurden Anarchismus, Kosmopolitismus und Säkularismus mit den Werten der Französischen Revolution in Verbindung gebracht und als die Nation destabilisierende Faktoren zurückgewiesen. Über die Identifikation mit einer hispanischen Identität sollte außerdem Spaniens Neutralitätspolitik als Handlungsvorbild für ganz Hispanoamerika gelesen werden. Neutralität wurde zu einer authentischen, dem Wesen der *raza* entsprechenden politischen Praxis umgedeutet. Die diskursive Verflechtung von *raza hispana* und Neutralität ist somit eine Transformation, die hauptsächlich in den pro-deutschen Propagandatekten erfolgte.

Der *Hispanoamericanismo* weist zum *Hispanismo* ideologisch durchaus große Ähnlichkeiten auf, so dass eine klare Abgrenzung beider Begriffe nicht immer möglich ist oder je nach Kontext erfolgen muss. In der vorliegenden Arbeit wurde derart unterschieden, als dass dem *Hispanismo* die Führungsrolle Spaniens in Hispanoamerika sowie eine enge kulturelle und politische Anbindung an die ehemalige Kolonialmacht als wünschenswert erscheint, während der *Hispanoamericanismo* sich zwar auch positiv auf die gemeinsame Vergangenheit und Kultur bezieht, Hispanoamerika sich aber durch seine Eigenständigkeit und seinen antiimperialistischen Widerstand gegen jedwede externe Einflüsse auszeichnet. Beiden Konzepten ist gemein, dass sie das „Eigene“, also die hispanische oder hispanoamerikanische Kollektividentität, in antagonistischer Abgrenzung zur *raza anglosajona* entwerfen. Die intellektuellen Vertreter des *Hispanoamericanismo*, wie Manuel Ugarte, sahen dabei in den USA den Hauptfeind des Kontinents und plädierten für hispanoamerikanische Solidarität und eine kontinentale Oppositionsbewegung angesichts der Bedrohung aus dem Norden. Damit bestand ab 1917 eine Interessenkonvergenz zwischen den Kritikern des US-Imperialismus und den deutschen Propagandisten, die sich durch den Kriegseintritt der Vereinigten Staaten im Propagandakrieg vor neue Herausforderungen gestellt sahen. Die deutschfreundliche Presse in Mexiko, Chile und Argentinien bediente sich fortan der bereits seit dem ausgehenden 19.

Jahrhundert in Lateinamerika zirkulierenden negativen Stereotype über die USA. Darüber hinaus wurde Manuel Ugarte als Heilsbringer Hispanoamerikas inszeniert und seine Texte und Reden in den Spalten der pro-deutschen Zeitungen abgedruckt. Die Aneignung der hoch emotionalisierten und polemischen antiimperialistischen Rhetorik charakterisierte ganz besonders die Propagandablätter in Mexiko, wobei es zu einer starken Überschneidung von deutschen und mexikanischen Interessen und Zielen kam. Somit wurde die deutsche Propaganda auch zur einem Verbreitungsmedium für die Ideen und Diskurse des *Hispanoamericanismo* in der Region. Gleiches gilt für die publizistische Unterstützung der mexikanischen Außenpolitik unter Präsident Carranza, die ebenfalls durch die deutschen Propagandatexte gefördert wurde. Auswärtige Propaganda, die an sich nur einem bestimmten Zweck dienen soll, kann also über eine solche Verflechtung von Interessen somit auch eine Plattform für die Verbreitung anderer politischer Diskurse werden. Die Eliten des Deutschen Reiches vertraten schließlich grundsätzlich keine imperialismuskritischen Positionen, die Propaganda war aber pragmatisch und flexibel genug, solchen Stimmen Raum zu geben, solange die eigenen Ziele ungehindert weiterverfolgt werden konnten. Insofern kann auch danach gefragt werden, ob die Aneignung von lokalen Diskursen durch die deutsche Propaganda nicht auch eine wechselseitige Instrumentalisierung von Interessen bedeutete.

Während der Begriff *raza hispana* und die mit ihm verwurzelten Identitätsentwürfe von *Hispanismo* und *Hispanoamericanismo* auf eine transnationale, kollektive Identität rekurrierten, spielte auch die Evokation nationalistischer Gefühle eine zentrale Rolle in der deutschen Propaganda. Vor dem Hintergrund des deutsch-englischen Wirtschaftskrieges wurde England in einer ebenfalls antiimperialistischen Argumentationslinie zum nationalen Feind stilisiert. Anders als im Fall des *anti-yanquismo* ging es aber um die Konstruktion einer vorrangig wirtschaftlichen Bedrohung, also um die Gefahren des informellen Imperialismus. Die lokal produzierte deutsche Propaganda konnte es sich zunutze machen, dass insbesondere im *Cono Sur* auch konservative Intellektuelle begonnen hatten, an der ökonomischen Abhängigkeit Argentiniens und Chiles von den europäischen Großmächten Kritik zu üben. Ihre Argumente fanden sich in den pro-deutschen Texten wieder, allerdings in abgewandelter Form, da nun allein England für Ausbeutung, Souveränitätsverletzungen und Repression verantwortlich gemacht wurde.

Für die deutsche Propaganda in Chile ist in dieser Arbeit zudem eine singuläre Verflechtung pro-deutscher und nationalistischer Diskurse als besonderes

Charakteristikum herausgearbeitet worden. Als rhetorisches wie auch ideologisches Bindeglied fungierte die insbesondere in rechtskonservativen Kreisen vertretene Idee der *raza chilena*, eine Idee, welche insbesondere durch das gleichnamige Werk von Nicolás Palacios geprägt wurde. In der *raza chilena* verbanden sich ethnisierende und kulturalisierende Essentialismen, die eine chilenische nationale Identität in deutlicher Abgrenzung sowohl zum Latinismus als auch zu den Nachbarstaaten Peru, Bolivien und Argentinien postulierten. Dem lag die Behauptung zugrunde, dass die spanischen Eroberer Chiles hauptsächlich aus dem Norden Spaniens stammten und damit baskisch-gotischer, also „germanischer“ Herkunft gewesen seien. Die Verbindung der Eroberer mit den „kriegerischen“ Mapuche hätte eine besondere *raza*, die *raza chilena*, hervorgebracht, welche sich vor allem durch ihren „natürlich“ militaristischen Charakter auszeichne. Diese Konzeption der chilenischen Identität als *raza militar* zeigte sich im Milieu der chilenischen Armee und in rechtskonservativen Kreisen als äußerst einflussreich. Die deutschfreundliche Presse, allen voran die *Gacetas* und der *Tiempo Nuevo*, konstruierte über das Konzept *raza chilena* eine Verwandtschaft zwischen deutscher und chilenischer Identität, wobei sich der deutsche Nationalcharakter sowohl durch die staatliche als auch die gesellschaftliche Organisation des Deutschen Reiches bereits verwirklicht habe, während Chile noch um die vollendete Ausbildung der Nation ringen würde. Deutschland nahm also eine Vorbildfunktion ein und Autoritarismus, soziale Disziplinierung sowie Militarismus wurden als der Schlüssel zur nationalen Wiedergeburt Chiles gedeutet. Daran schloss der Topos der deutschen Migranten in Chile an. Diese Präsenz wurde in der deutschen Propaganda als zentrales Element für den Fortschritt der Nation gedeutet. Dem *chileno alemán* wurde in dieser Argumentationskette eine hybride Identität zugeschrieben, da er einerseits als guter chilenischer Staatsbürger seine Pflicht für die Nation erfülle und andererseits als Repräsentant angeblich typisch deutscher Tugenden wie Fleiß, Arbeitsamkeit und Disziplin seine Herkunft und Bindung an Deutschland nicht verbergen konnte und auch nicht sollte. Im Gegensatz dazu standen die anderen Einwanderergruppen, also Engländer, Franzosen und Japaner. Insbesondere die japanische Migrationsbewegung nach Lateinamerika wurde in Chile als Bedrohung für die ethnische Einheit der Nation wahrgenommen und führte zu chauvinistischen und rassistischen Reaktionen, die sich auch in der deutschen Propaganda widerspiegeln. Die deutschen Migranten wurden dementsprechend auch aufgrund ihrer angeblich ethnischen Verwandtschaft mit den Chilenen durch das „germanische“ Erbe als positives Beispiel für eine gelungene und national wünschenswerte Einwanderung präsentiert.

Obwohl auch in Argentinien eine zahlenmäßig durchaus bedeutende deutschstämmige Gemeinde lebte, wurde diese nicht zu einem signifikanten Thema der deutschen Propaganda. In Chile wurde den deutschen Einwanderern mit weniger Misstrauen begegnet als in Argentinien, wo der Mythos von der „deutschen Gefahr“ die Öffentlichkeit polarisierte. Daher wurden positive Repräsentationen Deutschlands oder des deutschen Charakter in Argentinien über Texte der *germanófilos* wie Ernesto Quesada vermittelt. Als Kenner Deutschlands bedienten sie sich der gängigen deutschnationalen Autostereotype, die während des Ersten Weltkrieges unter dem Schlagwort der *Ideen von 1914* Verbreitung fanden. Die Aufsätze der argentinischen *germanófilos* fanden wiederum bei den Akteuren in Deutschland solchen Anklang, dass sie übersetzt und in Deutschland ganz oder in Auszügen publiziert wurden. Die Texte wirkten somit als transnationale Exponenten einer bestimmten rechtskonservativen Darstellung des Deutschen Reiches auf die Propaganda in Deutschland zurück.

Die in Lateinamerika produzierte pro-deutsche Propaganda trug über die Aneignung von lokal relevanten (trans-)nationalen Identitätsdiskursen zur Verbreitung derselben in der Region bei, indem sie mediale Diffusionskanäle bereitstellte. Darüber hinaus bedeuteten der Ausbruch des Ersten Weltkrieges und die prekäre Kommunikationssituation auch die Schaffung von Raum für ein neues Experimentierfeld. Die in den Vorkriegsjahren begonnene deutsche Kulturarbeit in Lateinamerika musste plötzlich auf die Herausforderungen eines Propagandakrieges reagieren, wobei die lokalen Akteure Maßnahmen ergreifen sowie Inhalte bereitstellen sollten, die auf die anvisierten Rezipienten persuasiv einwirken mochten. Dabei wurden sowohl in der Form der Organisation als auch in der Auswahl von geeigneten Themen Wegmarken gesetzt, die nach dem Ende des Krieges auch in der Kulturpolitik der Weimarer Republik weiterhin relevant bleiben sollten.

Ausblick

Die deutsche Propaganda in Lateinamerika operierte während des Ersten Weltkrieges nicht im leeren Raum, sondern bezog sich im Meinungskampf, das ist an einzelnen Stellen in dieser Arbeit deutlich geworden, auch implizit wie explizit auf die Propaganda der Gegenseite. Die alliierten Propagandamaßnahmen in Lateinamerika und ihre spezifische Organisation, auch im Unterschied zu Deutschland, sowie ihre argumentativen Strategien, bilden einen Untersuchungsgegenstand für künftige Arbeiten. Insbesondere die Frage nach der Kooperation der verschiedenen alliierten Großmächte bei der Umsetzung ihrer

Propagandaarbeit in Lateinamerika würde noch größere Aufmerksamkeit verdienen.

Ein weiteres vielversprechendes Forschungsthema ist die deutsche Propaganda in Brasilien. Weshalb gelang es ausgerechnet in diesem Land mit der zahlenmäßig größten deutschstämmigen Gemeinde in Lateinamerika nicht, eine pro-deutsche Pressekampagne ins Leben zu rufen, die mit jener in Argentinien vergleichbar gewesen wäre? Die Sichtung des Quellenmaterials lässt vermuten, dass nicht nur die Feindseligkeit und das Misstrauen der brasilianischen Öffentlichkeit eine Rolle spielten, sondern auch interne Grabenkämpfe das Propaganda-Projekt erschwerten. Eine genauere Analyse des Kommunikationsnetzwerkes in Brasilien ließe insofern auch interessante Ergebnisse in Bezug auf die Frage erwarten, unter welchen Umständen *network-making-power* hervorgebracht werden kann und wann nicht.

In dieser Arbeit wurden bewusst keine Aussagen über die tatsächliche Effizienz, also Überzeugungskraft, der deutschen Propaganda in Lateinamerika während des Ersten Weltkrieges getroffen. Eine solche Rezeptionsanalyse ist empirisch nicht seriös durchführbar, da entsprechende Daten nicht im notwendigen quantitativen Umfang bereitgestellt werden können. Es kann auch nicht bewertet werden, inwiefern das Wissen der Rezipienten um die Herkunft von Artikeln aus einer deutschfreundlichen Quelle das persuasive Potential dieser wieder schmälern konnte, das heißt, ob eine solche Nachrichtenquelle von den potentiellen Rezipienten überhaupt als vertrauenswürdig wahrgenommen wurde. Über Auswirkungen oder tatsächliche Handlungsänderungen, die konkret auf die deutsche Propagandaarbeit zurückgeführt werden könnten, kann daher nur spekuliert werden. Ihre Rezeption war nicht steuerbar, so dass auch Effekte erzeugt werden konnten, die eventuell nicht den gewünschten Zielsetzungen der Produzenten entsprachen.

Allerdings ist die Relevanz der in den deutschen Propagandatexten verhandelten Identitätskonzepte für die intellektuellen Debatten in jenen Jahren unbestreitbar. Die deutsche auswärtige Propaganda in Lateinamerika wurde somit während des Ersten Weltkrieges durch ihre mediale und diskursive Produktion und die Aneignung ebenjener nationalen und transnationalen Identitätsdiskurse auch zu ihrem Multiplikator. Sie verwies damit weit über ihre ursprünglichen Intentionen hinaus und konnte Seiteneffekte produzieren, die außerhalb ihrer eng definierten Zielsetzungen lagen. Der spanienfreundliche *Hispanismo*, der gegen Großbritannien und die USA gerichtete Antiimperialismus sowie konservative und wirtschaftsprotektionistische Interpretationen von Nationalismus waren in

jenen Jahre wirkmächtige Ideen, die der deutschen Propaganda das Auffinden geeigneter Topoi für ihre Argumentationsstrategie in Lateinamerika erleichterten und das persuasive Potential der Propagandatexte erhöhte. Gleichzeitig sollten sie in erster Linie den imperialistischen Interessen des Deutschen Reiches dienen, selbst wenn sich, wie sich besonders anhand der Aneignung der antiimperialistischen Rhetorik zeigt, scheinbar ideologische Ambivalenzen auftaten. Logische Stringenz ist allerdings bei Propaganda, die vor allem auf schnelle Effekte und emotive Appelle setzt, von untergeordneter Relevanz, denn „[d]ie zündende Idee ist eines der Instrumente der Propaganda, und nicht umgekehrt diese das Instrument seiner Idee.“¹²⁰⁰

¹²⁰⁰ Kracauer: Totalitäre Propaganda, S. 30.

BIBLIOGRAPHIE

ARCHIVMATERIAL

Bundesarchiv-Berlin Lichterfelde (BA-B)

- R 901/72255 (Nachrichtendienst Frankfurt a.M., September 1914 – Januar 1915)
R 901/72256 (Nachrichtendienst Frankfurt a.M., November 1914 – November 1915)
R 901/72257 (Nachrichtendienst Frankfurt a.M., Januar – November 1915)
R 901/72258 (Zentralstelle für Auslandsdienst, September 1915 – Juni 1916)
R 901/ 72888a (Zentralstelle für Auslandsdienst, Konsul Will, Rio de Janeiro, 1914)

Politisches Archiv Auswärtiges Amt (PA AA)

- R 16 460 (Bd. 1, Presse Argentinien, März 1914 – März 1915)
R 16 461 (Bd. 2, Presse Argentinien, April 1915 – Juli 1918)
R 16 595 (Bd. 6, Die brasilianische Presse, November 1914 – Dezember 1915)
R 16 596 (Bd. 7, Die brasilianische Presse, Januar 1915 – November 1918)
R 16 597 (Bd. 1, Die Presse in Brasilien, Januar 1907 – März 1916)
R 16 682 (Bd. 1, Die chilenische Presse, Februar 1913 – Juli 1914)
R 16 683 (Bd. 2, Die chilenische Presse, August 1914 – April 1918)
R 62 390 (Bd. 3, Die deutschen Schulen in Chile. Allgemein, Januar 1916 – September 1928)
R 121 009 (Bd. 1, Press- und Nachrichtendienst Süd- und Mittelamerika, Mai 1918 – März 1928)
R 121 099 (Bd. 1, Kabel- und Funkverbindung, Mai 1915 – Juli 1917)
R 121 292 (Bd. 1, Mittel- und Südamerika: Maßnahmen zur Hebung des deutschen Ansehens in den süd- und mittelamerikanischen Ländern, Juni 1916 – Dezember 1920)
R 121 302 (Bd. 1, Dienstreise des Legationsrats Will nach Süd- und Mittelamerika, Oktober 1919 – Dezember 1922)
R 121 333 (Bd. 1, Propaganda im Auslande zur Hebung des deutschen Ansehens. Deutsch-Südamerikanisches Institut, September 1915 – Dezember 1917)
R 121 902 (Bd. 1, Die Presse in Argentinien)

- R 121 903 (Bd. 2, Die Presse in Argentinien)
 R 121 912 (Bd. 1, Allgemeines (Argentinien))
 R 121 944 (Bd. 1, Die Presse in Brasilien, Mai 1915 – März 1916)
 R 121 945 (Bd. 2, Die Presse in Brasilien, April 1916 – Dezember 1917.
 R 121 950 (Bd. 1, Beeinflussung der brasilianischen Presse, Mai 1915 –
 Dezember 1923)
 R 121 983 (Bd. 1, Die Presse in Kolumbien, Mai 1915 – Dezember 1917)
 R 122 690 (Bd. 1, Die Presse in Mexiko, 1915 – Dezember 1925)
 R 122 804 (Bd. 1, Die Presse in Peru, Mai 1915 – Dezember 1917)
 R 123 107 (Bd. 1, Die Presse in Uruguay, Mai 1915 – Dezember 1940)
 R 123 108 (Bd. 1, Beeinflussung der uruguayischen Presse, o.J. – September
 1918)
 R 123 110 (Bd. 1, Die Presse in Venezuela, Mai 1915 – Dezember 1935)

Archivo Histórico de la Cancillería Argentina (AMREC)

- AMREC, Serie 33, AH/00029/1, Guerra Europea – Lista Estatuaria, Nr. 29, Nr.
 Ii.
 AMREC, Serie 33, AH/0017, Guerra Europea – Medida de Guerra -
 Neutralidad, 1914-1918, Nr. 17, Nr. Iic2.
 AMREC, Serie 33, AH/0023, Guerra Europea – Funcionarios argentinos, 1914-
 1918, Nr. 17, Nr. Iie1.
 AMREC, Serie 33, AH/0003, Guerra Europea – Medidas de Guerra, Alemania,
 1914-1918, Nr. 3, Nr. 226B.
 AMREC, Serie 33, AH/00029/1, Guerra Europea – Lista Estatuaria, Nr. 29.
 AMREC, Serie 33, AH/00034/7, Guerra Europea. Misiones especiales, 1914-
 1918, Opiniones sobre la neutralidad argentina 1917.

Iberoamerikanisches Institut Berlin (IAI)

- IAI, N-0070 b251 (Nachlass Robert Lehmann-Nitsche)

ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

Argentinien

Boletín Germánico. Diario de la Tarde. Defensor de los intereses de las Colectividades Germánicas. Editado por el Comité "Pro Germania", Buenos Aires

Der Bund. Monatsschrift des Deutschen Volksbundes für Argentinien, Buenos Aires

Germania, Buenos Aires

Instantáneas de la Guerra, Buenos Aires

La Unión, Buenos Aires

Chile

Eco de la Guerra, Puntas Arenas

La Gaceta Militar, Santiago de Chile

La Gaceta de Chile, Santiago de Chile

Revista del Pacífico, Santiago de Chile

Simplicísimo, Santiago de Chile

El Submarino. La verdad a través de bloqueo y censura, Santiago de Chile

El Tanque. Seminario Ilustrado. Defensor de la Civilización y Enemigo de la Barbarie, Santiago de Chile

El Tiempo Nuevo, Santiago de Chile

Mexiko

El Boletín de la Guerra, Mexiko D.F.

El Boletín de la Guerra, Mérida

Le Courier du Mexique et Europe, Mexiko D.F.

La Guerra Europea. Crónica ilustrada creada en México para la defensa de los aliados, Mexiko D.F.

El Demócrata, Mexiko D.F.

Deutsche Zeitung von Mexiko, Mexiko D.F./ Periódico Alemán. Edición en Español del Deutsche Zeitung von Mexiko, Mexiko D.F.

Deutschland

Alemania, Berlin

El Correo de Alemania, Berlin

Mitteilungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes zur Förderung wirtschaftlicher Interessen, Berlin
 Mitteilungen des Deutsch-Südamerikanischen Instituts, Aachen
 Nachrichtendienst des Deutschen Wirtschaftsverbandes für Süd- und Mittelamerika e.V., Berlin
 Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, Frankfurt a.M./ Servicio de Informes para los países de idioma español y portgues oder Servicio de Informaciones para la América Latina, Frankfurt a.M.
 La Revista Latinoamericana, Berlin
 Veröffentlichungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes zur Förderung wirtschaftlicher Interessen, Berlin

Weitere

Deutsche Zeitung, Porto Alegre
 El Eco Alemán. Recortes des periódicos sobre la Guerra Mundial, Caracas
 El Eco Alemán, Guatemala
 Heraldo Alemán, San Salvador
 La Vanguardia, La Paz

GEDRUCKTE QUELLEN

ARANDA, Diego, José María LLARENA, Rafael TENAJA (Hrsg.): La Colonia Alemana en Chile. Santiago de Chile 1920.
 ASENJO, Máximo: Deutsche Kämpfer und deutscher Geist! Hamburg 1915.
 BARRANTES MOLINA, Luis: Drama de hogar. Buenos Aires 1918.
 BARRERA ORO, Julio: Alemania y los Países Neutrales en la Guerra Actual. Buenos Aires 1917.
 BRIEFS, Götz: El Militarismo alemán. Buenos Aires 1918.
 BRUGNARA, Juan A.: El mundo contra Alemania. Buenos Aires 1918.
 CAMPOS, Manuel Mateo: Bélgica y su neutralidad enigmática. Estudio crítico libre de prejuicios. Berlin 1915.
 CARRICO, Nestor E.: El enigma de la guerra. Monografías sobre la Conflagración europea. 10 Bde., Buenos Aires 1916 – 1918.
 CHAMBERLAIN, Houston Stewart: Inglaterra y Alemania. Traducción del alemán por el Dr. Máximo Asenjo. München 1915.
 CÓRDOBA, Pedro: Nuestra Guerra. La Coalición contra la Argentina. Buenos Aires 1917.

- ENCINA, Francisco Antonio: Nuestra inferioridad económica. Sus causas y sus consecuencias. Santiago de Chile 1978 [1912].
- ERZBERGER, Matthias: Erlebnisse im Weltkrieg. Stuttgart, Berlin 1920.
- FISCHER, Ferdinand Max: Deutsche Propaganda im Ausland. Inaugural-Dissertation. Würzburg 1924.
- FÜRST BÜLOW'S Reden, Hrsg. von Wilhelm von MASSOW. Bd. 1, Leipzig 1910.
- GALLARDO NIETO, Galvarino: Neutralidad de Chile ante la Guerra Europea. Santiago de Chile 1917.
- GÁLVEZ, Manuel: El Solar de la Raza. Buenos Aires 1913.
- GAST, Paul: Deutschland und Südamerika. Stuttgart, Berlin 1915.
- GOLDMANN, Nahum: Espíritu del militarismo. Traducido al Castellano por Don Julio del Romero Leyva. Buenos Aires 1918.
- GRAF, P.H.: La Literatura Francesa como Instigadora a la Guerra Europea. Apuntes para el estudio de los antecedentes de la guerra actual. Mexiko D.F. 1917.
- El Gran Tribuno. Discurso pronunciado en el Teatro de la Zarzuela de Madrid por el Exmo. Sr. D. Juan VÁZQUEZ DE MELLA. Santiago de Chile 1915.
- GUERRERO, Juan C.: La guerra europea mirada por un sudamericano. Crónica político-militar. 2 Bde. Stuttgart 1915 – 1918.
- HAMMANN, Otto: Deutsche Weltpolitik 1890-1912. Berlin 1925.
- HOFER, August H.: Deutschtum in Spanien. Barcelona 1918.
- HUBER, Georg: Die französische Propaganda im Weltkrieg gegen Deutschland 1914 bis 1918. München 1928.
- HUNEUS GANA, Roberto: Por amor a Chile y por gratitud a Alemania. Santiago de Chile 1917.
- KEIPER, Wilhelm: Das Deutschtum in Argentinien während des Weltkrieges (1914 – 1918). Hamburg 1942.
- KINKELIN, Emilio: Mis Correspondencias a "La Nación" durante la Guerra Europea. 2 Bde. Buenos Aires 1921.
- LEÓN SÁNCHEZ, Manuel: Angel Ganivet, su vida y su obra. Conferencia sustentada en el anfiteatro de la Escuela Nacional Preparatoria de la Ciudad de México, por Manuel León Sánchez, del "Grupo Ariel", la noche del 19 de septiembre de 1925. Mexiko D.F. 1927.
- : ¡Si los submarinos alemanes llegasen a México. Conferencia sustentada el 22 de agosto de 1918, en la Academia Metropolitana de México. Mexiko D.F. 1918.
- : Por qué son neutrales México y España. Mexiko D.F. 1918.
- : Noticias falsas. Las atrocidades alemanas y la propaganda yanqui-aliada.

- Conferencia sustentada el jueves 15 de agosto de 1918, en la Academia Metropolitana de México. Mexiko D.F. 1918.
- LIPPERT, Pedro: El Culto de Dios en el pueblo alemán. Buenos Aires 1916.
- LÓPEZ, Juan M.: La Razón y la Ciencia están de parte de Alemania. Barcelona 1916.
- LUDENDORFF, Erich: Meine Kriegserinnerungen, 1914-1918. Berlin 1941.
- MARTÍ Y FORS, Sebastián: Cuba y Alemania. Havanna 1916.
- NELKE, Pastor W.: Das Deutschtum in Uruguay. Schriften des Deutschen Ausland-Instituts Stuttgart. Stuttgart 1921.
- NIESSEN-DEITERS, Leonore: Krieg, Auslanddeutschtum und Presse. Stuttgart, Berlin 1915.
- OLLER, Francisco de P.: Francia y Alemania. Refutación a una Conferencia. Buenos Aires 1918.
- OROZ, Ruperto: El Amor Patrio. Formación y desarrollo en la escuela. Valparaíso [Chile] 1900.
- PALACIOS, Nicolás: Raza Chilena. Libro escrito por un chileno y para los chilenos, 2 Bde. Santiago de Chile 1918.
- PFEILSCHIFTER, Jorge: El Cuidado espiritual de los soldados y la vida cristiana en el ejército alemán. Buenos Aires 1917.
- PINOCHET LE-BRUN, Tancredo: La Conquista de Chile en el Siglo XX. Santiago de Chile 1909.
- PLATZ, Germán: El Kultúrkampf francés y el alemán en sus Causas y en sus Consecuencias. Buenos Aires 1917.
- QUESADA, Ernesto: La actual civilización germánica y la presente guerra. Buenos Aires 1914.
- : El "peligro alemán" en Sud América. Buenos Aires 1915.
- DE QUESADA, Gonzalo: The Chinese and Cuban Independence. Leipzig 1912.
- RAMOS, Juan Pedro: Alemania ante la guerra. Buenos Aires 1915.
- : Die Bedeutung Deutschlands im europäischen Krieg. Stuttgart, Berlin 1917.
- : La significación de Alemania en la guerra europea. Buenos Aires 1915.
- DEL ROMERO LEYVA, Julio: La Histórica. Buenos Aires 1918.
- ROHRBACH, PAUL: Der deutsche Gedanke in der Welt. Leipzig 1912.
- : Woher es kam. Porto Alegre 1920.
- RÜHLMANN, Paul M.: Kulturpropaganda. Grundsätzliche Darlegungen und Auslandsbeobachtungen. Charlottenburg (Berlin) 1919.
- STEINMEYER, Helene: Beiträge zur Kulturpropaganda der Vereinigten Staaten von Nordamerika in Lateinamerika. Inaugural-Disertation. Münster 1922.

- URIBURU, Félix: La Guerra Actual. Apuntes y enseñanzas. Buenos Aires 1915.
- VERAZ, Juan: Alemania ante la opinión de Sud-América. Buenos Aires 1915.
- WERLE, Wilhelm: Deutsche Kulturarbeit in Südamerika. Coburg 1909.
- WIEHLER, Rudolf: Deutsche Wirtschaftspropaganda im Weltkrieg. Berlin 1922.
- o.A.: 10 Jahre Deutscher Pressedienst in Latein-Amerika, 1917 – 1927.
o.O. 1933 [1927].
- o.A. Bélgica y su neutralidad : Documentos secretos encontrados por la administración alemana en los archivos del Estado mayor belga en Bruselas. Traducido por Máximo Asenjo. Buenos Aires 1915.
- o.A. Bericht des Deutschen Wissenschaftlichen Verein zu Buenos Aires. Buenos Aires, 01.07.1909 – 31.03.1911.
- o.A.: Deutscher Wissenschaftlicher Verein für Buenos Aires. Mitgliederliste und Kassenbericht für die Zeit vom 01. Januar 1911 bis 31. März 1912. Buenos Aires 1912.
- o.A.: Egipto mexicano y sus maravillas históricas. El mejor guía del turista para visitar las famosas ruinas de Yucatán. Mexiko D.F. 1926.
- o.A.: Entwurf der Satzungen für den Germanischen Bund für Südamerika. Landesgruppe Brasilien. o.O., o.J.
- o.A.: Handbuch der Auslandspresse. Bearbeitet von der Auslandstelle des Kriegspresseamtes. Berlin 1918.
- o.A.: El Libro blanco alemán. Documentos relativos al rompimiento de hostilidades. Con suplementos posteriores. o.O., o.J.
- o.A.: Museo Social Argentino. Instituto de Información, Estudios y Acción Sociales. Buenos Aires 1915.
- o.A.: Satzungen Deutsch-Brasilianischer Handelsverband e.V., Berlin o.J.
- o.A.: Tagung des Deutsch-Chilenischen Bundes. Sammlung der auf dem 1. Bundestag geleisteten Arbeit. Concepción [Chile] 1916.

SEKUNDÄRLITERATUR

- ACEVEDO, Jorge: Ortega, Renan y la Idea de la Nación. Santiago de Chile 2014.
- AHVENAINEN, Jorma: The European Cable Companies in South America before the First World War. Helsinki 2004.

- AILLÓN SORIA, Esther: La política cultural de Francia en la génesis y difusión del concepto L'Amérique Latine, 1860-1930. In: Aimer GRANADOS, Carlos MARICHAL (Hrsg.): Construcción des las Identidades Latinoamericanas. Ensayos de Historia Intelectual Siglos XIX y XX. Mexiko D.F. 2004, S. 71-105.
- AKSAKAL, Mustafa: The Ottoman Road to War in 1914. The Ottoman Empire and the First World War. Cambridge 2008.
- ALBERT, Bill: South America and the First World War. The Impact of the War on Brazil, Argentina, Peru and Chile. Cambridge [u.a.] 1988.
- ALBES, Jens: Worte wie Waffen. Die deutsche Propaganda in Spanien während des Ersten Weltkrieges. Essen 1996.
- ALTENHÖNER, Florian: Kommunikation und Kontrolle. Gerüchte und städtische Öffentlichkeiten in Berlin und London 1914/1918. München 2008.
- ARDAO, Arturo: Orígenes de la Influencia de Renan en Uruguay. Montevideo 1955.
- BACHEM, Rolf: Einführung in die Analyse politischer Texte. München 1979.
- BACHMANN-MEDICK, Doris: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Reinbek bei Hamburg 2007.
- BADE, Klaus J.: Europa in Bewegung. Migration vom späten 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart. München 2000.
- : Friedrich Fabri und der Imperialismus in der Bismarckzeit. Revolution, Depression, Expansion. Freiburg i. Br. 1975.
- BAECKER, Thomas: Die deutsche Mexikopolitik 1913/1914. Berlin 1971.
- BARBIAN, Nikolaus: Auswärtige Kulturpolitik und „Auslandsdeutsche“ in Lateinamerika 1949-1973. Wiesbaden 2014.
- BARR-MELEJ, Patrick: Reforming Chile. Cultural Politics, Nationalism, and the Rise of the Middle Class. Chapel Hill, London 2001.
- BARTH, Boris: Die deutsche Hochfinanz und die Imperialismen. Banken und Außenpolitik vor 1914. Stuttgart 1995.
- BARTHES, Roland: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt a.M. 1988.
- BELINI, Claudio, Silvia BADOZA: El impacto de la Primera Guerra Mundial en la economía argentina. In: Ciencia Hoy Bd. 24, Nr. 139 (2014), S. 21-27.
- BERNECKER, Walther L., Thomas FISCHER: Deutschland und Lateinamerika im Zeitalter des Imperialismus, 1871 – 1914. In: Ibero-Amerikanisches Archiv. Zeitschrift für Sozialwissenschaften und Geschichte Bd. 21., H. 3-4 (1995), S. 273-302.
- VON BEYME, Klaus: Politische Theorien im Zeitalter der Ideologien, 1789–1945.

- Wiesbaden 2002.
- BINDERNAGEL, Franka: Deutschsprachige Migranten in Buenos Aires. Geteilte Erinnerungen und umkämpfte Geschichtsbilder 1910 – 1932. Paderborn 2018.
- BISHER, Jamie: The Intelligence War in Latin America, 1914–1922. Jefferson [North Carolina] 2016, S. 134f.
- BLANCPAIN, Jean-Pierre: Los Alemanes en Chile (1816–1945). Santiago de Chile 1985.
- : Immigration et Nationalisme au Chili, 1810–1925. Un Pays à l'Écoute de l'Europe. Paris [u.a.] 2005.
- BRAVO VALDIVIESO, Germán: La Primera Guerra Mundial en la Costa de Chile. Una Neutralidad que no fue tal. Viña del Mar 2005.
- BREMM, Klaus-Jürgen: Propaganda im Ersten Weltkrieg. Stuttgart 2013.
- BRITTON, John A.: Redefining Intervention. Mexico's Contribution to Anti-Americanism. In: Alan MCPHERSON (Hrsg.): Anti-Americanism in Latin America and the Caribbean. New York, Oxford 2006, S. 37-60.
- VOM BRUCH, Rüdiger: Weltpolitik als Kulturmission. Auswärtige Kulturpolitik und Bildungsbürgertum in Deutschland am Vorabend des Ersten Weltkrieges. Paderborn [u.a.] 1982.
- BRUNNER, Otto, Werner CONZE, Reinhart KOSELLECK (Hrsg.): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 3, Stuttgart 1983.
- BUCHENAU, Jürgen: Von der Interventionsdebatte zum Zweiten Weltkrieg: Der Amerikabegriff im Wandel 1898-1945. In: Ursula LEHMKUHL, Stefan RINKE (Hrsg.): Amerika – Amerikas: Zur Geschichte eines Namens von 1507 bis zur Gegenwart. Stuttgart 2008, S. 169-188.
- BUITENHUIS, Peter: The Great War of Words. British, American, and Canadian Propaganda and Fiction, 1914 – 1933. Vancouver 1987.
- BUJALDÓN DE ESTEVES, Lila: Presencia alemana en la Argentina: Ernesto Quesada y Hermann von Keyserling. In: Todo es Historia Bd. 3, H. 354 (1997), S. 84-93.
- BUSSEMER, Thymian: Propaganda. Konzepte und Theorien. Wiesbaden 2005.
- CAMARGO HECK, Marina: The ideological dimension of media messages. In: Stuart HALL, Dorothy HOBSON, Andrew LOWE, Paul WILLIS, Paul (Hrsg.): Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79. London [u.a.] 1980, S. 122-127.
- CAMPOMAR, Marta: Ortega y Gasset en la Curva Histórica de la Institución Cultural Española. Madrid 2009.

- CANN, Frank D. McCann: Brazil and the United States: Two Centuries of Relations. In: Sidnei J. MUNHOZ, Francisco Carlos TEIXEIRA DA SILVA (Hrsg.): Brazil–U.S. Relations in the 20th and 21st Centuries. Maringá 2013, S. 23-52.
- CARDEN, Ron M.: German Policy toward Neutral Spain, 1914-1918. New York, London 1987.
- CASTELLS, Manuel: Communication Power. Oxford 2009.
- CASTRO, Fidel: Latinoamericanismo vs. Panamericanismo. In: ders.: Latinoamericanismo vs. Imperialismo. Hrsg. von Luis SUÁREZ SALAZAR. Mexiko D.F. 2009, S. 23-53.
- CARRERAS, Sandra: Construcciones de Identidad y Ciudadanía entre los Migrantes de Orígen Alemán en Argentina. In: Barbara POTTHAST, Juliana STRÖBELE-GREGOR, Dörte WOLLRAD (Hrsg.): Ciudadanía vivida, (In)seguridades e Interculturalidad. Buenos Aires 2008, S. 200-212.
- CARRERAS, Sandra, Barbara POTTHAST: Eine kleine Geschichte Argentiniens. Berlin 2013.
- CARUSO, Marcelo: Zweideutige Verweise. Preußen als Vorbild argentinischer Schulreformen unter besonderer Berücksichtigung des Projkets von Carlos Saavedra Lamas. In: Sandra CARRERAS, Günther MAIHOLD (Hrsg.): Preußen und Lateinamerika. Im Spannungsfeld von Kommerz, Macht und Kultur. Münster 2004,
- CHECA GODOY, Antonio: Historia de la Prensa en Iberoamérica. Sevilla 1993.
- CID, Gabriel: A la nación por la fe. El nacionalismo católico chileno en un período de cambio y crisis, 1910-1941. In: ders., Alejandro SAN FRANCISCO (Hrsg.): Nacionalismos e Identidad nacional en Chile. Siglo XX. Bd. 1, Santiago de Chile 2010, S. 35-68.
- CLARK, Christopher: Preußen. Aufstieg und Niedergang, 1600-1947. München 2007.
- : Wilhelm II. Die Herrschaft des letzten deutschen Kaisers, München 2009.
- : Die Schlafwandler. Wie Europa in den Ersten Weltkrieg zog. München 2013.
- COLLIER, Simon, William F. SATER: A History of Chile, 1808-2002. Cambridge 2004.
- COMPAGNON, Olivier: América Latina y la Gran Guerra. El Adiós a Europa (Argentina y Brasil, 1914-1939). Buenos Aires 2014.
- CONEJEROS MALDONADO, Juan Pablo: De la francomanía al embrujo alemán. Alcances en torno al rol de los agentes mediatizadores en el proceso de

- transferencia cultural alemana en la educación chilena. In: Benjamín SILVA TORREALBA (Hrsg.): *Historia Social de la Educación Chilena*. Bd.1: *Instalación, Auge y Crisis de la Reforma alemana 1880 a 1920*. Agentes escolares. Santiago de Chile 2015, S. 35-68.
- CONDÉS CORTE, Roberto, Stanley J. STEIN (Hrsg.): *Latin America. A Guide to Economic History, 1830-1930*. Berkeley, Los Angeles, London 1977.
- CONRAD, Sebastian: *Globalisierung und Nation im Deutschen Kaiserreich*. München 2006.
- : *Deutsche Kolonialgeschichte*. München 2012.
- : *Globalisierungseffekte. Mobilität und Nation im Kaiserreich*. In: Sven Oliver MÜLLER, Cornelius TORP (Hrsg.): *Das Deutsche Kaiserreich in der Kontroverse*. Göttingen 2009, S. 406-421.
- CONRAD, Sebastian, Andreas ECKERT: *Globalgeschichte, Globalisierung, multiple Modernen: Zur Geschichtsschreibung der modernen Welt*. In: dies., Ulrike FREITAG (Hrsg.): *Globalgeschichte. Theorien, Ansätze, Themen*. Frankfurt a.M., New York 2007, S. 7-52.
- CONRAD, Sebastian, Jürgen OSTERHAMMEL: *Einleitung*. In: dies. (Hrsg.): *Das Kaiserreich transnational. Deutschland in der Welt 1871-1914*. Göttingen 2004, S. 7-28.
- CONTRERAS SAIZ, Mónica: *En Nombre de la Seguridad. Procesos de Segurización en el Gulumapu y la Frontera de Chile, 1760-1885*. Stuttgart 2016.
- CONZE, Eckardt: *Das Auswärtige Amt. Vom Kaiserreich bis zur Gegenwart*. München 2013.
- CORVALAN MÁRQUEZ, Luis: *Nacionalismo y Autoritarismo durante el siglo XX en Chile. Los Orígenes, 1903-1940*. Santiago de Chile 2005.
- COUYOUMDIJAN, Juan Ricardo: *Chile y Gran Bretaña durante la Primera Guerra Mundial y la Postguerra, 1914-1921*. Santiago de Chile 1986.
- CREUTZ, Martin: *Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung*. Frankfurt a.M. 1996.
- DALMAZZO, Gustavo: *El primer Dictador. Uruburu y su Época*. Buenos Aires 2010.
- DANIEL, Ute, Wolfram SIEMANN: *Historische Dimensionen der Propaganda*. In: dies. (Hrsg.): *Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung (1789-1989)*. Frankfurt a.M. 1994, S. 7-20.
- DARÍO, Rubén: *El Triunfo de Calibán*. In: ders.: *El Modernismo y otros Ensayos*. Hrsg. von Iris M. Zavala. Madrid 1989, S. 161-165.

- DEHNE, Phillip: *On the far Western Front. Britain's First World War in South America*. Manchester, New York 2009.
- : How important was Latin America to the First World War? In: *Iberoamericana* Bd. 14., H. 53 (2014), S. 151-164
- DEMM, Eberhard, Christopher H. STERLING,: Propaganda. In: Spencer C. TUCKER (Hrsg.): *World War I. Encyclopedia*. Bd. 3, Santa Barbara 2005, S. 941-945.
- DERENTHAL, Ludger, Stefanie KLAMM: Bilderfluten – Bildermangel. Fotografie im Ersten Weltkrieg. In: dies. (Hrsg.): *Fotografie im Ersten Weltkrieg*. Leipzig 2014, S. 8-21.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar: *La Información Internacional en América Latina*. Caracas 1991.
- DOYLE, Michael W.: *Empires*. Ithaca, London 1986.
- DUVE, Thomas: El contexto alemán del pensamiento de Ernesto Quesada. In: *La Revista de Historia del Derecho*, Nr. 30 (2002), S. 175-199.
- EAGLETON, Terry: *Ideology. An Introduction*. London, New York 1991.
- EDER, Franz X.: Historische Diskurse und ihre Analyse – eine Einleitung. In: ders. (Hrsg.): *Historische Diskursanalysen. Genealogie, Theorie, Anwendungen*. Wiesbaden 2006, S. 9-23.
- ERAZO HEUFELDER, Jeante: *Der argentinische Krösus. Kleine Wirtschaftsgeschichte der Frankfurter Schule*. Berlin 2017.
- ESPOSITO, Elena: Macht als Persuasion oder Kritik der Macht. In: Rudolf MARESC, Nils WERBER (Hrsg.): *Kommunikation, Medien, Macht*. Frankfurt a.M. 1999, S. 83-107.
- EVERSDIJK, Nicole P.: *Kultur als politisches Werbemittel. Ein Beitrag zur deutschen kultur- und pressepolitischen Arbeit in den Niederlanden während des Ersten Weltkrieges*. Münster [u.a.] 2010.
- FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco, Lucía CASAJÚS (Hrsg.): *España y América en el Bicentenario de las Independencias*. Castelló de la Plana 2012.
- FIEBIG-VON HAASE, Ragnhild: *Lateinamerika als Konfliktherd der deutsch-amerikanischen Beziehungen 1890-1903. Vom Beginn der Panamerikapolitik bis zur Venezuelakrise von 1902/03*. 2 Bde. Göttingen 1986.
- FIGUEROA, Virgilio: *Diccionario Histórico Biográfico y Bibliográfico de Chile*. Bd. 2, Nendeln, Liechtenstein 1974 [1929].
- FINSTERWALDER, Richard: Gast, Adolf Emil Paul. In: *Neue Deutsche Biographie* 6 (1964), S. 85-86.
- FISCHER, Wolfram: *Expansion – Integration – Globalisierung. Studien zur*

- Geschichte der Weltwirtschaft. Göttingen 1998.
- FLAWIÁ DE FERNÁNDEZ, Nilda María, Silvia Patricia ISRAILEV (Hrsg.): Hispanismo. Discursos culturales, Identidad y Memoria. San Miguel de Tucumán 2004.
- FÖRSTER, Stig: Der globalisierte Krieg. In: Stephan BURGDORFF, Klaus WIEGREFE (Hrsg.): Der Erste Weltkrieg. Die Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts. München 2004, S. 198-210.
- FOUCAULT, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt a.M. 1991.
- FOWLER, Roger: Language in the News. Discourse and Ideology in the Press. London, New York 1991.
- FREVERT, Ute: Neue Politikgeschichte: Konzepte und Herausforderungen. In: dies., Heinz-Gerhard HAUPT (Hrsg.): Neue Politikgeschichte. Perspektiven einer historischen Politikforschung. Frankfurt a.M. 2005, S. 7-26.
- FREY, Marc: Der Erste Weltkrieg und die Niederlande. Ein neutrales Land im politischen und wirtschaftlichen Kalkül der Kriegsgegner. Berlin 1998.
- FUCHS, Margot: Anfänge der drahtlosen Telegraphie im Deutschen Reich 1897-1918. In: Hans-Jürgen TEUTEBERG, Cornelius NEUTSCH (Hrsg.): Vom Flügeltelegraphen zum Internet. Geschichte der modernen Telekommunikation. Stuttgart 1998, S. 113-131.
- FUENTES CODERA, Maximiliano: Germanófilos y neutralistas: proyectos tradicionalistas y regeneracionistas para España (1914-1918). In: Ayer Bd. 91, Nr. 3 (2013), S. 63-92.
- : España en la Primera Guerra Mundial. Una movilización cultural. Madrid 2014.
- : Los intelectuales germanófilos españoles en la «guerra civil de palabras» (1914-1919). In: Heidi GRÜNEWALD, Anna MONTANÉ FORASTÉ, Thomas F. SCHNEIDER (Hrsg.): Retornos/Rückkehr. La Primera Guerra Mundial en el contexto hispano-alemán/Der Erste Weltkrieg im deutsch-spanischen Kontext. Osnabrück 2015, S. 59-66.
- FULDA, Daniel: Topik. In: Stefan JORDAN (Hrsg.): Lexikon Geschichtswissenschaft. Hundert Grundbegriffe. Stuttgart 2013, S. 285-287.
- FULWIDER, Chad R.: German Propaganda and U.S. Neutrality in World War I. Columbia [Missouri] 2016.
- GARCÍA MORALES, Alfonso: Literatura y pensamiento hispánico de fin de siglo: Clarín y Rodó. Sevilla 1992.
- GARCÍA SEBASTIANI, Marcela, David MARCILHACY: América y la Fiesta del 12

- de Octubre. In: Javier MORENO LUZÓN, Xosé Manoel NÚÑEZ SEIXAS (Hrsg.): *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*. Madrid 2013, S. 367-394.
- GASTÓN SÁNCHEZ, Emiliano: *Pendientes de un hilo. Guerra comunicacional y manipulación informativa en la prensa porteña durante los inicios de la Gran Guerra*. In: *Política y Cultura*, Nr. 42 (2014), S. 55-87.
- GEPPERT, Dominik: *Pressekriege. Öffentlichkeit und Diplomatie in den deutsch-britischen Beziehungen, 1896-1912*. München 2007.
- GERSTENBERGER, Debora, Joël GLASMAN: *Globalgeschichte mit Maß. Was Globalhistoriker von der Akteur-Netzwerk-Theorie lernen können*. In: dies. (Hrsg.): *Techniken der Globalisierung. Globalgeschichte meets Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld 2016, S. 11-40.
- GLICK, Thomas F.: *El impacto del darwinismo en la Europa mediterránea y en Latinoamérica*. In: Antonio LAFUENTE, José SALA CATALÁ (Hrsg.): *Ciencia colonial en América*. Madrid 1992, S. 319-350.
- GLIECH, Oliver: *Die deutsch-argentinischen Militärbeziehungen (1900-1945)*. In: Peter BIRLE (Hrsg.): *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*. Frankfurt a.M. 2010, S. 75-96.
- GOEBEL, Michael: *Decentring the German Spirit: The Weimar Republic's Cultural Relations with Latin America*. In: *Journal of Contemporary History* Bd. 44, Nr. 2 (2009), S. 221-245
- GOERGEN, Pedro: *Der Positivismus Auguste Comtes und seine Auswirkungen in Brasilien*. Augsburg 1975.
- GOSEWINKEL, Dieter: *Die Nationalisierung der Staatsangehörigkeit im Deutschen Kaiserreich*. In: Sven Oliver MÜLLER, Cornelius TORP (Hrsg.): *Das Deutsche Kaiserreich in der Kontroverse*. Göttingen 2009, S. 392-405.
- GROßKLAUS, Götz: *Medien-Zeit. Medien-Raum. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne*. Frankfurt a.M. 1995.
- GRUPP, Peter: *Voraussetzungen und Praxis deutscher amtlicher Kulturpropaganda in den neutralen Staaten während des Ersten Weltkrieges*. In: Wolfgang MICHALKA (Hrsg.): *Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse*. München, Zürich 1994, S. 799-824.
- HAHN, Eva, Hans Hennig HAHN: *Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung*. In: ders. (Hrsg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*. Frankfurt a.M., Berlin 2002, S. 17-56.
- HARTUNG, Günter: *Völkische Ideologie*. In: Uwe PUSCHNER, Walter SCHMITZ,

- Justus H. ULBRICHT (Hrsg.): Handbuch zur »Völkischen Bewegung« 1871–1918. München [u.a.] 1996, S. 22-44.
- HASLINGER, Peter: Diskurs, Sprache, Zeit, Identität. Plädoyer für eine erweiterte Diskursgeschichte. In: Franz X. EDER (Hrsg.): Historische Diskursanalysen: Genealogie, Theorie, Anwendungen. Wiesbaden 2006, S. 27-50.
- HEBEKUS, Uwe: Topik/Inventio. In: Miltos PECHLIVANOS, Stefan RIEGER, Wolfgang STRUCK, Michael WEITZ (Hrsg.): Einführung in die Literaturwissenschaft. Stuttgart, Weimar 1995, S. 82-95.
- TE HEESSEN, Kerstin: Das illustrierte Flugblatt als Wissensmedium der Frühen Neuzeit. Opladen, Farmington Hills 2001.
- HEREDIA, Edmundo Aníbal: La Guerra de los Congresos: El Pan-Hispanismo contra el Panamericanismo. Córdoba 2007.
- HERING, Rainer: Konstruierte Nation. Der Alldeutsche Verband 1890 bis 1939. Hamburg 2003.
- HERODOT: Historien. Stuttgart 2002
- HERWIG, Holger H.: Germany's Vision of Empire in Venezuela, 1871-1914. Princeton 1986.
- HIRSCHFELD, Gerhard: Der Erste Weltkrieg in der deutschen und internationalen Geschichtsschreibung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte Bd. 29-30 (2004), S. 3-12.
- HOBBSAWM, Eric J.: The Age of Empire, 1875-1914. New York 1989
—: Nationen und Nationalismus. Mythos und Realität seit 1780. Frankfurt a.M., New York 1990.
- HOFFMANN, Katrin: ¿Construyendo una "comunidad"? Theodor Alemann y Hermann Tjarks como voceros de la prensa germanoparlante en Buenos Aires, 1914-1918. In: Iberoamericana Bd. 9, H. 33 (2009), S. 121-137.
- HOLZER, Anton: Die Schlacht der Bilder. Fotografie, Propaganda, Krieg. In: Ludger DERENTHAL, Stefanie KLAMM (Hrsg.): Fotografie im Ersten Weltkrieg. Leipzig 2014, S. 32-41.
- HORNE, John, Alan KRAMER: German atrocities, 1914. A History of Denial. New Haven 2001.
- HÜPPAUF, Bernd: Was ist Krieg? Zur Grundlegung einer Kulturgeschichte des Krieges. Bielefeld 2013.
—: Fotografie im Krieg. Paderborn 2015.
—: Medien des Krieges. In: Niels WERBER (Hrsg.): Erster Weltkrieg. Kulturwissenschaftliches Handbuch. Stuttgart [u.a.] 2014, S. 311-340
- IBOLD, Frank: Die Erfindung Lateinamerikas: Die Idee der Latinité im

- Frankreich des 19. Jahrhunderts und ihre Auswirkungen auf die Eigenwahrnehmung des Südlichen Amerika. In: Hans-Joachim KÖNIG, Stefan RINKE (Hrsg.): *Transatlantische Perzeptionen: Lateinamerika – USA – Europa in Geschichte und Gegenwart*. Stuttgart 1998, S. 77-98.
- JÄGER, Siegfried: *Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse*. In: Reiner KELLER, Andreas HIRSELAND, Werner SCHNEIDER, Willy VIEHÖVER (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*, Opladen 2000, S. 91-124.
- JANZ, Oliver: *14 – Der Große Krieg*. Frankfurt a.M., New York 2013.
- JEISMANN, Michael: *Propaganda*. In: Gerhard HIRSCHFELD, Gerd KRUMEICH, Irina RENZ (Hrsg.): *Enzyklopädie Erster Weltkrieg*. Paderborn [u.a.] 2004, S. 198-209.
- JENKINS WOOD, Jennifer: *Spanish Women Travelers at Home and Abroad, 1850-1920. From Tierra del Fuego to the Land of the Midnight Sun*. Lewisburg, Lanham 2014.
- JOSEPH, Gilbert M., Jürgen BUCHENAU: *Mexico's Once and Future Revolution*. Durham, London 2013.
- KARIS, Tim: *Foucault, Luhmann und die Macht der Massenmedien. Zur Bedeutung massenmedialer Eigenlogiken für den Wandel des Sagbaren*. In: Achim LANDWEHR (Hrsg.): *Diskursiver Wandel*. Wiesbaden 2010, S. 237-254.
- KASAMATSU, Emi: *Historia de la Asociación Panamericana Nikkei. Presencia e inmigración japonesas en las Américas*. Asunción 2005.
- KATZ, Friedrich: *Deutschland, Diaz und die mexikanische Revolution. Die deutsche Politik in Mexiko, 1870 – 1920*. Berlin 1964.
- : *La Guerra Secreta en México*. Mexiko D.F. 2013 [1981].
- KAZAL, Russell A.: *Becoming Old Stock. The Paradox of German-American Identity*. Princeton, Oxford 2004.
- KELLEHER STOREY, William: *The First World War. A Concise Global History*. Lanham [u.a.] 2010.
- KENNEDY, P.M.: *Imperial Cable Communications and Strategy, 1870-1914*. In: *The English Historical Review* Bd. 86, H. 341 (1971), S. 728–752.
- KESTLER, Stefan: *Die deutsche Auslandsaufklärung und das Bild der Ententemächte im Spiegel zeitgenössischer Propagandaveröffentlichungen des Ersten Weltkrieges*. Frankfurt a.M. [u.a.] 1994.
- KLEE, Cornelius: *Die Transocean GmbH*. In: Jürgen WILKE (Hrsg.):

- Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949. München [u.a.] 1991, S. 135-212.
- KLEMPERER, Victor: LTI. Notizbuch eines Philologen. Stuttgart 2010.
- KLOOSTERHUIS, Jürgen: "Friedliche Imperialisten". Deutsche Auslandsvereine und auswärtige Kulturpolitik, 1906 – 1918. 2 Bde. Frankfurt a.M. [u.a.] 1994.
- KOCH, Herbert: Wilhelm Keiper zur Erinnerung aus Anlaß seines 100. Geburtstages. In: Institut für Auslandsbeziehungen Stuttgart. Zeitschrift für Kulturaustausch Bd. 18, H. 4 (1968), S. 321.
- KONERDING, Klaus-Peter: Diskurse, Topik, Deutungsmuster – Zur Komplementarität, Konvergenz und Explikation sprach-, kultur- und sozialwissenschaftlicher Zugänge zur Diskursanalyse auf der Grundlage kollektiven Wissens. In: Ingo H. WARNKE, Jürgen SPITZMÜLLER (Hrsg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. Berlin, New York 2008, S. 117-150.
- KÖNIG, Hans-Joachim: Kleine Geschichte Lateinamerikas. Bonn 2007.
- KOSELLECK, Reinhart: »Erfahrungsraum« und »Erwartungshorizont« - zwei historische Kategorien. In: ders.: Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten. Frankfurt a.M. 2000, S. 349-375.
- KOSZYK, Kurt: Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg. Düsseldorf 1968.
- KRACAUER, Siegfried: Totalitäre Propaganda. Frankfurt a.M. 2013.
- KRAMER, Valentin: Zwischen den Heimaten. Deutsch-argentinische Einwanderervereine in Rosario und Esperanza 1856 – 1933. Bielefeld 2016.
- KRAUZE, Enrique: Redeemers. Ideas and Power in Latin America. New York [u.a.] 2011.
- KREBS KAULEN, Ricardo (Hrsg.): Die Deutschen und die deutsch-chilenische Gemeinschaft in der Geschichte Chiles. Santiago de Chile 2001.
- KRUMPEL, Heinz: Zur Aneignung und Verwandlung des philosophischen Denkens aus dem deutschsprachigen Kulturraum. In: Peter BIRLE, Friedhelm SCHMIDT-WELLE (Hrsg.): Wechselseitige Perzeptionen: Deutschland – Lateinamerika im 20. Jahrhundert. Frankfurt a.M. 2007, S. 15-46.
- KRYZANEK, Michael J.: U.S.-Latin American Relations. Westport [Connecticut], London 2008.
- KUNCZIK, Michael: Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln, Weimar, Wien 1997.

- KUNDRUS, Birthe: *Moderne Imperialisten. Das Kaiserreich im Spiegel seiner Kolonien*. Köln, Weimar, Wien 2003.
- : *Weiblicher Kulturimperialismus. Die imperialistischen Frauenverbände des Kaiserreichs*. In: Sebastian CONRAD, Jürgen OSTERHAMMEL (Hrsg.): *Das Kaiserreich transnational. Deutschland in der Welt 1871-1914*. Göttingen 2004, S. 213-235.
- VAN LAAK, Dirk: *Über alles in der Welt. Deutscher Imperialismus im 19. Und 20. Jahrhundert*. München 2005.
- : *Pionier des Politischen? Infrastruktur als Europäisches Integrationsmedium*. In: Christoph NEUBERT, Gabriele SCHABACHER (Hrsg.): *Verkehrsgeschichte und Kulturwissenschaft. Analysen an der Schnittstelle von Technik, Kultur und Medien*. Bielefeld 2013, S. 165-188.
- LANDWEHR, Achim: *Historische Diskursanalyse*. Frankfurt a.M., New York 2008.
- LANDWEHR, Achim, Stefanie STOCKHORST: *Einführung in die Europäische Kulturgeschichte*. Paderborn [u.a.] 2004.
- LASSWELL, Harold Dwight: *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge [USA], London 1971 [1927].
- LEFEBVRE, Henri: *Rhythmanalysis. Space, Time and Everyday Life*. London 2004.
- LEONHARD, Jörn: *Die Büchse der Pandora. Geschichte des Ersten Weltkriegs*. München 2014.
- : *1917-1920 and the Global Revolution of Rising Expectations*. In: Stefan RINKE, Michael WILDT, Michael (Hrsg.): *Revolutions and Counter Revolutions. 1917 and its Aftermath from a Global Perspective*. Frankfurt a.M., New York 2017, S. 31-54.
- LIEBAU, Heike [et al.] (Hrsg.): *The World in World Wars. Experiences, Perceptions and Perspectives from Africa and Asia*. Leiden, Boston 2010.
- LIEBERT, Tobias: *Persuasion und Propaganda. Eine Einführung*. In: ders. (Hrsg.): *Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation*. Leipzig 1999, S. 7-15.
- LIPPMANN, Walter: *Public Opinion*. New Brunswick, London 1991 [1922].
- LLAIRÓ-RAIMUNDO SIEPE, Montserrat: *La Democracia Radical. Yirigoyen y la Neutralidad 1916–1918*. Buenos Aires 1997.
- LUEBKE, Frederick C.: *Bonds of Loyalty. German Americans and World War I*. DeKalb [Illinois] 1974.
- : *Germans in Brazil. A Comparative History of Cultural Conflict During*

- World War I. Baton Rouge, London 1987.
- : The German Ethnic Group in Brazil: The Ordeal of World War I. In: ders. (Hrsg.): Germans in the New World. Essays in the History of Immigration. Urbana, Chicago 1990.
- LÜGER, Heinz-Helmut: Journalistische Darstellungsformen aus linguistischer Sicht. Untersuchungen zur Sprache der französischen Presse mit besonderer Berücksichtigung des „Parisien libéré“. Freiburg i.Br. 1977.
- MANZ, Stefan: Constructing a German Diaspora. The "Greater German Empire", 1871-1914. New York 2014.
- MARTIN, Guillemette: Vivir el conflicto lejos de los campos de batalla. La comunidad alemana del Perú y la Primera Guerra Mundial. In: Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines Bd. 44, Nr. 2 (2015), S. 259-281.
- MARTIN, Percy Alvin: Latin America and the War. Baltimore 1925.
- MAY, Rüder: Internierung und Leben auf Quiriquina. In: ders. (Hrsg.): Wie der Erste Weltkrieg nach Chile kam. Das Schicksal des Kleinen Kreuzers SMS Dresden, o.O. 2016, S. 216-234.
- MCGEE DEUTSCH, Sandra: Las Derechas. The Extreme Right in Argentina, Brazil and Chile, 1890-1939. Stanford 1999.
- MCPHERSON, Alan: Antiyanquismo: Nascent Scholarship, Ancient Sentiments. In: ders. (Hrsg.): Anti-Americanism in Latin America and the Caribbean. New York, Oxford 2006, S. 1-36.
- MECKE, Jochen: La estética del 98: albores españoles de una modernidad europea transversal. In: ders. (Hrsg.): Discursos del 98. Albores españoles de una modernidad europea. Madrid, Frankfurt a.M. 2010, S. 11-22.
- VON MENTZ, Brígida: Asociaciones del grupo alemán en México. In: dies., Verena RADKAU, Beatriz SCHARRER, Guillermo TURNER R. (Hrsg.): Los pioneros del imperialismo alemán en México. Mexiko D.F. 1992, S. 411-427.
- MESSINGER, Gary S.: The Battle for the Mind. War and Peace in the Era of Mass Communication. Amherst, Boston 2011.
- MILIOPOULOS, Lazaros: Atlantische Zivilisation und transatlantisches Verhältnis. Politische Idee und Wirklichkeit. Wiesbaden 2007.
- MILLS, Sara: Der Diskurs. Begriff, Theorie, Praxis. Tübingen 2007.
- MOGK, Walter: Paul Rohrbach und das »Größere Deutschland«. Ethischer Imperialismus im Wilhelminischen Zeitalter. Ein Beitrag zur Geschichte des Kulturprotestantismus. München 1972.
- MOMMSEN, Wolfgang J.: Imperialismustheorien. Ein Überblick über die neueren Imperialismusinterpretationen. Göttingen 1987.

- MORALES, Salvador E.: *Primera Conferencia Panamericana. Raíces del Modelo Hegemonista de Integración*. Mexiko D.F. 1994.
- MORAÑA, Mabel (Hrsg.): *Ideologies of Hispanism*. Nashville 2005.
- MORROW JR., Hohn H.: *The Great War. An Imperial History*. London, New York 2005.
- MOYANO, Javier: *El concepto de América Latina en el pensamiento de Manuel Ugarte y Deodoro Roca*. In: Aimer GRANADOS, Carlos MARICHAL (Hrsg.): *Construcción des las identidades latinoamericanas. Ensayos de historia intelectual siglos XIX y XX*. Mexiko D.F. 2004, S. 179-202.
- MURUCK, Tanja: *Propaganda und Öffentlichkeit im Ersten Weltkrieg*. Aachen 2004.
- MÜLLER, Wolfgang G.: *Brief*. In: Dieter LAMPING (Hrsg.): *Handbuch der literarischen Gattungen*. Stuttgart 2009, S. 75-83.
- NAGEL, Silke: *Ausländer in Mexiko. Die Kolonien der deutschen und US amerikanischen Einwanderer in der mexikanischen Hauptstadt 1890–1942*. Frankfurt a.M. 2005.
- NASSUA, Martin: "Gemeinsame Kriegsführung. Gemeinsamer Friedensschluß." *Das Zimmermann-Telegramm vom 13. Januar 1917 und der Eintritt der USA in den 1. Weltkrieg*. Frankfurt a.M. 1992.
- NEUBERT, Christoph, Gabriele SCHABACHER: *Verkehrsgeschichte an der Schnittstelle von Technik, Kultur und Medien. Einleitung*“, in: dies. (Hrsg.): *Verkehrsgeschichte und Kulturwissenschaft. Analysen an der Schnittstelle von Technik, Kultur und Medien*. Bielefeld 2013, S. 7-48.
- NEWTON, Ronald C.: *German Buenos Aires, 1900-1933. Social Change and Cultural Crisis*. Austin, London 1977.
- NOVAK TALAVERA, Fabián, Jorge ORTÍZ SOTELO (Hrsg.): *El Perú y la Primera Guerra Mundial*. Lima 2014.
- OBERHAUS, Salvador: "Zum wilden Aufstande entflammen". *Die deutsche Propagandastrategie für den Orient im Ersten Weltkrieg am Beispiel Ägypten*. Saarbrücken 2007.
- OJEDA-EBERT, Gerardo: *Deutsche Einwanderung und Herausbildung der chilenischen Nation (1846-1920)*. München 1984.
- OSTERHAMMEL, Jürgen: *Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts*. München 2009.
- OSTERMANN, Patrick: *Duell der Diplomaten. Die Propaganda der Mittelmächte und ihrer Gegner in Italien während des Ersten Weltkrieges*. Weimar 2000.
- OSTROWSKI, Daniel: *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen*

- weltweit. Theorie und Praxis der deutschen Auslandsöffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden 2010.
- OTERO, Hernán: La Guerra en la Sangre. Los franco-argentinos ante la Primera Guerra Mundial. Buenos Aires 2009.
- : Convocados y voluntarios de la Argentina en la Gran Guerra. In: *Ciencia Hoy* Bd. 24, H. 139 (2014), S. 29-35.
- PADDOCK, Troy R.E.: German Propaganda: The Limits of *Gerechtigkeit*. In: ders. (Hrsg.): *A Call to Arms. Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War*. Westport [Connecticut], London 2004.
- : Introduction. In: ders. (Hrsg.): *World War I and Propaganda*. Leiden, Boston 2014, S. 1-20.
- PANICK, Käthe: La Race Latine. Politischer Romanismus im Frankreich des 19. Jahrhunderts. Bonn 1978.
- DE LA PARRA, Yolanda: La Primera Guerra Mundial y la prensa mexicana. In: *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*, Nr. 10 (1986), S. 155-176.
- PATEL, Kiran Klaus: Überlegungen zu einer transnationalen Geschichte. In: *Zeitschrift für Geschichtswissenschaft* Bd. 52, H. 7 (2004), S. 628-640.
- PÉREZ MONTFORT, Ricardo: El Dr. Arnold Krumm Heller. Un extraño ejemplo de alemán en México. Entre el esoterismo, el nacionalismo y la osmoterapia. In: Brígida VON MENTZ, ders., Renata VON HANFFSTENGEL, Cecilia TERCERO (Hrsg.): *La Comunidad Alemana en la Ciudad de México*. Mexiko D.F. 1999, S. 21-38.
- PIERETH, Wolfgang: Propaganda im 19. Jahrhundert. Die Anfänge aktiver staatlicher Pressepolitik in Deutschland (1800-1871). In: Ute DANIEL, Wolfram SIEMANN (Hrsg.): *Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789-1989*. Frankfurt a.M. 1994, S. 21-43.
- PIKE, Fredrick B.: *Hispanismo, 1898-1936. Spanish Conservatives and Liberals and Their Relationship with Spanish America*. Notre Dame, London 1970.
- PIPER, Ernst: *Nacht über Europa. Kulturgeschichte des Ersten Weltkriegs*. Bonn 2014.
- PLOWMAN, Matthew Erin: Sinn Féin and the Gadar Party in the Indo-German conspiracy of the First World War. In: Tadhg FOLEY, Maureen O'CONNOR (Hrsg.): *Ireland and India. Colonies, Culture and Empire*. Dublin, Portland 2006, S. 233-243.
- PONCE, Javier: Propaganda and Politics: Germany and Spanish Opinion in World War I. In: Troy R.E. PADDOCK (Hrsg.): *World War I and Propaganda*. Leiden, Boston 2014, S. 292-321..

- PRUTSCH, Ursula: Inter-Amerikanismus, Panamerikanismus. Genese – Wahrnehmungen – Konstruktionen. 1850-1930. In: Ursula LEHMKUHL, Stefan RINKE (Hrsg.): *Amerika – Amerikas: Zur Geschichte eines Namens von 1507 bis zur Gegenwart*. Stuttgart 2008, S. 131-150.
- PRUYS, Karl Hugo: Darstellungsformen. In: Kurt KOSZYK, ders. (Hrsg.): *Handbuch der Massenkommunikation*. München 1981, S. 39-42.
- PUSCHNER, Uwe: *Die völkische Bewegung im wilhelminischen Kaiserreich. Sprache – Rasse – Religion*. Darmstadt 2001.
- QUESADA RIVERA, Eugenio: Informar la Gran Guerra desde un periódico local. El caso de El Correo del Atlántico (1914-1917). In: *Historia y Comunicación Social*, Nr. 18 (2013), S. 305-321.
- RAAB, Josef: Pan-Amerikanisches Ideal und US-Amerikanische Vormacht: José Martí's Sicht des "Vecino Formidable". In: Hans Joachim KÖNIG, Stefan RINKE (Hrsg.): *Transatlantische Perzeptionen. Lateinamerika – USA – Europa in Geschichte und Gegenwart*. Stuttgart 1998, S. 139-160.
- RADKAU, Verena: Relaciones Diplomáticas e Injerencia Política. In: Brígida VON MENTZ, Verena RADKAU, Beatriz SCHARRER, Guillermo TURNER R. (Hrsg.): *Los pioneros del imperialismo alemán en México*. Mexiko D.F. 1992, S. 287-330.
- RAMA, Ángel: *La Ciudad Letrada*. Hanover [U.S.A.] 1984.
- RAMÍREZ, José A.: *To the Line of Fire. Mexican Texans and World War I*. Texas 2009.
- RAPHAEL, Lutz: *Imperiale Gewalt und mobilisierte Nation. Europa 1914-1945*. Bonn 2014.
- RAUSCH, Jane M.: Colombia's Neutrality during 1914-1918: An Overlooked Dimension of World War I. In: *Iberoamericana* Bd. 14, H. 53 (2014), S. 103-115.
- REED WINKLER, Jonathan: Information Warfare in World War I. In: *The Journal of Military History* Bd. 72, H. 3 (2009), S. 845-867.
- REIMANN, Aribert: *Der große Krieg der Sprachen. Untersuchungen zur historischen Semantik in Deutschland und England zur Zeit des Ersten Weltkriegs*. Essen 2000.
- RENNICKE, Stefan: *Siemens in Argentinien. Die Unternehmensentwicklung vom Markteintritt bis zur Enteignung 1945*. Berlin 2004.
- REQUATE, Jörg: Die Zeitung als Medium politischer Kommunikation. In: Ute FREVERT, Wolfhag BRAUNGART (Hrsg.): *Sprachen des Politischen. Medien und Medialität in der Geschichte*. Göttingen 2004, S. 139-167.
- RINKE, Stefan: "Der letzte freie Kontinent": Deutsche Lateinamerikapolitik im

- Zeichen transnationaler Beziehungen, 1918-1933. 2 Bde., Stuttgart 1995.
- : Export einer politischen Kultur. Auslandsdeutsche in Lateinamerika und die Weimarer Republik. In: Stefan KARLEN, Andreas WIMMER (Hrsg.): "Integration und Transformation". Ethnische Gemeinschaften, Staat und Weltwirtschaft in Lateinamerika seit ca. 1850. Stuttgart 1996, S. 353-380.
- : Cultura de Masas, Reforma y Nacionalismo en Chile, 1910-1931. Santiago de Chile 2002.
- : Begegnungen mit dem Yankee. Nordamerikanisierung und sozio-kultureller Wandel in Chile (1898 – 1990). Köln [u.a.] 2004.
- : Eine Pickelhaube macht noch keinen Preußen: preußisch-deutsche Militärberater, „Militärethos“ und Modernisierung in Chile, 1886-1973. In: Sandra CARRERAS, Günther MAIHOLD (Hrsg.): Preußen und Lateinamerika. Im Spannungsfeld von Kommerz, Macht und Kultur. Münster 2004, S. 259-284.
- : Kleine Geschichte Chiles. München 2007.
- : Das politische System Chiles. In: Klaus STÜWE, ders. (Hrsg.): Die politischen Systeme in Nord- und Lateinamerika. Eine Einführung. Wiesbaden 2008, S. 138-167.
- : Lateinamerika und die USA: Eine Geschichte zwischen Räumen – von der Kolonialzeit bis heute. Darmstadt 2012.
- : 'Ein Drama der gesamten Menschheit'. Lateinamerikanische Perspektiven auf den Ersten Weltkrieg. In: Geschichte und Gesellschaft, Nr. 40 (2014), S. 287-307.
- : "Ein monströses Attentat gegen die menschliche Kultur". Der Kriegausbruch 1914 in Lateinamerika. In: Jürgen ANGELOW, Johannes GROßMANN (Hrsg.): Wandel, Umbruch, Absturz. Perspektiven auf das Jahr 1914. Stuttgart 2014, S. 29-42.
- : Presentación. In: Iberoamericana Bd. 14, H. 53 (2014), S. 87-66.
- : The Reconstruction of National Identity. German Minorities in Latin America during the First World War. In: Nicola FOOTE, Michael GOEBEL (Hrsg.): Immigration and National Identities in Latin America. Gainesville [u.a.] 2014, S. 160-181.
- : Thunderstorm and Lightning: A First Look at Latin America and the First World War. In: Helmut BLEY, Anorthe KREMERS (Hrsg.): The World during the First World War. Essen 2014, S. 79-88.
- : Im Sog der Katastrophe. Lateinamerika und der Erste Weltkrieg. Frankfurt a.M. 2015.
- : "The Birth Year of Revolutions": Latin American Debates about the

- Global Challenges of 1917-1919. In: ders., Michael WILDT (Hrsg.): *Revolutions and Counter-Revolutions. 1917 and its Aftermath from a Global Perspective*. Frankfurt a.M., New York 2017, S. 201-218.
- RIVERA GARCÍA, Antonio: *El peligro yanqui: La crítica de la civilización norteamericana por el hispanoamericanismo liberal de entreguerras*. In: Daniel ABRALDES (Hrsg.): *Ideas que cruzan el Atlántico: utopía y modernidad latinoamericana*. Madrid 2015, S. 103-142.
- ROLLAND, Denis: *L'Amérique latine et la France. Acteurs et réseaux d'une relation culturelle*. Rennes 2011.
- ROCK, David: *Politics in Argentina, 1890-1930. The Rise and Fall of Radicalism*. Cambridge 1975.
- : *Antecedentes de la derecha argentina*. In: ders., Sandra MCGEE DEUTSCH [et al.] (Hrsg.): *La derecha argentina. Nacionalistas, Neoliberales, Militares y Clericales*. Buenos Aires 2001, S. 23-70.
- ROMERO, José Luis: *La Ciudad Occidental. Culturas urbanas en Europa y América*. Buenos Aires 2009.
- RÖSSNER, Michael (Hrsg.): *Lateinamerikanische Literaturgeschichte*. Stuttgart, Weimar 2002.
- RUHL, Klaus-Jörg, Laura IBARRA GARCÍA: *Kleine Geschichte Mexikos. Von der Frühzeit bis zur Gegenwart*. München 2000.
- RUIZ, Carlos: *Conservantismo y nacionalismo en el pensamiento de Francisco Antonio Encina*. In: Renato CRISTI, ders. (Hrsg.): *El pensamiento conservador en Chile. Seis ensayos*. Santiago de Chile 2015, S. 51-68.
- SANCHO, Jesús Conill: *De la razón pura a la razón vital orteguiana a través de Nietzsche*. In: *Revista de Hispanismo Filosófico*, Nr. 21 (2016), S. 71-93.
- SANDERS, M.L., Philip M. TAYLOR: *Britische Propaganda im Ersten Weltkrieg 1914 – 1918*. Berlin 1980.
- SAN FRANCISCO, Alejandro: *La crítica social nacionalista en la época del centenario (Chile, 1900-1920)*. In: CID, Gabriel, ders. (Hrsg.): *Nacionalismos e identidad nacional en Chile. Siglo XX. Bd. 1*, Santiago de Chile 2010, S. 3-34.
- SAINTE SAUVEUR-HENN, Anne: *Die deutsche Einwanderung in Argentinien (1870-1933): Zur Wirkung der politischen Entwicklung in Deutschland auf die Deutschen in Argentinien*. In: Holger M. MEDING (Hrsg.): *Nationalsozialismus und Argentinien. Beziehungen, Einflüsse und Nachwirkungen*. Frankfurt a.M. [u.a.] 1995, S. 11-30.
- SARASIN, Philipp: *Die Wirklichkeit der Fiktion. Zum Konzept der »imagined communities«*. In: ders. (Hrsg.): *Geschichtswissenschaft und*

- Diskursanalyse. Frankfurt a.M. 2003, S. 150-176.
- SASSE, Heinz Günther: Zur Geschichte des Auswärtigen Amts. In: 100 Jahre Auswärtiges Amt, 1870-1970. Hrsg. vom Auswärtigen Amt. Bonn 1970, S. 23-46.
- SAUNERO-WARD, Verónica: Spanish American Essay. In: Tracy CHEVALIER (Hrsg.): Encyclopedia of the Essay. Chicago, London 1997, S. 797-804.
- SCHAEFER, Jürgen: Deutsche Militärhilfe an Südamerika. Militär- und Rüstungsinteressen in Argentinien, Bolivien und Chile vor 1914. Düsseldorf 1974.
- SCHAHADAT, Schamma: Intertextualität: Lektüre – Text – Intertext. In: Miltos PECHLIVANOS, Stefan RIEGER, Wolfgang STRUCK, Michael WEITZ (Hrsg.): Einführung in die Literaturwissenschaft. Stuttgart, Weimar 1995, S. 366-377.
- SCHLÖGEL, Karl: Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik. München 2003.
- SCHMIDT, Anne: Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914 – 1918. Essen 2006.
- SCHMIDT, Frieder, Elke SOBEK (Hrsg.): Internationale Bibliographie zur Papiergeschichte (IBP), München 2003.
- SCHMIDT, Gunnar: Visualisierungen des Ereignisses. Medienästhetische Betrachtungen zu Bewegung und Stillstand. Bielefeld 2009.
- SCHÖLLGEN, Gregor: Das Zeitalter des Imperialismus. München 2000.
- SCHÖNWALD, Matthias: Nationalsozialismus im Aufwind? Das politische Leben der deutschen Gemeinschaft Argentiniens in den frühen zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts. In: Holger M. MEDING (Hrsg.): Nationalsozialismus und Argentinien. Beziehungen, Einflüsse und Nachwirkungen. Frankfurt a.M. [u.a.] 1995, S. 51-66.
- SCHOONOVER, Thomas: Germany in Central America. Competitive Imperialism, 1821-1929. Tuscaloosa, London 1998.
- SCHRAMM, Martin: Das Deutschlandbild in der britischen Presse 1912-1919. Berlin 2007.
- SCHULER, Friedrich E.: Secret Wars and Secret Policies in the Americas, 1842 – 1929. Albuquerque 2010.
- SCHULZ, Winfried: Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. In: Elisabeth NOELLE NEUMANN, ders., Jürgen WILKE (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik – Massenkommunikation. Frankfurt a.M. 2004, S. 517-545.
- SCHRÖTER, Bernd: Die Anfänge der preußischen Diplomatie in Südamerika.

- In: Sandra CARRERAS, Günther MAIHOLD (Hrsg.): Preußen und Lateinamerika. Im Spannungsfeld von Kommerz, Macht und Kultur. Münster 2004, S. 93-104.
- SEGRETI, Carlos S.A.: José Félix Uriburu y la llamada "germanización" del Ejército Argentino. In: Boletín de la Academia Nacional de la Historia Bd. 68-69 (1995-1996), S. 115-121.
- SEPÚLVEDA, Isidro: La familia hispanoamericana. Visión y reinención de América desde la España del siglo XX. In: Ana LUENGO, Sabine SCHLICKERS (Hrsg.): La reinención de Latinoamérica. Enfoques interdisciplinarios desde las dos orillas. Frankfurt am Main [u.a.] 2012, S. 11-34.
- : Hispanismo e Hispanofobia en el Nacionalismo del México Revolucionario. In: Cuadernos Americanos Bd. 1, Nr. 61 (1997), S. 58-88.
- SIEPE, Raimundo: Yrigoyen, la Primera Guerra Mundial y las relaciones económicas. Buenos Aires 1992.
- SIGNORIO L., Chantal (Hrsg.): Chile en un mundo que cambia. "El Mercurio" 1911-1920. Santiago de Chile 2007.
- SINNO, Abdel-Raouf: The Role of Islam in German Propaganda in the Arab East during the First World War: Aims, Means, Results and Local Reactions. In: Olaf FARSCHID, Manfred KROPP, Stephan DÄHNE (Hrsg.): The First World War as remembered in the Countries of the Eastern Mediterranean. Würzburg [u.a.] 2006, S. 391-414.
- SORNIG, Karl: Some Remarks on Linguistic Strategies of Persuasion. In: Ruth WODAK (Hrsg.): Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse. Amsterdam, Philadelphia 1989, S. 95-114.
- STEBER, Martina, Riccardo BAVAJ: Germany and ‚the West‘. The Vagaries of a Modern Relationship. In: dies. (Hrsg.): Germany and ‚the West‘. The History of a Modern Concept. New York, Oxford 2015, S. 1-37.
- STEUTER, Erin, Deborah WILLS: At War with Metaphor. Media, Propaganda, and Racism in the War on Terror. Lanham 2008.
- ZU STOLBERG-WERNIGERODE, Otto Graf zu: Hammann, Otto. In: Neue Deutsche Biographie 7 (1966), S. 589-591.
- STRACHAN, Hew: The First World War in Africa. Oxford, New York 2004.
- : Der Erste Weltkrieg. Eine neue illustrierte Geschichte. München 2009.
- : The First World War as a global war. In: First World War Studies Bd. 1, H. 1 (2010), S. 3-14.
- STREETER, Michael: South America and the Treaty of Versailles. London 2010.

- STREETS-SALTER, Heather: *World War One in Southeast Asia. Colonialism and anticolonialism in an era of global conflict*. Cambridge, New York 2017.
- STRECKERT, Jens: *Die Hauptstadt Lateinamerikas. Eine Geschichte der Lateinamerikaner im Paris der Dritten Republik (1870-1940)*. Köln 2013.
- SZIR, Sandra M.: *De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX*. Colección Biblioteca Nacional. In: Marcelo GARABEDIAN, dies., Miranda LIDA (Hrsg.): *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*. Buenos Aires 2009, S. 53-75.
- TATO, María Inés: *Viento de Fronda. Liberalismo, conservadurismo y democracia en la Argentina, 1911–1932*. Buenos Aires 2004.
- : *La disputa por la argentinidad. Rupturistas y neutralistas durante la Primera Guerra Mundial*. In: *Temas de historia argentina y americana*, Nr. 13 (2008), S. 227-252.
- : *Nacionalismo e internacionalismo en la Argentina durante la Gran Guerra*. In: *Proyecto Historia*, Nr. 36 (2008), S. 49-62.
- : *La contienda europea en las calles porteñas. Manifestaciones cívicas y pasiones nacionales en torno de la Primera Guerra Mundial*. In: dies., Martín O. CASTRO, (Hrsg.): *Del centenario al peronismo. Dimensiones de la vida política argentina*. Buenos Aires 2010, S. 33-64.
- : *Contra la corriente. Los intelectuales germanófilos argentinos frente a la Primera Guerra Mundial*. In: *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas* Bd. 49 (2012), S. 205-224.
- : *La Gran Guerra en la historiografía argentina. Balance y perspectivas de Investigación*. In: *Iberoamericana* Bd. 14, H. 53 (2014), S. 91-102.
- : *Luring Neutrals. Allied and German Propaganda in Argentina during the First World War*. In: Troy R.E. PADDOCK (Hrsg.): *World War I and Propaganda*. Leiden, Boston 2014, S. 322-344.
- : *Neutralismos transatlánticos. España en el imaginario de los neutralistas argentinos durante la Primera Guerra Mundial*. In: Ángeles CASTRO MONTERO, Nadia CRISTÓFORIS (Hrsg.): *Entre Europa y América: Circulación de Ideas y Debates entre las dos Guerras Mundiales*. Buenos Aires 2014, S. 41-48.
- : *Una sociedad movilizada: la Argentina y la Primera Guerra Mundial*. In: *Ciencia Hoy* Bd. 24, H. 139 (2014), S. 15-20.
- : *Global Moments, Local Impacts: Argentina at the Critical Juncture of 1917*. In: Stefan RINKE, Michael WILDT (Hrsg.): *Revolutions and Counter-Revolutions. 1917 and its Aftermath from a Global Perspective*.

- Frankfurt a.M., New York 2017, S. 219-234
- : *La trinchera austral. La sociedad argentina ante la Primera Guerra Mundial.* Rosario 2017.
- TEIXEIRA VINHOSA, Francisco Luiz: *O Brasil e a Primeira Guerra mundial. A diplomacia brasileira e as grandes potências.* Rio de Janeiro 1990.
- THIER, Maike: *A World Apart, a Race Apart?*. In: Axel KÖRNER, Nicola MILLER, Adam I.P. SMITH (Hrsg.): *America Imagined. Explaining the United States in Nineteenth-Century Europe and Latin America.* New York 2012, S. 161-190.
- TOBLER, Hans Werner: *Die mexikanische Revolution.* Frankfurt a.M. 1988.
- TOBLER, Hans Werner, Peter WALDMANN: *German Colonies in South America: A New Germany in the Cono Sur?* In: *Journal of Interamerican Studies and World Affairs* Bd. 22, H. 2 (1980), S. 227-245.
- TORP, Cornelius: *Erste Globalisierung und deutscher Protektionismus.* In: Sven Oliver MÜLLER, ders. (Hrsg.): *Das Deutsche Kaiserreich in der Kontroverse.* Göttingen 2009, S. 422-440.
- UEDING, Gert: *Klassische Rhetorik.* München 2011.
- ULRICH, Bernd: *Krieg der Nerven, Krieg des Willens.* In: Niels WERBER (Hrsg.): *Erster Weltkrieg. Kulturwissenschaftliches Handbuch.* Stuttgart [u.a.] 2014, S. 232-258.
- VEGA JIMÉNEZ, Patricia: *¿Especulación desinformativa? La Primera Guerra Mundial en los periódicos de Costa Rica y el Salvador.* In: *Mesoamérica* Bd. 30, H. 51 (2009), S. 94-122.
- : *La guerra como espectáculo mediático. La prensa centroamericana en la Gran Guerra (1917).* In: *Historia y Comunicación Social*, Nr. 17 (2013), S. 43-61.
- : *Guerra, prensa y manipulación informativa: La prensa de Costa Rica y El Salvador en el segundo semestre de la Primera Guerra Mundial.* In: Rosa María VALLES RUIZ, Rosa María GONZÁLEZ VICTORIA, dies. (Hrsg.): *La Prensa. Un actor sempiterno de la Primera Guerra Mundial a la Posmodernidad.* Mexiko D.F. 2014, S. 15-90.
- VERHEY, Jeffrey: *Ideen von 1914.* In: Gerhard HIRSCHFELD, Gerd KRUMEICH, Irina RENZ (Hrsg.): *Enzyklopädie Erster Weltkrieg.* Paderborn [u.a.] 2004, S. 568-569.
- WAGNER, Regina: *Los alemanes en Guatemala, 1828-1944.* Guatemala 1991.
- WAIBL-STOCKNER, Jasmin: *"Die Juden sind unser Unglück". Antisemitische Verschwörungstheorien und ihre Verankerung in Politik und Gesellschaft.* Wien, Berlin 2009.

- WALKENHORST, Peter: Nation – Volk – Rasse. Radikaler Nationalismus im Deutschen Kaiserreich 1890-1914. Göttingen 2007.
- WALSH, J.K. Michael, Andrekos VARNAVA (Hrsg.): Australia and the Great War. Identity, Memory and Mythology. Melbourne 2016.
- WEBER, Gaby: 'Krauts' erobern die Welt. Der deutsche Imperialismus in Südamerika. Hamburg 1982.
- WEHLER, Hans-Ulrich: Deutsche Gesellschaftsgeschichte. Bd. 4: Vom Beginn des Ersten Weltkriegs bis zur Gründung der beiden deutschen Staaten. Bonn 2009.
- WEIDENFELLER, Gerhard: VDA. Verein für das Deutschtum im Ausland. Allgemeiner Deutscher Schulverein (1881-1918). Ein Beitrag zur Geschichte des deutschen Nationalismus und Imperialismus im Kaiserreich. Bern, Frankfurt a.M. 1976.
- WEINMANN, Ricardo: Argentina en la Primera Guerra Mundial. Neutralidad, transición política y continuismo económico. Buenos Aires 1994.
- WELCH, David: Germany, Propaganda, and Total War, 1914-1918. The Sins of Omission. London 2000.
- WENGELER, Martin: Topos und Diskurs. Tübingen 2003.
- WIESING, Lambert: Was sind Medien? In: Stefan MÜNKER, Alexander ROESLER (Hrsg.): Was ist ein Medium? Frankfurt a.M. 2008, S. 235-248.
- WINSECK, Dwayne Roy, Robert M. PIKE: Communication and Empire. Media, Markets, and Globalization, 1860–1930. Durham [u.a.] 2007.
- WILKE, Jürgen: Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg: Die Zentralstelle für den Auslandsdienst. In: Siegfried QUANDT, Horst SCHICHTEL (Hrsg.): Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis. Gießen 1993, S. 95-157.
- WINTER, Rainer: Stuart Hall: Die Erfindung der Cultural Studies. In: Stephan MOEBIUS, Dirk QUADFLIEG (Hrsg.): Kultur. Theorien der Gegenwart. Wiesbaden 2006, S. 469-481.
- WÜSTENBECKER, Katja: Deutsch-Amerikaner im Ersten Weltkrieg. US-Politik und nationale Identitäten im Mittleren Westen. Stuttgart 2007.
- YANKELEVICH, Pablo: La Diplomacia Imaginaria. Argentina y la Revolución Mexicana 1910-1916. Mexiko D. F. 1994.
- : La Revolución Mexicana en América Latina. Intereses políticos e itinerarios intelectuales. Mexiko D.F. 2003.
- YOUNG, George F.: Germans in Chile. Immigration and Colonization, 1849–1914. New York 1974.
- ZILLY, Berthold: Nachwort. In: Domingo Faustino SARMIENTO: Barbarei und

- Zivilisation. Das Leben des Facundo Quiroga. Frankfurt a.M. 2007, S. 421-446.
- ZÜRCHER, Erik-Jan (Hrsg.): Jihad and Islam in World War I. Studies on the Ottoman Jihad at the Centenary of Snouck Hurgronje's "Holy War Made in Germany". Leiden 2016.
- ZWEIG, Stefan: Die Welt von Gestern. Erinnerungen eines Europäers. Köln 2013.

SONSTIGE QUELLEN

Online-Quellen

- GUMUCIO RIVAS, Rafael Luis: ¿Raza chilena? In: El Clarín, Santiago de Chile, 08.03.2018, online abrufbar unter <http://www.elclarin.cl/web/opinion/cronicas-de-un-pais-anormal/25163-raza-chilena.html> (zuletzt abgerufen am 10.05.2018).
- JANZ, Oliver: Der Erste Weltkrieg als globaler Krieg. In: Thyssen Lectures III – The Great War Beyond National Perspectives /Ulusal Perspektiflerin Ötesinde Harb-ı Umumî. Pera-Blätter, H. 31 (2016), online abrufbar unter http://www.perspectivia.net/publikationen/pera-blaetter/31/janz_weltkrieg (zuletzt abgerufen am 03.04.2018).
- NÜBEL, Christoph: Neue Forschungen zur Kultur- und Sozialgeschichte des Ersten Weltkriegs. Themen, Tendenzen, Perspektiven. In: H-Soz-Kult, 08.07.2011, online abrufbar unter <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/index.asp?id=1114&view=pdf&pn=forum&type=forschungsberichte> (zuletzt abgerufen am 04.04.2018).
- NÜTZENADEL, Alexander: Globalisierung und transnationale Geschichte. In: Connections. A Journal for Historians and Area Specialists, 23.02.2005, online abrufbar unter <https://www.connections.clio-online.net/article/id/artikel-583> (zuletzt abgerufen am 07.05.2018).
- RINKE, Stefan: „Propaganda War (Latin America). In: 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, Hrsg. von Ute Daniel,

Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, Freie Universität Berlin 14.01.2015, online abrufbar unter https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_war_latin_america (zuletzt abgerufen am 05.04.2018).

TATO, María Inés: Press (Latin America). In: 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, Hrsg. von Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, Freie Universität Berlin, Berlin 08.01.2014, online abrufbar unter https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/press_latin_america (zuletzt abgerufen am 05.04.2018).

Vorträge

MARCILHACY, David: Raza, Imperio e Hispanidad: el hispanoamericanismo en la ofensiva ideológica de las derechas españolas (1914-1936). Vortrag gehalten auf dem Internationalen Kolloquium Hispanismos y Nacionalismos en América Latina y España (Primera Mitad del Siglo XX) im Colegio de México, Mexiko D.F., am 29.09.2014.

APPENDIX 1

Deutsche Propagandazeitungen und -zeitschriften aus Lateinamerika (Ausschnitt)

Name	Erscheinungsort	Herausgeber/Besitzer	Erscheinungszeitraum
La Unión	Buenos Aires	Hermann Tjarks	31.10.1914 – 1923
Germania	Buenos Aires	Eduardo Retienne	01.06.1915 – 16.05.1916
Boletín Germánico	Buenos Aires	Werner Heffter	09.1914 – 11.1914
La Gaceta de España	Buenos Aires	Julio Cola	-
La Bandera Otomana	Buenos Aires	-	-
La Verdad/El Debate	Montevideo	Centro Germania	-
La Revista del Pacífico	Santiago de Chile	Paul Oestreich	01.02.1913/26.10.1914 – ???
La Gaceta Militar	Santiago de Chile	Heraclio Fernández	08.08.1914 -
La Gaceta de Chile	Santiago de Chile	Heraclio Fernández	07.08.1915 – 21.07.1916
El Tiempo Nuevo	Santiago de Chile	Heraclio Fernández	12.1916 – 28.11.1918
El Submarino	Santiago de Chile	Otto Jacobitz	14.07.1917 – 16.11.1918
Simplicísimo	Santiago de Chile	Jorge Peña Castro	30.04.1915 – ????
Eco de la Guerra	Punta Arenas	-	-
El Demócrata	Mexiko D.F.	Rafael Martínez	Ab 1916 deutschfreundliche Berichterstattung.
El Boletín de la Guerra	Mexiko D.F.	Manuel León Sánchez	08.1914 – 31.12.1918
El Mundo	Mexiko D.F.	Rafael Martínez	1917 – ????
El Cronista	Managua	-	-
El Eco Universal	Managua	-	-
El Eco Alemán ¹²⁰¹	Guatemala-Stadt	H. Schnitzler	01.09.1914
La República	Guatemala-Stadt	-	-
La Esfera	Guatemala-Stadt	-	-
El Heraldo Alemán	El Salvador	Juan Schilling	16.01.1915 – ???
El Correo del Atlántico ¹²⁰²	Cartago (Costa Rica)	-	23.11.1914 – 29.09.1917
El Eco Alemán	Caracas	-	-
La Unidad	Bogotá	Laureano Gómez	-

¹²⁰¹ *El Eco Alemán*, *La República* und *La Esfera* erwähnt bei Thomas Schoonover: *Germany in Central America. Competitive Imperialism, 1821-1929*. Tuscaloosa, London 1998, S. 156.

¹²⁰² Eugenio Quesada Rivera: *Informar la Gran Guerra desde un periódico local. El caso de El Correo del Atlántico (1914-1917)*. In: *Historia y Comunicación Social*, Nr. 18 (2013), S. 305-321.

La Guerra Gráfica ¹²⁰³	Lima	Hermann Seer	11.1914 – ???
La Vanguardia	La Paz	-	11.1914 – ???
El Ecuatoriano	Guayaquil	Roberto Conejo	-

APPENDIX 2

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AA	Auswärtiges Amt
DAC	Deutsch-Argentinischer Centralverband, Berlin
DBH	Deutsch-Brasilianischer Handelsverband, Berlin
DLPZ	Deutsche La Plata Zeitung, Buenos Aires
DSI	Deutsch-Südamerikanisches Institut, Aachen
DÜ	Syndikat Deutscher Überseedienst
DWSM	Deutscher Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika, Berlin
DWV	Deutscher Wissenschaftlicher Verein, Buenos Aires
IAG	Ibero-Amerikanische Gesellschaft e.V., Hamburg
IAV	Ibero-Amerikanischer Verein, Hamburg
NDLSPZ	Nachrichtendienst für die Länder spanischer und portugiesischer Zunge, Frankfurt a.M.
OHL	Oberste Heeresleitung
TO	Transocean GmbH
UCR	Unión Cívica Radical
UfA	Universum Film
WTB	Wolff's Telegraphisches Büro, Berlin
ZfA	Zentralstelle für Auslandsdienst, Berlin

¹²⁰³ Martin, Guillemette: Vivir el conflicto lejos de los campos de batalla. La comunidad alemana del Perú y la Primera Guerra Mundial. In: Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines Bd. 44, Nr. 2 (2015), S. 259-281.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1	Karikatur <i>Barroetaveña, Crítica, Argentina y Cía</i>	S. 110
Abb. 2	Fotografie der Zeitungsjungen der <i>Unión</i>	S. 113
Abb. 3	Gezeichnete Weltkarte	S. 155
Abb. 4	Karikatur <i>Una Asamblea en Londres</i>	S. 210
Abb. 5	Karikatur <i>La Ciudad de Valdivia</i>	S. 271