

Der Beginn des Großen Krieges in der Bildpresse

von Ulrich Keller

In der öffentlichen Diskussion um den Ersten Weltkrieg hat seit Ende des 20. Jahrhunderts ein Gedächtnis- und Trauerdiskurs die Oberhand gewonnen. An die Stelle von Schuldzuweisungen an die einstigen Gegner ist die Frage getreten: Wie war es möglich, dass sich vor 100 Jahren die reichsten und mächtigsten Nationen der Welt über Nacht in einen barbarischen Krieg stürzten, der eine ganze Generation junger Männer im Granatenhagel verbluten ließ und unsägliches Leiden über die darbenenden Zivilbevölkerungen brachte?

Zu den Erklärungsmustern gehört neuerdings die etwas oberflächliche, aber nicht ganz falsche Behauptung, dass es sich um den ersten „Medienkrieg“ der Geschichte gehandelt habe.¹ In der Tat wird niemand bezweifeln, dass der Zeitungspresse im zunehmend „totalen“, alle gesellschaftlichen Reserven ausschöpfenden Kriegsgeschehen eine entscheidende Rolle bei der Mobilisierung der Kräfte und Mentalitäten zufiel, ohne welche der europäische Suizid schnell ein Ende gefunden hätte. Entsprechend sind „Zensur“ und „Propaganda“ zu viel diskutierten Forschungsthemen geworden – doch merkwürdigerweise hat man sich kaum für die Bildpresse interessiert, obwohl sie alle sozialen Schichten erreichte, gerade auch diejenigen, die mit schriftlichen Mitteln nicht anzusprechen waren. Für das heute kaum noch begreifliche „Durchhalten“ trotz der unerbittlich steigenden Opferzahlen waren die Bildmedien mit ihrer stärker emotional denn rational wirksamen Rhetorik vielleicht bereits wichtiger als das, was der Buchstabendruck lieferte. Doch nur der Film ist Gegenstand eingehender Forschungen geworden, wogegen die Pressefotografie nur marginale Beachtung fand. Bildzeitungen wurden so gut wie gänzlich ignoriert, obwohl sie angesichts der Kurzatmigkeit und narrativen Unbehilflichkeit der frühen Wochenschauen sicher das Bildmedium mit der nachhaltigsten Massenwirkung waren, bis epische Filmerzählung im Stil des britischen Somme-Films in Mode kam.² Die Widerwilligkeit gegen ernstliche Beschäftigung mit den Kriegssillustrierten hat wohl mit der bis heute nachwirkenden Desillusionierung der europäischen Gesellschaften zu tun, die in den 1920er Jahren allmählich erfuhren, wie schrecklich der Krieg tatsächlich und wie viel Horror aus der Presse wegzensiert worden war.³ Kaum davon zu trennen ist aber auch der Faktor des enttäuschten Voyeurismus: Men-

- 1 So etwa Gerhard Paul: *Bilder des Krieges, Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges*, München 2004, S. 105.
- 2 Unter den ganz wenigen ernsthaften Forschungsbeiträgen zum Phänomen Bildberichterstattung im Ersten Weltkrieg sind vor allem zu nennen: Gerd Krumeich: *Kriegsfotografie zwischen Erleben und Propaganda. Verdun und die Somme in deutschen und französischen Fotografien des Ersten Weltkriegs*, in: Ute Daniel, Wolfram Siemann (Hrsg.): *Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung (1789–1989)*, Frankfurt a.M. 1994, S. 117-132 (kursorische Diskussion von Weltkriegsfotos in Illustrierten und Büchern); sowie: Thilo Eisermann: *Pressephotographie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich*, Hamburg 2000 (statistische Auszählung von Bildmotiven nach thematischen Kategorien).
- 3 Um einige Titel dieses decouvrierenden Buchgenres der Nachkriegszeit zu nennen: Ernst Friedrich: *Krieg dem Kriege*, Berlin 1914; Ernst Jünger: *Das Antlitz des Weltkrieges. Fronterlebnis-*

schen, die an die spannende mediale Vermarktung von Krieg in epischen Bildreportagen und Hollywood-Filmen gewöhnt sind, würden sich für die Illustrierten des Ersten Weltkriegs wohl auch dann kaum stärker interessieren, wenn sie weniger rigoros zensiert worden wären, denn es fehlte ihnen noch die ästhetische Frisierung, die später zur Norm der Bildreportage werden sollte.⁴

Zugegeben, es gibt eine ganze Reihe populärer Bilderbücher zum Verlauf des Ersten Weltkriegs, doch kein einziges stützt sich zu mehr als 10% auf das Bildreportage-Material, das in den Kriegsjahren publiziert wurde und die nationalen Mentalitäten prägte. Derartige Bildbände basieren auf privaten Sammlungen, staatlichen Archiven, kommerziellen Bildagenturen und anderen Quellen, die in der Kriegszeit meist gar nicht öffentlich verfügbar waren, wie z.B. auch militärische Aufklärungsfotos und Amateur-Schnappschüsse. Selbst vom Angebot zeitgenössischer Bildagenturen ist während des Kriegs nur wenig im Druck erschienen und öffentlich relevant geworden. So kommt es, dass der Weltkrieg heute nicht nur in populären Bildbänden, sondern auch in der Forschungsliteratur anhand von sozusagen posthumen Bildquellen abgehandelt wird, die zwar wichtige Einsichten vermitteln können, aber seinerzeit nicht bekannt waren und daher keine Geschichte machen konnten.⁵

Wer sich heute mit historischem Bildmaterial befasst, geht meist noch immer von der zwar berechtigten und ergiebigen, aber doch sehr schmalspurigen Frage aus, welche historischen Tatsachen, welche einstige Wirklichkeit ein gegebenes Bild „spiegelt“. Aber Bildreportagen, die im Kriegsverlauf publiziert wurden und diesen gezielt zu beeinflussen versuchten, sind keine Spiegelungen „von“, sondern Eingriffe „in“ die Geschichte. Parallel zum Grabenkrieg lief ein Medienkrieg, der Kriegsausgang und Friedensregelung wesentlich mitbestimmte, aber in seiner bildjournalistischen Dimension bislang höchstens fragmentarisch wahrgenommen worden ist.

Tendenziell funktioniert Wissen durch Bilder anders als Wissen durch Texte. Wer in historischen Bildern nach neuen Daten und Fakten fahndet, findet sich oft enttäuscht – denn was man da sieht, scheint zumindest auf den ersten Blick immer schon aus der Geschichtsschreibung bekannt zu sein. Aber indem Bilder vergangene historische Situationen schnell erfassbar zurückrufen, regen sie zu starken imaginativen Reaktionen und Identifikationen an, produzieren ein bewegendes, emotionales Wissen und führen zu einer neuen Gewichtung der

se deutscher Soldaten, Berlin o.J.; Hermann Rex: Der Weltkrieg in seiner rauen Wirklichkeit, Oberammergau 1926; Kamerad im Westen. Ein Bericht in 221 Bildern, Frankfurt a.M. 1930. Vgl. dazu Dora Apel: Cultural Battlegrounds. Weimar Photographic Narratives of War, in: *New German Critique* 76 (1999), S. 49-84; sowie Sandra Oster: Das Gesicht des Krieges. Der Erste Weltkrieg im Foto-Text-Buch der Weimarer Republik, in: *Fotogeschichte* 30 (2010), H. 116, S. 23-42.

4 Zu der stilistischen Weiterentwicklung der Fotoreportage zwischen dem Ersten und Zweiten Weltkrieg vgl. Ulrich Keller: Fotografie und Begehren. Der Triumph der Bildreportage im Medienwettbewerb der Zwischenkriegszeit, in: Annelie Ramsbrock, Annette Vowinckel u.a. (Hrsg.): *Fotografien im 20. Jahrhundert. Verbreitung und Vermittlung*, Göttingen 2013, S. 129-174.

5 Vgl. z.B.: Christian Zentner: *Illustrierte Geschichte des Ersten Weltkriegs*, München 1980; John Keegan: *The First World War. An Illustrated History*, London 2002; Hedley Paul Willmott: *World War I*, London 2003; Bruno Cabanes, Anne Duménil (Hrsg.): *Larousse de la Grande Guerre*, Paris 2007; Ian Westwell: *The Ultimate Illustrated History of World War I*, London 2009; Markus Pöhlmann, Harald Protempa u.a. (Hrsg.): *Der Erste Weltkrieg 1914–1918. Der deutsche Aufmarsch in ein kriegerisches Jahrhundert*, München 2014.

Ereignisse. Ein Beispiel unter vielen ist die englische Blockade aller Lebensmittelimporte nach Deutschland: Dass diese völkerrechtswidrige Terrormaßnahme Opfer in der Größenordnung von mehreren hunderttausend Menschenleben in den deutschsprachigen Ländern forderte, wird zwar fußnotenartig in vielen Kriegsgeschichten angemerkt, ist aber gebildeten Mitteleuropäern heute nicht geläufig – besser als Texte können die Bildexzerpte aus den zeitgenössischen Illustrierten daraus ein aktives, weil emotional virulentes Wissen und Gedenken machen (vgl. Abb. 1).⁶ Ein anderer Krieg, ein anderes Wissen: Das hat die Lektüre der Bildreportagen des Weltkriegs zu bieten, wenn man beginnt, sie als historisches Quellenmaterial ernst zu nehmen.

Ehe konkrete Bildbeispiele aus den ersten Kriegsmonaten in den Blick genommen werden, empfiehlt es sich, eine heute nicht mehr verstandene Eigenart der bildlichen Kriegsberichterstattung von 1914–1918 zu thematisieren, nämlich das, was man ihre mediale Zweigleisigkeit nennen könnte. In vielen Kriegstillustrierten war die Fotografie keineswegs schon zum einzigen und ausschließlichen Bildmedium aufgestiegen; vielmehr spielte die künstlerische Illustrationsgrafik noch eine große Rolle, und gerade die Formulierung der wichtigsten Bildbotschaften blieb meist der Grafik überlassen. Aus heutiger Perspektive ist das befremdlich, denn damit ein Pressebild für uns glaubhaft ist, muss es fotografische Authentizität und Genauigkeit aufweisen. Dabei übersieht man meist, dass Fix- und Filmkameras die historischen Abläufe kaum weniger fiktionalisieren und ideologisieren als der Stift und der Pinsel der Illustrierten: Die angebliche Authentizität der Kamera ist nur eine Illusion. Niemand wird z.B. behaupten wollen, dass – um ein modernes Beispiel zu nennen – die Reportage zum Koreakrieg, die „Life“ am 25. Dezember 1950 publizierte (Abb. 2), etwas anderes ist als die romanhafte Aufbereitung von Kriegsereignissen, deren tatsächliche Umstände völlig im Dunkeln bleiben.

Unter Kriegsbedingungen und den entsprechenden Zensur- und Propagandazwängen war eine solche Aufladung für die Bildpresse immer eine nationale Pflicht; das Kriegsgeschehen musste nicht sachlich genau aufgezeichnet, sondern emotional wirksam erklärt und glorifiziert werden. Dass die Pressefotografie im Ersten Weltkrieg noch nicht zum allein herrschenden Bildmedium aufstieg, hat damit zu tun, dass sie noch nicht mit der später von „Life“ bewiesenen Virtuosität an die Fiktionalisierung und Narrativierung des historischen Geschehens herantrat. 1914–1918 fehlte dazu noch das bahnbrechende Vorbild des Spielfilms; Pressefotos hatten vorwiegend trocken-aufzeichnenden Charakter und konnten die geforderte propagandistische Aufladung nur selten leisten. Wo es um die Legitimierung des Kriegs ging, mithin nationale Ideologien und Symbole zu artikulieren waren, hat die Bildpresse daher fast immer gemalte, statt fotografische Illustrationen ins Feld geführt.⁷

Wie später im Koreakrieg gab es auch im Ersten Weltkrieg schon eine bildliche Stahlhelm-Mystik. Das Motiv von Soldaten, die emotional intensiv aus dem Schatten ihrer Stahlhelme hervorblicken, kommt z.B. schon Mitte 1918 in der „Leipziger Illustrierten Zeitung

6 Zur „Hungerblockade“ vgl. u.a. C. Paul Vincent: *The Politics of Hunger. The Allied Blockade of Germany, 1915–1919*, Athens, OH 1985; Anne Roerkohl: *Hungerblockade und Heimatfront. Die kommunale Lebensmittelversorgung in Westfalen während des Ersten Weltkrieges*, Stuttgart 1991; Robert K. Massie: *Castles of Steel. Britain, Germany, and the Winning of the Great War at Sea*, New York, NY 2003, S. 503-527.

7 Vgl. hierzu ausführlicher: Ulrich Keller: *Der Weltkrieg der Bilder. Organisation, Zensur und Ästhetik der Bildreportage 1914–1918*, in: *Fotogeschichte* 33 (2013), H. 130, S. 5 ff., hier S. 15 ff.

(LIZ)“ vor (Abb. 3). Das deutsche Heer befand sich damals in einer Abwehrschlacht gegen numerisch und materiell enorm überlegene Feinde. Der deutsche Stahlhelm wurde dabei zum visuellen Kernsymbol der Durchhalteideologie, spielte auf Kriegsleihe-Plakaten eine große Rolle und wurde auch auf dem hier gezeigten Titelbild effektiv eingesetzt: Mit fanatisch-gläubigem Blick trägt der vorderste Soldat seinen Helm wie eine Monstranz in den Kampf. Wie wenig konkurrenzfähig die Kamera mit ikonisch derart aufgeladenen künstlerischen Kompositionen war, geht aus einem etwa gleichzeitigen fotografischen Coverbild der „Wochenschau“ hervor (Abb. 4): Auch hier helmbewehrte Kämpfer, aber in steif gestellten Posen. Brav der Kamera-Regie folgende Landser führen vor, welchen Stahlschutz sie in den Gräben anlegen – von einer eigentlichen Handlung, geschweige denn einem Ethos fehlt dagegen jede Spur: Das überstieg weniger die Technik als das Technikverständnis der Fotografen, die ihr Medium noch als prinzipiell aufzeichnendes statt interpretierendes handhabten.

Diese mediale Zweigleisigkeit wird heute selten bemerkt und nie verstanden. Mit unserer Fixierung auf die angebliche Authentizität der Fotografie ist uns die Illustrationsgrafik völlig aus dem Blick geschwunden – bedauerlicherweise. Die mentalitätsformende, geschichtsprägende Rolle der Weltkriegsillustrierten bleibt unverstanden, wenn man einen hohen Prozentsatz des Abbildungsmaterials, und zwar gerade das ideologisch eloquenteste Material, von vornherein von der Betrachtung ausschließt.

Noch eine zweite Vorbemerkung ist unerlässlich. Wo Pressebilder des Weltkriegs in den Blick genommen werden, wird fast durchgehend der journalistische Kontext ignoriert. Pressebilder traten aber dem zeitgenössischen Leser nie als isolierte Einzelbilder entgegen, sondern immer mit Schlagzeilen und Legenden versehen, oft mit weiteren Bildern konfiguriert und in ein komplexes Layout integriert. Löst man einzelne Bilder aus dem Originalkontext heraus, geht ein Großteil ihrer semantischen Bandbreite verloren. Um ein Beispiel aus vielen herauszugreifen: Im Mai 1915 versenkte ein deutsches U-Boot die „Lusitania“ mit 2 000 Zivilpersonen an Bord, von denen 1 200 ertranken. Wahrscheinlich ahnte der U-Bootkommandant nicht, was er anrichtete, aber indem er Torpedos abfeuerte, ohne aufzutauchen und zu überprüfen, ob es sich bei dem riesigen Linienschiff um ein legitimes militärisches Ziel handelte, beging er ein Kriegsverbrechen, das beinahe die damalige amerikanische Neutralität beendet hätte.⁸ „War Illustrated“, eine populäre britische Illustrierte, brachte ein Foto von der Bestattung einiger Opfer (Abb. 5), und dieser Schnappschuss erfuhr im Kontext des Propagandakriegs gegen Deutschland eine scharfe emotionale Zuspitzung mit hetzerischen Bild- und Textbeifügungen, welche die „Lusitania“-Katastrophe nicht als den fatalen Missgriff eines U-Bootkapitäns, sondern als den bewusst grausamen Mordanschlag des Kaisers und des ganzen deutschen Volkes anprangerten, der in Berlin angeblich mit freudigem Glockengeläut gefeiert wurde. Dass der Kaiser ein Gegner des rücksichtslosen U-Bootkrieges war, zählte dabei nicht; gebraucht und typografisch effektiv inszeniert wurde eine Propagandabotschaft, die zur Konsolidierung der Kriegsbereitschaft in der englischen Öffentlichkeit beitrug und damit den Krieg nicht spiegelte, sondern vorantrieb und

8 Zur „Lusitania“-Katastrophe vgl. u.a.: Patrick Beesly: Room 40. British Naval Intelligence 1914–1918, Oxford 1984, S. 84–122; Joachim Schröder: Die U-Boote des Kaisers. Die Geschichte des deutschen U-Bootkrieges gegen Großbritannien im Ersten Weltkrieg, Lauf a.d. Pregnitz 2000, S. 126–145; Massie, Castles (wie Anm. 6), S. 528–552.

mitgestaltete. Man begegnet demselben Bestattungsfoto nun in rezenten Bildpublikationen (Abb. 6), aber aus dem ursprünglichen Layout herausgelöst hat es hier seine propagandistische Dimension eingebüßt – es ist nicht mehr erkennbar, welche aktive Rolle es einst in der Produktion der zeitgenössischen Kriegswirklichkeit gespielt hat.

Es ließe sich hinzusetzen, dass die uns zur Gewohnheit gewordene Amputation des Layouts, in das die Pressebilder ursprünglich eingebettet waren, auch den Blick auf die Ästhetik der zeitgenössischen Bildbotschaften verstellt. Das ist besonders schade in den nicht ganz seltenen Fällen, in denen einflussreiche Redaktionsteams mit Bildmontagen und Layouts von großer Kreativität und Modernität zu experimentieren begannen; ein beliebig aus der Pariser Wochenillustrierten „J'ai vu ...“ ausgewähltes Bildbeispiel (Abb. 7) kann die gelegentlich sehr hohe visuelle Qualität des Bildjournalismus im Weltkrieg belegen.⁹ In anderen Zeitungen wäre der Bildbeitrag zur Armee-Autofahrschule zu einer tödlich langweiligen Pflichtübung geworden – hier dagegen hat man eine amüsante Montage vor sich, die Anforderungen an das Auge und den Witz des Lesers stellt.

Nach diesen prinzipiellen Bemerkungen kommen wir zum eigentlichen Thema des vorliegenden Beitrags, also zur Frage, wie sich die ersten Kriegsmonate in der Bildpresse niederschlugen. Dass es sich um einen modernen, u.a. auch bildmedial geführten Krieg handelte, wurde gleich am 1. August 1914, dem Tag der deutschen Mobilmachung offensichtlich. „Ich kenne keine Parteien mehr, ich kenne nur Deutsche“: Diese Parole, mit der Kaiser Wilhelm II. zum Kriegsauftritt den politischen „Burgfrieden“ zwischen den Reichstagsfraktionen einläutete, ist berühmt geworden – da er in öffentlichen Reden zu haarsträubenden Schnitzern neigte, war sie ihm von Otto Hammann, dem Pressechef des Außenamtes, souffliert worden.¹⁰ Vergessen ist dagegen, dass der kaiserliche Kernsatz in ein symbolkräftiges, an die Bildpresse adressiertes Zeremoniell eingebettet war: Im Schloss wurde eine außerordentliche Reichstagsitzung angesetzt, um dem Kaiser Gelegenheit zu einer nicht nur verbal, sondern auch visuell effektiven Thronrede zu geben. Darin zeigte sich, dass die Bildpresse bereits eine öffentliche Macht darstellte und zur Herstellung der nationalen Kriegsbereitschaft gezielt eingesetzt wurde. Kernpunkt der Zeremonie war Wilhelms Aufforderung an die Parteivorsitzenden, im Beisein von Kanzler und Ministern einzeln vorzutreten und ihm per Handschlag die Einstellung aller Parteienstreitigkeiten zu geloben.

August Scherls „Woche“ widmete dem Ritual auf den Thronstufen des Stadtschlusses eine volle Seite (Abb. 8), auf der die einzelnen Parteienvertreter erkennbar porträtiert sind. Ein SPD-Repräsentant ist allerdings nicht dabei, denn die Sozialdemokraten waren der Thronrede demonstrativ fern geblieben. Trotzdem war zum Kriegsauftritt der Schulterschluss der Volksvertreter politisch gesichert und publikumswirksam inszeniert – inklusive der Sozialdemokraten, die zwei Stunden nach der Thronrede die Kriegskredite absegneten.¹¹ Dass das

9 Zum Phänomen „J'ai vu...“ vgl. Ulrich Hägele: Montage, Grotteske, Propaganda. Die Vorgeschichte der Avantgarde: Medieninnovation in der französischen Illustrierten „J'ai vu...“ 1914 bis 1920, in: Fotogeschichte 32 (2012), H. 123, S. 5-19.

10 In etwas anderer Wortwahl kommt die berühmte Formel schon am 1. August in einer kurzen Ansprache Wilhelms II. vom Balkon des Berliner Schlosses vor, vgl. Kriegs-Kalender und Kriegs-Depeschen nach dem amtlichen Berichten, Bd. 1, Berlin o.J., S. 11. Eine weitere, leicht variierte Version benutzte er am 31. Juli, vgl. Ernst Johann (Hrsg.): Innenansicht eines Krieges. Deutsche Dokumente 1914–1918, Freiburg 1968, S. 14.

11 Der Wortlaut der größtenteils von dem Theologen Adolf von Harnack verfassten kaiserlichen

Pressebild heute vergessen ist, besagt keineswegs, dass es sich um eine seinerzeit unwirksame Inszenierung handelte, sondern belegt nur die obige Feststellung, dass Pressebilder in malerischer, statt fotografischer Form heute nicht mehr verstanden und ernst genommen werden.

Ganz Deutschland begrüßte den „europäischen Bürgerkrieg“ angeblich mit patriotischer Begeisterung, die sich bald zum Mythos des klassenverbindenden „Augusterlebnisses“ verklärte. In seriösen historischen Studien ebenso wie in populären Fotobänden wird dieser Kriegsauftritt durchweg mit Bildern illustriert (vgl. etwa das Beispiel in Abb. 9), die den allgemeinen Kriegsenthusiasmus nur widerspiegeln und bestätigen sollen – und zwar stets so, dass die Bilder aus dem ursprünglichen Zeitungskontext herausgelöst sind und nichts mehr von den jeweils ganz unterschiedlichen Redaktionsstandpunkten und Bildargumentationen ahnen lassen, deren Artikulation die Bilder dienten, als sie einst an einem bestimmten Tag im Dienst ganz bestimmter politischer Absichten im Druck erschienen.

Ein solcher Umgang mit Weltkriegsbildern beruht jedoch auf einem großen Missverständnis – denn Pressebilder erschöpften sich keineswegs darin, das abzubilden und zu bestätigen, was man ohnehin schon wusste. Vielmehr waren sie Instrumente der Meinungsbildung, Mentalitätsmodellierung und Propagandaverbreitung; von den Zeitungen der verschiedenen Couleurs wurden sie zu ganz unterschiedlichen Zwecken eingesetzt. Ginge es im Journalismus nicht um die Vertretung verschiedener Positionen, würde ja eine Zeitung pro Land genügen. Diese Binsenweisheit gilt auch für die Bildpresse. In Deutschland wurden während des Ersten Weltkriegs über 20 Wochenillustrierte verschiedenster politischer Orientierung publiziert, die das Zeitgeschehen auf ganz unterschiedliche Weise zu beeinflussen versuchten – mit bloßer Spiegelung und Bestätigung war keine Redaktion zufrieden.

Am Beispiel der deutschen Mobilmachung lässt sich das klar nachweisen. Nach neueren Erkenntnissen antwortete die Bevölkerung darauf keineswegs mit einhelliger Begeisterung; vielerorts wogen Ernst und Besorgnis vor.¹² Ein Blick auf die Bildpresse bestätigt die Bandbreite der Redaktionen. Die „LIZ“ z.B. setzte einen Kaiser auf ihr Titelblatt, der sich in schlichter Uniform besonnen und vertrauenswürdig gab (Abb. 10); im Inneren des Heftes folgten Motive wie singend durch die Straßen ziehende Rekruten und jubelnde Menschen vor dem Kronprinzenpalais (Abb. 11). Dass diese zustimmende, positive Darstellung von Kaiser und Mobilmachung nicht als neutrale Aufzeichnung, sondern gezielte Mythologisierung der Berliner Vorgänge zu lesen ist, zeigt der vergleichende Blick auf den „Weltspiegel“ (die halbwochentliche Bildbeilage des im jüdischen Mosse-Verlag herausgegebenen „Berliner Tageblattes“), der die Sache am selben Tag ganz anders darstellte. Auch hier wurde Wilhelm II. die Titelseite eingeräumt (Abb. 12), doch arrogant-theatralisch in üppigem Ordensschmuck posierend, erschien er hier als eine eher provokative und besorgniserregende denn maßvolle Figur. Die anschließende Fotoreportage beginnt mit zwei österreichisch-ungarischen Bahnhofsszenen – ein Soldat kritzelt einen Abschiedsbrief, meh-

Thronrede ist nachzulesen in: Kriegs-Kalender (wie Anm. 10), S. 16-18. (die Aufforderung zum Handschlag: S. 18). Über den genauen Tagesablauf informieren Tageszeitungen wie „Vossische Zeitung“ oder „Frankfurter Zeitung“.

12 Vgl. u.a. Christian Geinitz: Kriegsfurcht und Kampfbereitschaft. Das Augusterlebnis in Freiburg. Eine Studie zum Kriegsbeginn 1914, Essen 1998; Jeffrey Verhey: Der „Geist von 1914“ und die Erfindung der Volksgemeinschaft, Hamburg 2000; Tillmann Bendikowski: Sommer 1914. Zwischen Begeisterung und Angst – wie Deutsche den Kriegsbeginn erlebten, Gütersloh 2014.

rere Frauen sehen weinend einem Zug nach – und endet mit Berliner Mobilmachungsbildern, die von Abschied, Kriegstraum und besorgt wartenden Menschen erzählen (Abb. 13). Von Überschwang ist hier keine Spur, was jedoch nicht in den Mythos einging. Die Legende vom patriotischen, klassenverbindenden „Augusterlebnis“ ist historisch siegreich geblieben, Mosses kritische Gegenmythologie hat sich nicht durchgesetzt. Festzuhalten ist aber, dass keine der beiden Versionen eine bloße Bestätigung des schon Bekannten war; auch Bildjournalismus war und ist Meinungskampf.

Im Kontext der journalistischen Kommentierung der ersten Kriegswochen liegt im Übrigen die Frage nahe, welches Echo der sensationelle deutsche Sieg über die zahlenmäßig weit überlegenen russischen Armeen bei Tannenberg/Grunwald in den letzten Augusttagen 1914 in der deutschen Bildpresse hervorrief. Nach der Einnahme von Lüttich/Liège, einer bildlich schwer zu vermittelnden Belagerungsepisode, war es der erste große Kriegserfolg. Er war visuell gut zu vermitteln, da er in einer klassischen Feldschlacht errungen worden war.¹³ Als sich 1912/13 die Balkanstaaten monatelang bekriegten, ohne dass deutsche Truppen beteiligt waren oder auch nur größere deutsche Interessen auf dem Spiel standen, hatte die „Berliner Illustrierte Zeitung (BIZ)“ dazu Dutzende von Bildreportagen gebracht, knapp 30 Cover-Illustrationen eingeschlossen. Zeitgenössische Abonnenten, die 1914 eine Beibehaltung oder Steigerung des reichlichen kriegerischen Bilderflusses erwarteten, sollten sich aber enttäuscht finden. Zum Schlachtgeschehen bei Tannenberg bot die „BIZ“ – von einem rasch hingeworfenen, von der traditionellen Reiterschlacht-Ikonografie geprägten Aquarell abgesehen – nur ein Foto einiger LandsturMLEUTE beim Sortieren erbeuteter russischer Uniformen auf, und zwar mit reichlicher Verspätung in der Nummer vom 20. September. Dazu kamen – ohne erkennbaren Bezug auf Tannenberg – am 4. Oktober die Aufnahmen eines Zuges russischer Gefangener auf dem Tilsiter Bahnhof und des Allensteiner Landrats bei der Ausschreibung von Unterstützungsgeldern für die entwurzelte Landbevölkerung (Abb. 14). Mit zwei weiteren kleinformatigen Fotos abgebrannter ostpreußischer Dorfstraßen waren dann die Themen glorioser Schlachtensieg und empörende Russengräuel für die „Berliner Illustrierte Zeitung“ *ad acta* gelegt.

Einige kleinere Bildzeitungen („Illustrierte Wochenschau“ oder „Leben im Bild“) boten etwas umfänglichere und lebendigere Bildkonfigurationen zu denselben Themen an, ohne dass sich neue Aspekte ergaben; vor allem vom Kampfschauplatz und Kampfgeschehen von Tannenberg sind keine fotografischen Spuren nachweisbar. Dabei ist natürlich in Rechnung zu stellen, dass die Fotoreportage in den ersten Kriegswochen noch nicht besonders effektiv organisiert sein konnte – nur fiel Jahre später die Kameraausbeute vor Verdun und an der Somme keineswegs üppiger aus; es handelte sich um eine amtlich gewollte Bildknappheit.¹⁴

13 Zu Schlacht und Hintergründen vgl. Markus Pöhlmann: Tod in Masuren. Tannenberg, 23. bis 31. August 1914, in: Stig Förster, Markus Pöhlmann u.a. (Hrsg.): Schlachten der Weltgeschichte. Von Salamis bis Sinai, München 2002, S. 279-294. In deutschsprachigen Bildgeschichten des Ersten Weltkriegs wird Tannenberg entweder gar nicht illustriert oder nur missverständlich mit einem Foto russischer Gefangener vom zweiten ostpreußischen Russeneinfall im Winter 1915, vgl. Zentner, Illustrierte Geschichte (wie Anm. 5); sowie Pöhlmann, Potempa u.a. (Hrsg.), Der Erste Weltkrieg (wie Anm. 5).

14 Vgl. dazu Ulrich Keller: Verdun, 1916. Die Schlacht der Bildreportagen, in: Fotogeschichte 33 (2013), H. 130, S. 51-84, insbesondere S. 53-68.

Die alternative Möglichkeit, der deutschen Öffentlichkeit die Kriegereignisse hauptsächlich nicht durch fotografische Aufnahmen, sondern künstlerische und trotzdem authentische, d.h. auf Augenzeugenschaft beruhende Darstellungen zu vermitteln, wurde von der „LIZ“ trotz des größeren Aufwands systematisch verfolgt. Nach eigener Aussage machte es sich nämlich die Redaktion zum Ziel, „die zeichnerische Berichterstattung mit besonderem Nachdruck zu pflegen“, da sich gerade während des Krieges zeige, „dass der Künstler *mehr* sieht als der Photograph auf die Platte bannen kann, und daher hat die Leipziger ‚Illustrierte Zeitung‘ den größten Wert darauf gelegt, auf allen Kriegsschauplätzen durch Sonderzeichner vertreten zu sein.“¹⁵ Bei Verdun und an anderen Brennpunkten des Kriegsgeschehens konnte die „LIZ“ später auch auf die Dienste hervorragender, den Kameraleuten tatsächlich in vieler Hinsicht überlegenen Künstlern zählen. Zum Zeitpunkt der Schlacht von Tannenberg bahnten sich die nötigen Beziehungen aber erst allmählich an, und so konnte die Redaktion am 10. September vorerst nur eine völlig fiktive, von keiner Ortsangabe begleitete Adaption des bis auf Rubens zurückgehenden „Brückenkampf“-Schemas auf die Titelseite setzen, bestellt bei Willy Brandes, der sich in Berlin als Landschafts- und Tiermaler einen Namen gemacht hatte. Eine Woche später folgte dann eine weniger kunstvoll und allgemein gehaltene, etwas spontaner und lokal konkreter wirkende Skizze, die möglicherweise auf zumindest nachträglicher Ortsbesichtigung und Zeugenbefragung beruhte und von Martin Frost, dem neben Felix Schwormstädt wohl fähigsten und produktivsten „LIZ“-Mitarbeiter geliefert wurde (Abb. 15).¹⁶ Gezeigt ist die Vertreibung russischer Truppen aus einer Ortschaft nahe Hohenstein. Statt der eigentlichen Schlacht ist hier ein unerhebliches Randereignis thematisiert, und es braucht nicht betont zu werden: Zum Tannenberg- und Hindenburg-Mythos haben diese bescheidenen Presseillustrationen nichts Nennenswertes beigetragen – dies blieb auf der Bildebene dem von Hindenburg gezielt zur Selbstglorifikation eingesetzten Akademieprofessor Hugo Vogel vorbehalten, man denke etwa an die große Leinwand „Hindenburg und sein engerer Stab in der Schlacht bei Tannenberg“.¹⁷

Zusammenfassend ist noch einmal zu betonen, dass die verschiedenen deutschen Bildzeitungen keineswegs gleichgeschaltet waren, sondern jeweils eigene Wege bei der Verarbeitung und Präsentation der Kriegereignisse gingen. Viel tiefer greifende Gegensätze gab es natürlich auf der internationalen Ebene, im Kreuzfeuer der Bildreportagen, mit denen die Bildzeitungen der Mittelmächte und der Entente um die Beeinflussung der öffentlichen Meinung in den neutralen Ländern rangen. Kriegentscheidend – und entsprechend hart umworben – war letztlich die Haltung der Vereinigten Staaten. Es lohnt sich, den internationalen

15 Aus: Unsere Künstler im Feld V, in: Leipziger Illustrierte Zeitung, 5. April 1917, S. 456.

16 Zur bemerkenswerten Rolle Frosts als künstlerisch statt fotografisch arbeitendem Bildberichterstatte vgl. Keller, Verdun (wie Anm. 14), S. 63-68.

17 Zum Tannenberg- und Hindenburg-Mythos vgl. Jesko von Hoegen: Der Held von Tannenberg. Genese und Funktion des Hindenburg-Mythos (1914–1934), Köln 2007; sowie Wolfram Pyta: Hindenburg. Herrschaft zwischen Hohenzollern und Hitler, München 2007, besonders das Kapitel „Die mediale Selbstinszenierung Hindenburgs“, S. 115-153, mit Ausführungen zur Rolle Vogels bei dieser Aufgabe. Für dessen eigenen Bericht über seine politische Bildwerbung und deren auf Tannenberg bezügliche Hauptresultate vgl. Hugo Vogel: Als ich Hindenburg malte, Berlin 1927 (mit Abbildung der Gemälde „Hindenburg und sein eigener Stab in der Schlacht bei Tannenberg am 29. August 1914“, nach S. 72, und „Hindenburg am Abend seines Eintreffens in Marienburg am 23. August 1914“ vor dem Hintergrund von Flüchtlingsströmen, nach S. 80).

Meinungskampf der Bildpresse am Beispiel zweier symmetrischer, interessante Vergleichsperspektiven eröffnender Geschehnisse aus den ersten Kriegswochen zu verfolgen, nämlich der schon besprochenen russischen Ostpreußen-Besetzung und der deutschen Belgien-Invasion. Hier wie dort wurden ganze Ortschaften niedergebrannt und Tausende von Einwohnern terrorisiert. Wie bekannt, erfolgte der deutsche Einfall in Belgien unter dem Zwang des (wie auch immer modifizierten) Schlieffen-Plans ohne Rücksicht auf die internationale Reaktion, die vernichtend ausfiel – schließlich war Belgien neutral, und Deutschland hatte sich vertraglich zur Wahrung seiner Neutralität verpflichtet. Das deutsche Ansehen wurde zusätzlich noch dadurch untergraben, dass deutsche Truppen massive Kriegsverbrechen an der Zivilbevölkerung begingen, wobei umstritten war, ob sie vom bewaffneten Widerstand so genannter Franktireurs dazu provoziert wurden. Jedenfalls sahen sich viele deutsche Offiziere zu „Strafgerichten“ berechtigt, die über jedes Maß hinausgingen. Symptomatisch ist Löwen, wo die ganze Innenstadt samt der Universitätsbibliothek mit ihren unschätzbaren historischen Beständen niedergebrannt wurde. Ähnliche Exempel wurden in Andenne, Dinant und andernorts statuiert, was die deutschen Illustrierten mit allerlei fantasievollen Gemälden von völkerrechtswidrigen Franktireur-Umtrieben zu legitimieren suchten.¹⁸

Die alliierte Bildpresse nutzte die deutschen Blutbäder propagandistisch nur sparsam aus – teils glaubte man sie nicht, teils fehlten brauchbare Bildbeweise. Was dagegen die Schädigung des architektonischen Erbes betraf, gab es unanfechtbare Kameradokumente, die in der alliierten und neutralen Presse zu Dutzenden zirkulierten. Bei weitem am meisten publizistisches Kapital wurde aber aus dem belgischen Flüchtlingselend gewonnen. Statt rauchender Trümmer und brutaler Massaker kreiste die alliierte Bildberichterstattung also um das weniger schreckenerregende, aber emotional bewegende Schicksal von Frauen, Kindern und Alten, die heimatlos auf den belgischen Landstraßen herumirrten. In episch erzählender Bildinszenierung eignete sich dieses Thema besonders gut, um die internationalen Sympathien für das von den deutschen Armeen vergewaltigte, schnell sprichwörtlich gewordene „poor little Belgium“ anzufachen. Abb. 16 zeigt eine große, doppelseitige Komposition dieser Art, entworfen von einem Londoner Illustrator, der den belgischen Kriegsschauplatz gar nicht betreten hatte. Das war in diesem Abbildungsgenre auch unnötig, denn angestrebt war nicht nachrichtliche Authentizität, sondern rührender Effekt. Die Anlehnung an die Erzählstruktur der akademischen Geschichtsmalerei ist dabei unübersehbar. Allerdings ist ebenfalls deutlich, dass wir es mit einer schlagkräftig-journalistischen Simplifizierung und Popularisierung der Hochkunsttradition zu tun haben.

18 Zur deutschen Belgien-Invasion und dem bewaffneten Widerstand der Zivilbevölkerung vgl. die generell akzeptierten Studien: John Horne, Alan Kramer: *German Atrocities 1914. A History of Denial*, New Haven, CT 2001 sowie Jeff Lipkes: *Rehearsals. The German Army in Belgium, August 1914*, Leuven 2007, die mehr als höchstens marginale Franktireurtätigkeit für ein Hirngespinnst deutscher Soldaten halten und sich dabei hauptsächlich auf eine Kritik von Peter Schöller am Löwen-Kapitel des deutschen „Weißbuch“ von 1915 stützen. Vgl. Peter Schöller: *Der Fall Löwen und das Weißbuch. Eine kritische Untersuchung der deutschen Dokumentation über die Vorgänge in Löwen vom 25. bis 28. August 1914*, Köln 1958. Damit ist angeblich die ganze, weit über Löwen hinausgehende Sammlung beeideter Soldatenaussagen diskreditiert, obwohl diese Kritik die Löwener Aussagen selbst in keinem wichtigen Punkt entkräften konnte und nur zu kleineren Korrekturen an der vorangestellten Geschehensdarstellung zwingt. Dies wies schon 1963 eine heute nie erwähnte Studie nach, vgl. Wilhelm Hahn, Johann Köhl: *Der Fall Löwen 1914 und was dort wirklich geschah*, Plön a.S. 1963.

Die alliierte Bildpresse legt hier eine Affinität zur allmählich entstehenden Public-Relations-Industrie an den Tag, die in Amerika und England Techniken entwickelte, um Regierungen und Konzerne bei der Bevölkerung durch die Verbreitung narrativer Szenarien beliebt zu machen, welche gewünschte öffentliche Reaktionen durch Personalisierung abstrakter Fragen und narrative Ausschlichtung menschlich ansprechender Umstände hervorriefen. Charles Masterman z.B. wurde Chef der britischen Weltkriegspropaganda, nachdem er schon vor dem Krieg ein epochemachendes Sozialgesetzbündel der britischen Bevölkerung begreiflich und akzeptabel gemacht hatte. Bei Kriegsende war es so weit, dass kleinere Länder wie Rumänien und Lettland Public-Relations-Firmen anheuerteten, um über die Verbreitung von „Human-interest“-Geschichten internationale Unterstützung für die Aushandlung günstiger Friedensbedingungen zu erhalten.¹⁹ Fraglich ist dabei nur, ob es die PR-Spezialisten waren, die allmählich Einfluss auf die Bildberichterstattung in den Zeitungen gewannen, oder ob es sich umgekehrt verhielt, wie wohl eher anzunehmen ist. Unter dem Druck, ständige Auflagensteigerungen zu erzielen, hatte nämlich die illustrierte Presse in England und Amerika schon Ende des 19. Jahrhunderts begonnen, die „Human-interest“-Karte auszuspielen, wie sich z.B. im Spanisch-Amerikanischen Krieg von 1898, vor allem aber in den regelmäßigen amerikanischen Wahlkampagnen zeigte, einer Arena also, wo programmatische politische Erklärungen zunehmend durch fotogene Exerzitien wie Babyküssen und Heuernten ersetzt wurden.²⁰

Wenn man den Blick von hier in die entgegengesetzte geografische Richtung, auf die russische Invasion Ostpreußens und ihr Bildecho in der deutschen Presse lenkt, stößt man auf eine völlig andere Situation. Wie schon dargelegt, erschienen damals keine memorablen Bildkompositionen in der deutschen Bildpresse. Die inländische Zeitungslandschaft reflektierte die behäbigen Interessen des Bildungsbürgertums und den autoritären Charakter des politischen Systems. In den angelsächsischen Demokratien konnte Politik nur mit, nicht gegen die von den Zeitungen geprägte öffentliche Meinung gemacht werden, und das erklärt die wachsende Bedeutung von Public-Relations-Methoden in diesen Ländern. In Deutschland fehlte dazu im Vorfeld des Krieges noch jeder Ansatz, wie eine Verlautbarung des Außenministers Alfred von Kiderlen-Waechter belegt, nach welcher die große Politik in einem autoritär verfassten Land die Volksmeinung getrost ignorieren dürfe, und selbst als im Februar 1916 um Verdun die bis dato größte Schlacht der Weltgeschichte entbrann-

- 19 Zur Verbreitung von Public-Relations-Methoden und besonders der narrativen „Human-Interest“-Technik in der amerikanischen Industrie ab etwa 1915 vgl. Ray E. Hiebert: *Courtier to the Crowd. The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Ames, IA 1966. In Großbritannien etablierten sich privatwirtschaftliche Public Relations erst Jahrzehnte später, während sie dort im öffentlichen Sektor schon vor 1914 üblich waren und z.B. 1911 für die Vermittlung von Lloyd Georges „National Insurance Act“ eingesetzt wurden, vgl. Scott Anthony: *Public Relations and the Making of Modern Britain*, Manchester 2012, S. 4-8. Zu Masterman: Michael Sanders, Philip Taylor: *British Propaganda during the First World War*, London 1982, S. 38. Zu Rumäniens Public-Relations-Kampagne: Edward Bernays: *Crystallizing Public Opinion*, New York, NY 1923, S. 27 f.
- 20 Zur Verdrängung programmatischer Inhalte durch Human-Interest-Stories in der amerikanischen Politik vgl. Ulrich Keller: *The Iconic Turn in American Political Culture. Speech Performance for the Gilded-age Picture Press*, in: *Word & Image* 29 (2013), H. 1, S. 1-39, insbes. S. 17-28. Zur Bildpresse im Spanisch-Amerikanischen Krieg vgl. ders.: *Blut und Silber. Die Inszenierung der Kuba-Invasion von 1898 in der amerikanischen Bildpresse*, in: *Fotogeschichte* 25 (2005), H. 97, S. 25 ff.

te, hatten die deutschen Illustrierten dazu wenig mehr als Bildreportagen zu den dortigen Eichenwäldern oder das unvermeidliche Thema „Goethe vor und in Verdun“ zu bieten.²¹

Mit moderner grafischer bis fotografischer Reportagearbeit zu Thema der ostpreußischen „Russengräuel“ hätte die deutsche Bildpresse im Meinungsforum der neutralen Länder nun einiges ausrichten können. Die Chance zu einem emotional bewegenden Propagandafeldzug gegen die Entente wurde aber nicht erkannt, wie bereits aus dem trockenen Bildbeitrag der „Berliner Illustrierten“ in Abb. 14 hervorgeht. Die „Leipziger Illustrierte Zeitung“, die male- rische Ereignisdarstellungen favorisierte, rückte dagegen das Gemälde eines angesehenen, mit Professorentitel ausgestatteten Künstlers ein (Abb. 17), das zwar unterhaltsamer wirkt als das magere Fotoangebot der Illustrierten und in einer Kunstaussstellung auch sicher guten Eindruck gemacht hätte, als Nachrichtenbild in einer Wochenzeitung aber ineffektiv war. Im Vergleich zur dramatischen Inszenierung der belgischen Flüchtlingsmisere in der „Illustrated London News“ mutet das mit idyllischen Details überladene Gemälde jedenfalls recht altmodisch an, damit war international kein Unrecht anzuprangern und keine Sympathie zu erwerben.

Gleich zu Anfang des Ersten Weltkrieges zeigte sich hier die Rückständigkeit der deutschen Reportagepraxis, die durch die Einführung überaus restriktiver Zensurbestimmungen noch hinter den bescheidenen Vorkriegsstand zurückfiel.²² Trotzdem lässt sich abschließend sagen, dass die Bildpresse im August 1914 auch in Deutschland bereits eine beträchtliche Rolle spielte – und angesichts der Herausforderung durch die weiter entwickelten französischen und angelsächsischen Bildzeitungen spielen musste. Dass sie im internationalen Wettbewerb schlecht abschnitt und damit einen nicht ganz unwesentlichen Beitrag zur deutschen Niederlage leistete, darf aber nicht davon ablenken, dass sie im historischen Rückblick als eine der modernsten Instanzen zu gelten hat, die das Kriegsgeschehen mitgestaltet haben.

Summary

There has been surprisingly little historical research into the role of illustrated reports in the media arena of the First World War, despite the fact that illustrated weekly magazines already played a key role in the shaping of public opinion (and thus of war developments generally). Illustrated reports should not, however, be equated with photo reports; the illustrations were ideologically charged messages formulated by the illustrators, not by the photographers. But one should also be wary of using simple undifferentiated „propaganda“ terms to analyse the photo reports. The various illustrated magazines fought fierce battles on both a national (within Germany) and international level, each competing with their own

21 Artikel zu diesen Themen etwa in der (Leipziger) Illustrierten Zeitung am 30.3. und 6.4.1914. Kiderlen-Waechters Äußerung findet sich bei: Ludolf Gottschalk von dem Knesebeck: Die Wahrheit über den Propagandafeldzug und Deutschlands Zusammenbruch. Der Kampf der Publizistik im Weltkrieg, München 1927, S. 110.

22 Vgl. Knesebeck, Wahrheit (wie Anm. 21), passim; Kurt Koszyk: Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg, Düsseldorf 1968; Martin Creutz: Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung, Frankfurt a.M. 1996; Keller, Weltkrieg (wie Anm. 7), S. 34-46 mit weiteren Literaturverweisen, auch zur französischen und britischen Bildpropaganda.

layouts and messages. These, occasionally very creative contributions, should be viewed in terms of their dialogue- and duel-like nature, an effect which cannot be achieved by the usual fixation on selected individual images. In this respect, Germany was a provincial backwater. It is true that at the beginning of the First World War interesting commentaries on mobilisation and the Russian invasion of East Prussia were produced and that these had a mass impact; however, in terms of pointed propagandistic formulations, at times already guided by the concepts of public relations, the German picture press had little to counter Anglo-Saxon competition, with the result that, with the invasion of Belgium, Germany had already lost the media war.



Abb. 1: „Typische Wirkungen der Hungerblockade in Berlin“, Fotoserie von R. Sennecke, in: Weltspiegel, 1. Juni 1919.



Abb. 2: Doppelseite aus der Fotoreportage „There was a Christmas...“ von David D. Duncan, in: Life, 25. Dezember 1950.



Abb. 3: „Die Sieger“, nach einer Zeichnung des Kriegsteilnehmers Willy Müller-Gera, in: (Leipziger) Illustrierte Zeitung, 6. Juni 1918.



Abb. 4: „Unsere Feldgrauen im Stahlpanzer“, in: Die Wochenschau, 4. Juli 1918.



Abb. 5: „My Handiwork!‘ By the Pirate Emperor“, Bildreportage, in: War Illustrated, 22. Mai 1915.



Abb. 6: „Le torpillage du Lusitania“, in: Bruno Cabanes, Anne Duménil (Hrsg.): Larousse de la Grande Guerre, Paris 2007, S. 116.

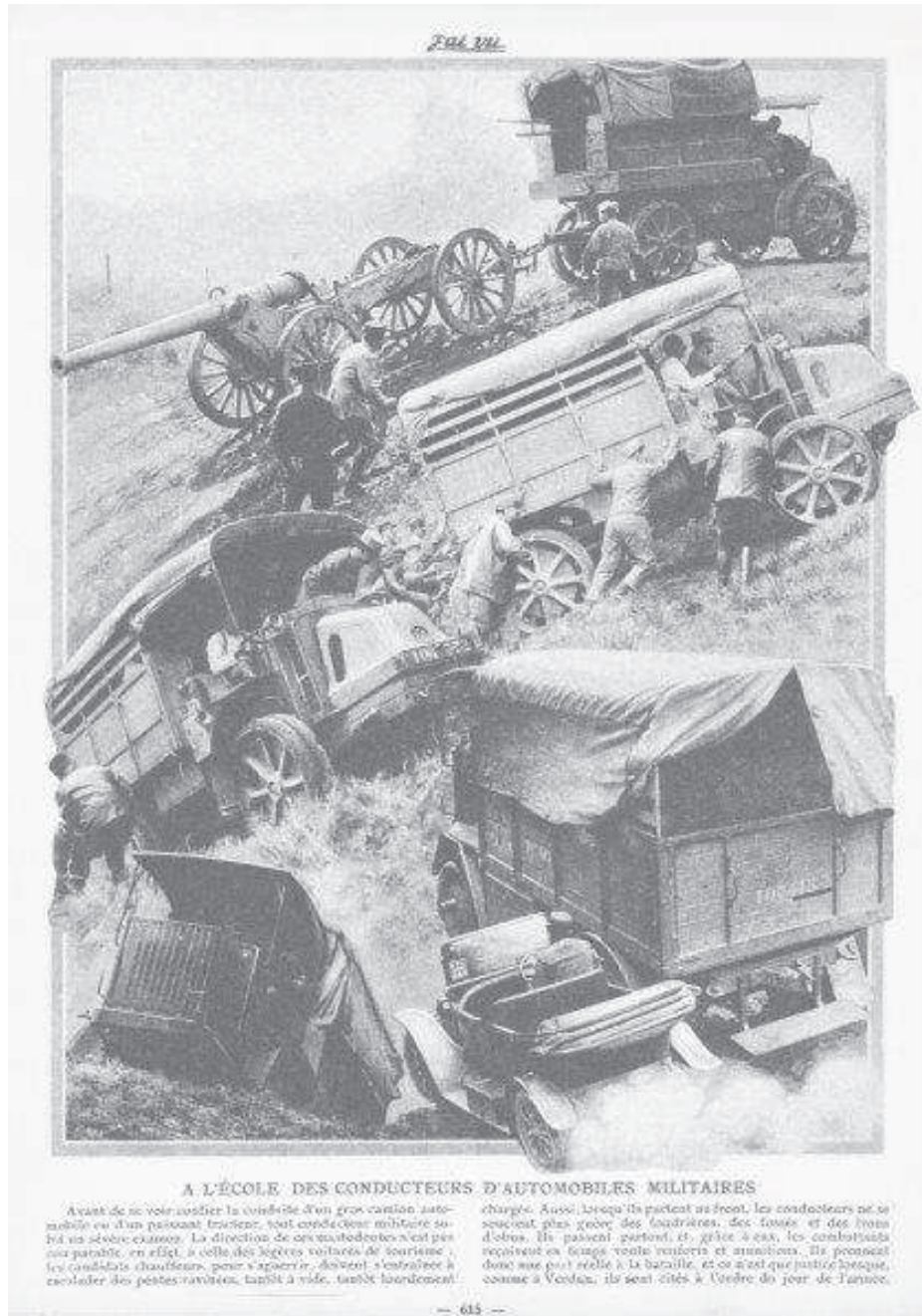


Abb. 7: „A l'école des conducteurs d'automobiles militaires“, in: J'ai vu..., 23. September 1916.

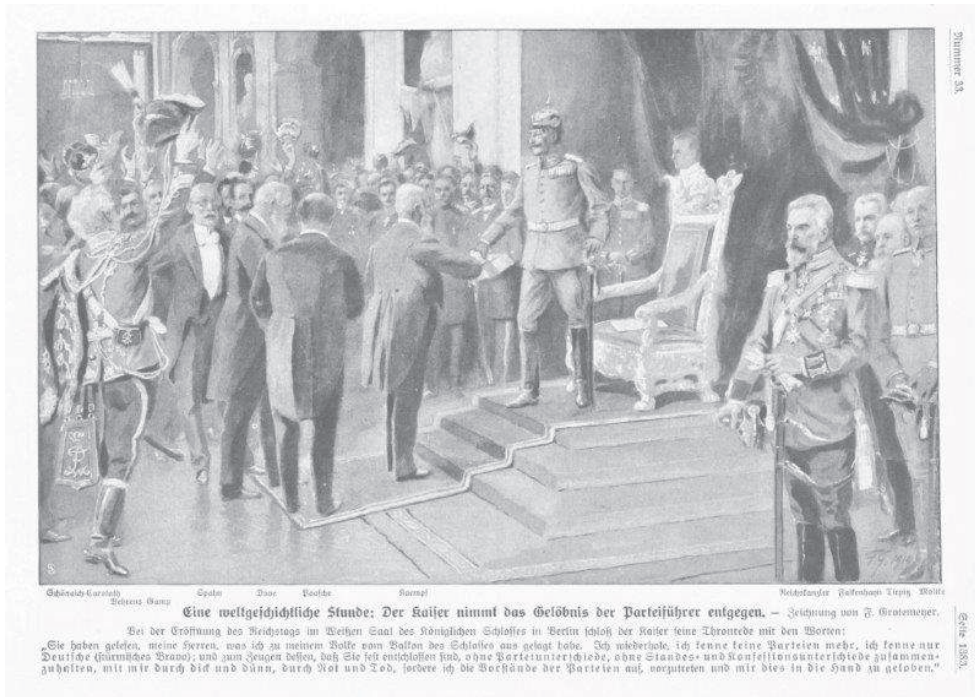


Abb. 8: „Eine weltgeschichtliche Stunde: Der Kaiser nimmt das Gelöbnis der Parteiführer entgegen“, nach einer Zeichnung von F. Grottemeyer, in: Die Woche, 15. August 1914.



Abb. 9: Der Erste Weltkrieg. Das Buch zur ARD Fernsehserie, Berlin 2004, S. 22.



Abb. 10: „Unser Oberster Kriegsherr“, nach einer Fotografie von T.H. Voigt, in: (Leipziger) Illustrierte Zeitung, 6. August 1914.



Abb. 11: „Die patriotische Begeisterung des deutschen Volkes: Huldigung der Berliner Bevölkerung vor dem Kronprinzenpalais zu Berlin...“, nach einer Zeichnung von Felix Schwormstädt, in: (Leipziger) Illustrierte Zeitung, 6. August 1914.



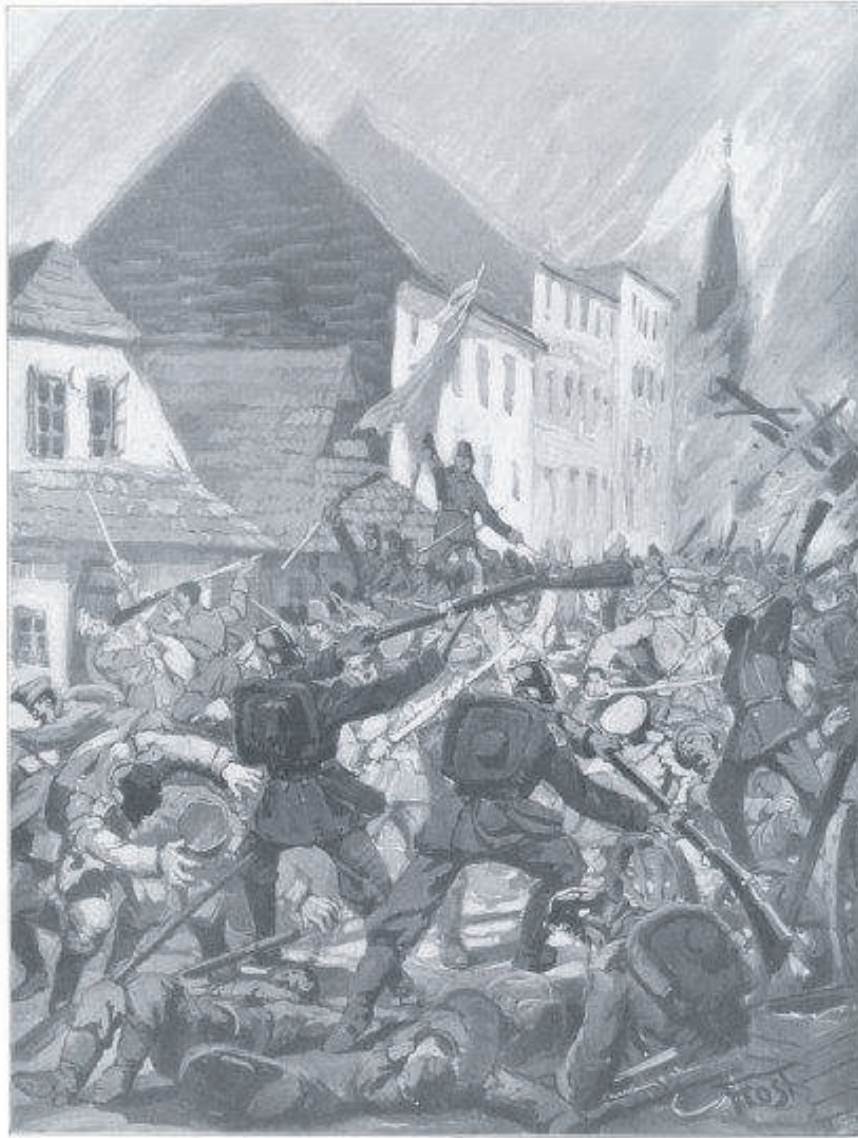
Abb. 12: „Kaiser Wilhelm II.“, nach einer Fotografie von E. Bieber, in: Der Weltspiegel, 6. August 1914.



Abb. 13: Fotoreportage zur deutschen und österreichisch-ungarischen Mobilmachung, in: Weltspiegel, 6. August 1914.



Abb. 14: „Ostpreußen nach der Russennot“, Fotoreportage, in: Berliner Illustrierte Zeitung, 27. September 1914.



Der Sieg der deutschen Ostarmee unter Generaloberst v. Hindenburg über die russische Narew-Armee in der Schlacht bei Tannenberg am 26. August 1914. Ostpreussischer Landsturm vertreibt die Russen aus einer Ortschaft bei Hohenstein. Nach einer Zeichnung von Martin Frost.

Abb. 15: „Zum Sieg der deutschen Ostarmee unter Generaloberst v. Hindenburg über die russische Narew-Armee in der Schlacht von Tannenberg [...]: Ostpreussischer Landsturm vertreibt die Russen aus einer Ortschaft bei Hohenstein“, nach einer Zeichnung von Martin Frost, in: (Leipziger) Illustrierte Zeitung, 10. September 1914.

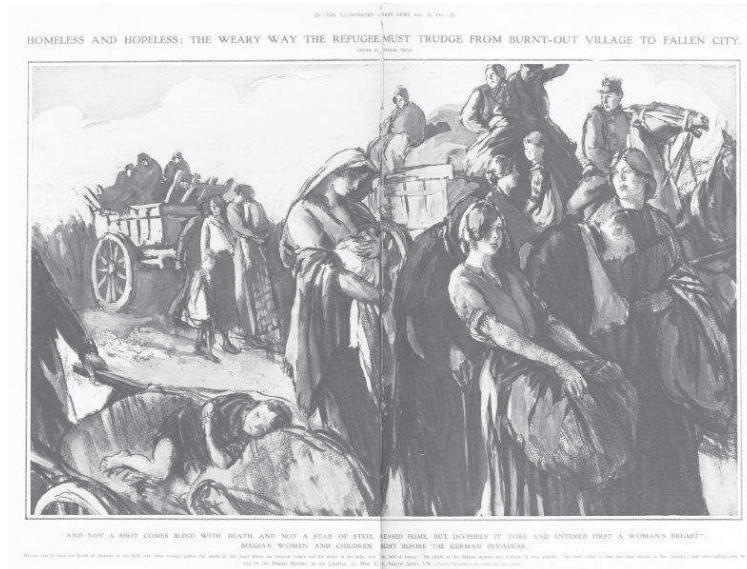


Abb. 16: „Homeless and hopeless: The Weary Way the Refugee must Trudge from Burnt-out Village to Fallen City“, nach einer Zeichnung von G. Spencer Pryse, in: Illustrated London News, 29. August 1914.



Abb. 17: „Heimkehrende ostpreussische Flüchtlinge ruhen auf dem Marktplatz in Tapiaw“, nach einer Zeichnung von Prof. Karl Storch, in: (Leipziger) Illustrierte Zeitung, 5. November 1914.