

# Inhalt

Einleitung . . . . .	9
A. Die Auslandspropaganda des Auswärtigen Amtes . . . . .	27
I. Zur Außenpolitik in der Ära Ribbentrop . . . . .	27
II. Der Aufbau des Propagandaapparates des Auswärtigen Amtes . . . . .	46
1. Die Propagandaabteilungen . . . . .	47
2. Koordinationsversuche und neue Apparate . . . . .	53
3. Der Niedergang der Organisation: Der Sturz Luthers und seine Folgen . . . . .	65
III. Schwerpunkte und Hauptthemen der Auslandspropaganda . . . . .	69
1. Grundzüge nationalsozialistischer Propaganda . . . . .	69
2. Auslandspropaganda im Zeichen der deutschen Siege . . . . .	75
3. Propaganda der Feindbilder . . . . .	81
4. Auslandspropaganda in der Krise . . . . .	85
5. Auslandspropaganda in der Defensive . . . . .	97
IV. Partner und Konkurrenten der Propaganda des Auswärtigen Amtes . . . . .	109
1. Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda . . . . .	109
2. Wehrmachtpropaganda . . . . .	116
3. Andere Dienststellen und Organisationen . . . . .	120
V. Die Frage der Generalkompetenz in der deutschen Auslandspropaganda: Die Auseinandersetzungen zwischen Ribbentrop und Goebbels . . . . .	126
1. Die Situation vor Kriegsbeginn: Angriff auf die Zuständigkeiten des „Promi“ . . . . .	126
2. Der Führerbefehl vom 8.9.1939: Die Führungsrolle des AA in der Auslandspropaganda . . . . .	134
3. Die konkurrierenden Apparate 1940/41: Kommunikationsverweigerung und Ausdehnung des Konflikts . . . . .	138
4. Das Arbeitsabkommen vom 22.10.1941: Gleichberechtigte „Partner“ . . . . .	143
5. Anhaltende Konkurrenz bis zum Kriegsende: Die Offensive Goebbels' von 1944 . . . . .	145

B. Die Arbeit der Abteilung: Instrumente und Methoden der auswärtigen Pressepolitik – Konflikte mit konkurrierenden Propagandastellen . . . . .	149
- VI. Organisation der Presseabteilung . . . . .	149
1. Vorgeschichte . . . . .	149
2. Aufgaben . . . . .	151
3. Personal und innere Organisation . . . . .	153
VII. Informationsbeschaffung . . . . .	165
1. Propaganda und Information . . . . .	165
2. Zeitungsbeschaffung . . . . .	170
3. Die Nachrichtenagenturen als Informationsquellen . . . . .	173
4. Monitoring . . . . .	177
VIII. Die Auslandsmissionen als Träger der Pressepropaganda . . . . .	185
1. Rahmenbedingungen der Pressearbeit in den wichtigsten neutralen Staaten . . . . .	185
2. Kompetenzkämpfe an den Missionen: Einsetzung von Pressereferenten durch das AA . . . . .	193
3. Aufgaben und Tätigkeit der Pressereferenten . . . . .	199
4. Zur Finanzierung der Pressepolitik über die deutschen Missionen . . . . .	203
IX. Pressepolitik in den besetzten Gebieten . . . . .	207
1. Besatzungsregime und Auswärtiges Amt . . . . .	207
2. Dänemark . . . . .	211
3. Norwegen . . . . .	213
4. Die Niederlande . . . . .	215
5. Belgien . . . . .	222
6. Frankreich . . . . .	224
7. Serbien und Griechenland . . . . .	228
8. Die Durchsetzungsfähigkeit des AA in der Besatzungs-Pressepolitik . . . . .	233
X. Nachrichtenagenturen und Pressedienste . . . . .	235
1. Die Nachrichtenagenturen des Propagandaministeriums . . . . .	235
2. Einflußmöglichkeiten der Presseabteilung des AA . . . . .	237
3. Transkontinent Press . . . . .	244
4. Radio Mundial . . . . .	251
5. Korrespondenzen und Pressedienste . . . . .	252
XI. Herstellung und Verbreitung von Periodika durch die Presseabteilung . . . . .	257
1. Formen des „Zeitungseinsatzes“ in der auswärtigen Pressepolitik . . . . .	257
2. Zwei repräsentative außenpolitische Zeitschriften: „Berlin-Rom-Tokio“ und „Volk und Reich“ . . . . .	260

3. Einflußnahme auf „Signal“ . . . . .	262
4. Ein Zeitschriftenprojekt in Schweden: „tele“ . . . . .	265
5. Eine Holdinggesellschaft für Verlage: Die Mundus . . . . .	268
XII. Ausländische Korrespondenten in Deutschland . . . . .	279
1. Arbeitsmöglichkeiten der ausländischen Journalisten . . . . .	279
2. Information: Auslandspressekonferenz und Journalistenreisen . . . . .	284
3. Betreuung: Der Auslandspresseclub . . . . .	286
4. Kontrolle und Zensur . . . . .	290
XIII. Schleichwege der Pressepolitik: „Lancierung“ und „Rückzitiierung“ . . . . .	299
1. Formen der Lancierung von Pressemeldungen . . . . .	299
2. Beeinflussung von Verlagen . . . . .	300
3. Beeinflussung von Journalisten . . . . .	302
4. „Rückzitiierung“ von Pressemeldungen in der deutschen Propaganda . . . . .	305
XIV. Die Beziehung der Abteilung zur deutschen Presse . . . . .	309
1. Das System der Presselenkung . . . . .	309
2. Beteiligung der Presseabteilung an den Lenkungsmaßnahmen . . . . .	311
3. Informelle Kontakte zur deutschen Presse: Die „Mittwochrunde“ . . . . .	314
4. Die „Zensur“ der deutschen Presse durch die Abteilung . . . . .	318
5. Zwei Aufzeichnungen vom Oktober 1941: Führungsanspruch der Presseabteilung auch gegenüber der deutschen Presse . . . . .	320
Schluß: Erfolge und Mißerfolge der Abteilung: Bürokratische Eigendynamik und instrumentalisierter „Führerwille“ . . . . .	325
Verzeichnis der Übersichten . . . . .	339
Quellen- und Literaturverzeichnis . . . . .	340
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	350
Personenregister . . . . .	353