

d'Angelo, Ariane: *Promouvoir la RFA à l'étranger 1958–1969. L'exemple de la France*. Villeneuve-d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion 2018. ISBN: 978-2-7574-1923-6; 370 S.

Rezensiert von: Nicolas Hubé, Centre européen de sociologie et de science politique, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Dieser neue, von Ariane d'Angelo verfasste Band der Germanistik-Reihe „Mondes germaniques“ des Universitätsverlags Presses Universitaires du Septentrion schließt sich einer Reihe von Studien über Deutschland im französischen Sprachraum an. Das Buch behandelt die politische Öffentlichkeitsarbeit der Bundesrepublik Deutschland im Ausland bis Ende der 1960er-Jahre. Es richtet sich primär an eine französische Leserschaft, die sich insbesondere für die Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Propaganda in Europa, die deutsch-französischen Beziehungen oder für die politische Geschichte Deutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg interessiert.

In Frankreich war die Öffentlichkeitsarbeit des französischen Staatsapparates vor wie nach dem Krieg Gegenstand historischer Untersuchungen.¹ Auch sind bereits einige Publikationen von Thomas Mergel über die Weimarer Zeit ins Französische übersetzt worden, Studien über die Bundesrepublik Deutschland sind in diesem Bereich bisher jedoch ausgeblieben. Auch in Deutschland hat man mehr Forschung über das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda betrieben als über das Bundespresseamt (BPA). D'Angelos Dissertationsschrift weckt daher einige Erwartungen und reicht über das im Untertitel apostrophierte Beispiel Frankreich hinaus, so dass sie auch für eine deutsche Leserschaft interessant ist: „Promouvoir la RFA à l'étranger 1958–1969. L'exemple de la France“ erzählt die innerdeutsche Geschichte mit Fokus auf den Kampf um die Unterstützung der internationalen Öffentlichkeit. Zentral sind dabei die Fragen nach dem Status von Berlin, der Oder-Neiße-Grenze, der Existenz der Deutschen Demokratischen Republik sowie der Kriegsschuld.

Die Studie ist in drei Teile und acht Kapitel gegliedert, wobei der erste Teil die Verknüp-

fungen zwischen Propaganda und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland untersucht. Wie in anderen Ländern auch gab es in Deutschland während der Nachkriegszeit keine signifikanten Unterschiede zwischen diesen Konzepten. Allerdings haben die deutschen „PR-Päpste“ (Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger)² mithilfe des neuen, aus den USA importierten Faches der „Public Relations“ Öffentlichkeitsarbeit als eine „neue“ demokratische Wissenschaft etablieren und verkaufen können.

Im Zweiten Teil des Buches behandelt d'Angelo vor allem die Kontinuitäten von Propagandawissenschaft und NS-Staatsapparat in der Adenauer-Zeit, wobei einiges schon bekannt ist.³ Neu sind aber, von der Verfasserin in den drei Kapiteln dieses Teils sehr systematisch dargestellt, Erkenntnisse über die Rechtfertigungen der Pressepolitik von Seiten des Bundespresseamtes und einer Gruppe von Pressesprechern (Werner Krueger, Karl-Günther von Hase, Günter Diehl und andere) um Adenauer. So wurden zum Beispiel die sogenannten Tee-Gespräche Adenauers als „softes“ Propaganda-Instrument genutzt. D'Angelo zeigt den langwierigen Legitimationsprozess der regierungsamtlichen Öffentlichkeitsarbeit bis zum Urteil des Bundesverfassungsgerichts 1977 auf.

Darüber hinaus wird der komplizierte Aufbau einer gesonderten Verwaltung für die Politische Öffentlichkeitsarbeit im Ausland (PÖA) geschildert, die zwischen Auswärtigem Amt, BPA (und seinem Service „Internationales“) und dem Bundesministerium für gesamtdeutsche Fragen (BMG) umstritten

¹ Didier Georgakakis, *La République contre la propagande. aux origines perdues de la communication d'Etat en France (1917–1940)*, Paris 2004; Caroline Ollivier-Yaniv, *L'Etat communicant*, Paris 2000.

² Peer Heinelt, 'PR-Päpste'. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger, Berlin 2003.

³ Peter Hoeres, Außenpolitik und Öffentlichkeit. Massenmedien, Meinungsforschung und Arkanpolitik in den deutsch-amerikanischen Beziehungen von Erhard bis Brandt, München 2013; Matthias Weiß, *Öffentlichkeit als Therapie. Die Medien- und Informationspolitik der Regierung Adenauer zwischen Propaganda und kritischer Aufklärung*, in: Frank Bösch / Nobert Frei (Hrsg.), *Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert*, Göttingen 2006, S. 73–120.

war. Die Autorin nennt spannende Details über die Zirkulation von Methoden, Technik und Experten zwischen US-amerikanischen PR-Spezialisten (z.B. Roy Bernard) und der BRD. Das dritte Unterkapitel dieses Teils ist der komplexeste, aber auch spannendste Abschnitt des Buches: Nach dem Mauerbau wurde die gesamtdeutsche bzw. Berliner Frage zum kaum lösbaren Problem der politischen Öffentlichkeitsarbeit in der Bundesrepublik. Die Verfasserin gibt konkrete Einblicke in die Praxis von Regierung und Verwaltung, wobei nicht nur zwei Staaten (BRD und DDR), sondern auch drei Ministerien und West-Berlin (in dem Willy Brandt als parlamentarischer Oppositionschef regierte) versuchten, ihre jeweilige Öffentlichkeitsarbeit durchzusetzen und so ihre eigene Politik zu legitimieren. Die französische Öffentlichkeit ist dabei stets die von d'Angelo untersuchte Zielgruppe der bundesdeutschen Bemühungen.

Der dritte Teil beleuchtet die gesamtdeutsche Frage im Kontext der deutsch-französischen Beziehungen und stellt in drei Kapiteln die bundesdeutsche Arbeit an politischer Legitimation in der Öffentlichkeit vor. Zunächst beschreibt die Autorin die französischen Medien, auf die die Adenauer-Regierung hauptsächlich abzielte: Wenig überraschend waren es unter De Gaulle „Le Monde“, „Le Figaro“, „Paris-Match“ und der öffentlich-rechtliche Rundfunk (Office de Radiodiffusion Télévision Française, ORTF). D'Angelo zeigt, dass die PR-Kampagnen wenig erfolgreich waren, da die besagten Medien ihr eigenes Deutschlandbild hatten, dem ihre Berichterstattung primär folgte.

Ferner beschreibt die Autorin die Schwierigkeiten, die sich – trotz Elysee-Vertrag – aus De Gaulles Haltung zur Anerkennung der Oder-Neiße-Grenze und zur Normalisierung der Beziehungen zwischen Frankreich und der DDR für die bundesrepublikanische Öffentlichkeitsarbeit ergaben. Auch Teile der französischen Zivilgesellschaft, etwa ehemalige Kriegsgefangene, Germanistiklehrervereine, Gewerkschaften, z.B. der kommunistische Gewerkschaftsbund Confédération générale du travail (CGT), und Parteien (insbesondere die Parti communiste français, PCF) standen für eine gesamtdeutsche Kooperati-

on und ein verbessertes Verhältnis zur DDR. Das Beispiel der Zeitschrift „Scala International“ (S. 231–234) ist besonders interessant, da sie als Teil der westdeutschen „Selbstdarstellung“ auch wegen ihrer Haltung zur DDR keine wirkliche Bedeutung in Frankreich erlangte. Wie d'Angelo zeigt, konnten die Bemühungen der BRD aufgrund der lebendigen Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg in Frankreich stets nur zurückhaltend sein, was die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit weiter komplizierte. In der Tat sah sich die BRD in Frankreich stets einem breiten Meinungsspektrum gegenüber, sowohl in Bezug auf die beiden deutschen Staaten, als auch auf den Zweiten Weltkrieg. Gleiches galt für andere Themen oder Ereignisse wie die weltpolitische Lage im Kalten Krieg oder den Bau der Berliner Mauer, die kein spezifischer Teil der deutsch-französischen Beziehungen waren.

Hier liegt auch einer der Kritikpunkte an d'Angelos Studie: Es fehlt eine übergreifende Perspektive. Das Buch bietet zahlreiche wichtige Befunde zur Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, jedoch wäre eine Darstellung wünschenswert, die über die Jahre 1958–1969 hinausreicht. Teilweise geht d'Angelo selbst über ihren Zeitrahmen hinaus, ohne jedoch tiefere Einblicke in die staatlichen Praxen zu geben – dies hätte wohl einen anderen Forschungsansatz vorausgesetzt. Zudem fehlen Befunde, um die Öffentlichkeitsarbeit der DDR in Frankreich zu verstehen, so dass der Eindruck entsteht, nur eine Seite der Geschichte zu kennen. Zwar wird die Gegenpropaganda der DDR nicht völlig ausgeblendet, sie kommt jedoch meist nur als Negativbild in Abgrenzung zur Öffentlichkeitsarbeit der BRD vor. Eine systematische Einbeziehung der DDR hätte sicherlich den Rahmen einer Dissertation gesprengt, aber durch die Konzentration auf bestimmte Ereignisse wäre dieses Problem lösbar gewesen.

Nichtdestotrotz ist diese Studie ein wichtiger Beitrag, um die Kontinuitäten der deutschen Öffentlichkeitsarbeit nach dem Zweiten Weltkrieg zu verstehen. Die Studie von Ariane d'Angelo füllt hier ohne Zweifel eine Lücke. Weite Teile der politischen Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland harren aber nach wie vor der Erforschung. Das gilt gerade auch für die Vorgeschichte, etwa die Arbeit der

Vereinigten Presseabteilung der Reichsregierung in der Weimarer Republik. Es wäre daher wünschenswert, wenn das Thema durch weitere Forschung aufgegriffen würde.

HistLit 2018-4-180 / Nicolas Hubé über d'Angelo, Ariane : *Promouvoir la RFA à l'étranger 1958–1969. L'exemple de la France*. Villeneuve-d'Ascq 2018, in: H-Soz-Kult 14.12.2018.