

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte = Revue suisse d'histoire = Rivista storica svizzera

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Geschichte

Band: 58 (2008)

Heft: 2

Artikel: Im Auftrag Woodrow Wilsons in der Schweiz : Vira B. Whitehouses Einsatz in Bern

Autor: Hauser, Benedikt

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-99094>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Im Auftrag Woodrow Wilsons in der Schweiz: Vira B. Whitehouses Einsatz in Bern

Benedikt Hauser

Vira B. Whitehouse dürfte die erste Frau gewesen sein, die in offizieller Mission ausländische Interessen in der Schweiz vertrat. Das 1917 von Präsident Wilson ins Leben gerufene *Committee on Public Information* hatte sie zum *Director for Switzerland* ernannt und sie nach Bern entsandt, wo sie Anfang 1918 eintraf. Ihr Auftrag bestand in der Herstellung von Kontakten zu Presseagenturen und Zeitungen und in der Betreuung von Öffentlichkeitsarbeit für die USA.

Eingang in die jüngere Geschichtsschreibung der Schweiz haben Whitehouses Tätigkeiten bis heute kaum gefunden. Die folgenden Zeilen verstehen sich als Beitrag, mit dem auf diese Lücke hingewiesen werden soll. Als Quellen beigezogen wurden das von Whitehouse selbst über ihren Berner Einsatz verfasste Buch und die wichtigste Sekundärliteratur¹.

Das Committee on Public Information

Das *Committee on Public Information (CPI)* war im April 1917 als Folge des Kriegseintritts der USA gegründet worden². Geleitet wurde es von George Creel (1876–1953). Der Autodidakt und Selfmademan aus dem Bundesstaat Missouri war zunächst Reporter und Herausgeber einer Zeitung und hatte sich durch einen aggressiven Enthüllungs-Journalismus profiliert. Er unterstützte dabei aktiv Reformen wie die Einführung des Frauenstimmrechts oder den Erlass von Gesetzesbestimmungen zur Einschränkung von Kinderarbeit. 1916 engagierte er sich für Wilsons Wiederwahl als Präsident und leitete ein Komitee, dem bekannte Schriftsteller und Publizisten angehörten, welche sich mit Aufrufen und Pamphleten zugunsten Wilsons an die Öffentlichkeit wandten.

Die Initiative zur Gründung des CPI war von Creel selbst ausgegangen. Er verfolgte dabei die Idee, dass die USA als kriegsführende Nation auf ein professionell betriebenes Informations-Management angewiesen waren, bei welchem

1 Vira B. Whitehouse, *A Year as a Government Agent*, New York, 1920. Heinz K. Meier, *Friendship under Stress: U.S.-Swiss Relations 1900–1950*, Bern, 1970. Gregg Wolper, «Woodrow Wilson's New Diplomacy. Vira Whitehouse in Switzerland, 1918», in: *Prologue. Quarterly of the National Archives*. Fall 1992, Vol. 24 no. 3. Tibor Glant, «Against All Odds: Vira B. Whitehouse and Rosika Schwimmer in Switzerland», 1918», in: *American Studies International*, February 2002, Vol. XL, No. 1.

2 Soweit nicht anderweitig vermerkt, basieren die Angaben über das CPI auf: Stephen Vaughn, *Holding Fast the Inner Lines. Democracy, Nationalism, and the Committee on Public Information*, Chapel Hill 1980.

nicht die Zensur von Informationen, sondern deren proaktive Generierung und Verbreitung vorherrschend sein sollten: «*Expression, not suppression*», lautete seine Philosophie³. In einem Mitte März 1917 an den mit ihm befreundeten *State Secretary of the Navy*, Josephus Daniels, gerichteten Brief hatte Creel entsprechende Vorschläge formuliert. Daniels besprach diese Anfang April mit Wilson selbst, der sie sehr positiv aufnahm. Kurz danach unterzeichnete er zusammen mit Aussenminister Robert Lansing den Erlass, mit welchem das CPI gegründet wurde.

Creel war ein glühender Verfechter der von Wilson vertretenen *New Diplomacy*, die der Politik des Mächtegleichgewichts und der Geheimdiplomatie misstraute und eine sich auf die freie Meinungsbildung abstützende und öffentlich zu praktizierende internationale Kooperation propagierte. «*Opinion ultimately governs the world*»⁴ Diesem Credo Wilsons lag die Gewissheit zugrunde, dass sich die öffentliche Meinung als Summe der einzelnen Meinungen ergibt, die, da die Menschen vernünftige Wesen sind, unverfälscht das rationale Denken zum Ausdruck bringen, womit dem Despotismus und dem Militarismus ein für allemal ein Riegel geschoben werden könne⁵.

Hatten sich die USA zum Kriegseintritt entschlossen, so war dieser Schritt mit der Absicht erfolgt, der *New Diplomacy* im Interesse der Menschheit weltweit zum Durchbruch zu verhelfen: Für Creel war sein Land wie kein anderes prädestiniert, hier eine Schlüsselrolle wahrzunehmen, denn die «*absolute justice of America's cause*» und die «*absolute selflessness of America's aims*» standen für ihn unverrückbar fest⁶. Dem CPI kam dabei die Mission von historischer Bedeutung zu, diese «Sachverhalte» darzustellen und sie zu verbreiten, um sie in die Bildung der öffentlichen Meinung einfließen zu lassen.

Damit bestand ein konzeptioneller Rahmen, der schier unbeschränkte Handlungsmöglichkeiten eröffnete und die Creel denn auch mit einem beispiellosen Tatendrang zu nutzen verstand. In nur kurzer Zeit entwickelte sich das CPI zu einer PR- und Propaganda-Maschinerie mit einem auch heute noch beeindruckenden Output von Communiqués, Inseraten, Pamphleten und Broschüren bis hin zu Fotografien, Karikaturen und Filmen. Im festen Bestreben, die grösstmögliche Breitenwirkung zu erzielen, schreckte man nicht davor zurück, mit einer einprägsamen Symbolik die Welt in Gut und Böse einzuteilen, sich selbst zum Retter der Zivilisation empor zu stilisieren und den Gegner mit allen Kniffs und Tricks der Manipulation systematisch zu verteufeln. Dabei ging man flächendeckend vor und nutzte sämtliche sich bietenden Kanäle der Diffusion. So wurde in Ermangelung eines Mediums wie des Radios ein engmaschiges Netz von sogenannten *Four Minute Men* aufgezogen, die auf Abruf verfügbar waren und sich nach standardisierten Vorgaben des CPI an regulären oder eigens organisierten Anlässen in kurzen Ansprachen an die lokale Öffentlichkeit zu richten hatten. Allein in Chicago soll es so während des Krieges gelungen sein, mit 451 Rednern, die insgesamt rund 50 000 Auftritte absolvierten, 25 Millionen Personen anzusprechen.

3 Vaughn, S. 218.

4 Zitiert nach Frank Ninkovich, *The Wilsonian Century. U.S. Foreign Policy since 1900*. Chicago / London 1999 S. 67.

5 So war Creel der Überzeugung, «*that public opinion ... has its source in the minds of people, that it has its base in the reason...*» Zitiert nach Vaughn, S. 20. Zu dieser Thematik generell vgl. David M. Kennedy, *Over Here: The First World War and the American Society*, New York 2004 (Erstausgabe: 1980).

6 Zitiert nach Vaughn, S. 20.

Mutet dieser Aufwand den heutigen Betrachter fanatisch wenn nicht gar hysterisch an, so darf nicht übersehen werden, dass der Kriegseintritt einen radikalen Bruch in der Aussenpolitik des Landes markierte und dass seine Bevölkerung verhältnismässig heterogen zusammengesetzt war. Von damals rund 100 Millionen Einwohnern waren 14,5 nicht in den USA selbst zur Welt gekommen; zusätzliche 6,5 Millionen waren Secondos, die oft noch enge Beziehungen zum Herkunftsland ihrer Eltern unterhielten⁷. Der Stiftung einer «kollektiven Identität»⁸ und der Schaffung einer «politischen Deutungskultur»⁹ kam somit die wichtige integrative Funktion zu, die soziokulturell fragmentierte Gesellschaft zu einigen und sie als national denkende Gemeinschaft zu mobilisieren. Handlungsbedarf war hier umso mehr gegeben, als eine unmittelbar wahrnehmbare physische Bedrohung durch die Armee eines feindlichen Staates fehlte¹⁰. Wilsons Zielvorgabe lautete: «*It is not an army we must shape and train for war, it is a nation.*»¹¹

Brennpunkt Bern

Die Tätigkeiten des CPI zielten nicht nur auf das Inland ab. Wilson und Creel dachten in globalen Dimensionen und richteten ihr Handeln konsequent auch auf die Weltöffentlichkeit aus. Wies man dabei der Schweiz eine wichtige Rolle zu, so deshalb, weil das neutrale und vielsprachige Land gleich mehrfach Möglichkeiten bot, über seine Grenzen hinaus auf die Meinungsbildung in anderen Staaten einzuwirken. Im Vordergrund standen dabei die im Ausland verbreiteten Schweizer Zeitungen und die sich in der Schweiz aufhaltenden Staatsangehörigen der Mittelmächte, die man z.B. durch die Auflage von Magazinen in Hotels und Sanatorien anzusprechen versuchte¹². Zudem galt es, ein Gegengewicht zu den Aktivitäten der Zentralstelle für Auslandsdienst des deutschen Kaiserreichs zu setzen, die den Schwerpunkt ihrer Tätigkeiten mit ähnlichen Überlegungen wie das CPI ebenfalls auf die Schweiz gelegt hatte und deren markante Präsenz nicht zu verkennen war¹³. Wichtig war sodann die Belieferung von Agenturen und Medien mit offiziellen Communiqués: Das CPI füllte hier eine wichtige Lücke: Während es in Grossbritannien, Frankreich oder Deutschland Presseagenturen wie *Reuters*, *Havas* oder

7 Vaughn, S. 3.

8 Zu dieser Thematik vgl. Wolfram Pyta, *Hindenburg. Herrschaft zwischen Hohenzollern und Hitler*, Siedler 2007, S. 57ff. (Exkurs zu den Voraussetzungen für die erfolgreiche mediale Selbstinszenierung Hindenburgs).

9 Gemäss Pyta (S. 61) stammt der Ausdruck von Karl Rohe, der ihn schon vor mehr als 20 Jahren in die wissenschaftliche Diskussion einbrachte.

10 Kennedy, S. 48.

11 Zitiert nach Vaughn, S. 4.

12 Jürgen Wilke, «German Foreign Propaganda During World War I: The Central Office for Foreign Services», in: Ders. (Hg.), *Propaganda in the 20th Century: Contribution to its History*, New Jersey 1998, S. 13. Wurde der Schweizer Presse hier eine besondere Bedeutung zugemessen, so ist dies u.a. auch auf die Tatsache zurückzuführen, dass es den deutschen Behörden während der ganzen Zeit des Ersten Weltkrieges nie gelungen ist, eine systematisch gehandhabte Zensur im Sinne einer radikalen Gleichschaltung der Presse durchzusetzen, was sich gemäss Pyta (S. 116ff.) mit der unkoordinierten Aufteilung der Zuständigkeiten für die Zensur auf verschiedene Stellen erklären lässt.

13 Wilke, S. 13, sowie Karl Hänggi, *Die deutsche Propaganda in der Schweizer Presse*, Laupen-Bern 1918.

Wolff gab, die im Dienste der Regierung standen oder eng mit ihr kooperierten, hatten die USA nichts Vergleichbares vorzuweisen.

Die Leitung des Büros wurde Vira B. Whitehouse (1875–1957) übertragen. Ausschlaggebend für diese Ernennung waren mehrere Gründe: Als sich Creel 1913 als Journalist in New York niederliess, bot er seine Dienste dem *Empire State Campaign Committee* an, das für das Frauenstimmrecht kämpfte und dessen Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit Vira B. Whitehouse vorstand. Creel war von Whitehouses Führungsqualitäten und ihrem grossen Arbeitswillen sehr beeindruckt. Hinzu kam, dass ihr Einsatz als Vorsitzende des *New York State Woman Suffrage Party*, zu der sie kurz danach ernannt wurde, im April 1917 mit der Annahme einer Vorlage zur Einführung des Frauenstimmrechts im Staat New York von Erfolg gekrönt war, so dass sie für andere Aufgaben zur Verfügung stand. Über ihre Herkunft und ihre Person ist nur wenig bekannt: Sie stammte aus Virginia, hatte ein College in New Orleans besucht und war seit 1898 mit Norman de R. Whitehouse, einem New Yorker Börsenmakler, verheiratet. Die Schweiz hatte sie früher einmal als Touristin bereist. Sie sprach Französisch und gebrochen Deutsch (Abb. 1)¹⁴.

Whitehouses Arbeitsbeginn in Bern am 26. Januar 1918 stand unter keinem guten Stern¹⁵. Kurz zuvor war in der Schweizer Presse eine Mitteilung erschienen, die besagte, dass die Vereinigten Staaten demnächst ein Propagandabüro in der Schweiz eröffnen, dessen Leitung durch einen New Yorker Bankier namens Norman Whitehouse wahrgenommen würde. Den ersten Sekretär der US-Legation in Bern, der bis anhin offensichtlich nichts von der Sache wusste, versetzte dies in Rage. Propaganda habe nur Aussicht auf Erfolg, wenn sie verdeckt vorgenommen werde, gab er seinen Vorgesetzten im *State Department* zu verstehen; er bat deshalb um die Erlaubnis, ein offizielles Dementi zu Whitehouses Mission veröffentlichen zu dürfen, das die Zentrale in Washington umgehend gleich selbst erstellte. Die Mitteilung enthielt einerseits die Richtigstellung, dass sich *Frau* Whitehouse und nicht ihr Gatte Norman in die Schweiz begäbe, verbreitete andererseits aber auch die wohl absichtlich lancierte Fehlinformation, dass der Zweck der Mission nicht die Betreuung von Propaganda, sondern eine Untersuchung der örtlichen Lebensbedingungen von Frauen und Kindern sei. Die Legation war dafür besorgt, dass dieses Dementi noch vor Whitehouses Ankunft in der Schweizer Presse publiziert wurde.

Der Konflikt zwischen Whitehouse und der US-Legation in Bern war somit gleichsam vorprogrammiert. Im Zentrum stand die Frage, ob das *State Department* oder das CPI für die Propagandatätigkeiten im Ausland zuständig war. Nach rund zwei Monaten eskalierte der Streit: Whitehouse war nicht bereit, sich mit der Obstruktion abzufinden, welche die Legation ihr gegenüber an den Tag legte, indem sie sich beispielsweise weigerte, ihr eine für ihre Arbeit unabdingbare offizielle Beglaubigung auszustellen, oder die Kontakte zur Presse ihr alleine zu überlassen. Mit der festen Absicht, die Dinge an oberster Stelle zu klären und danach

14 Angaben gemäss *Arthur and Elizabeth Schlesinger Library on the History of Women in America*. Harvard University Library. Oasis: Online Archival Search Information System (<http://oasis.lib.harvard.edu/oasis/deliver/~sch00966> [konsultiert am 3. 1. 2008]) und gemäss Whitehouse selbst (S. 4, 129). Der Buchstabe *B* in Whitehouses Name steht für Boorman, den Familiennamen ihrer Eltern.

15 Die folgenden Ausführungen stützen sich, soweit nicht anderweitig vermerkt, auf Wolper ab (vgl. oben Fussnote 1).



Abbildung 1. Vira B. Whitehouse mit Hund Sonny (1918, Bern).

ihre Arbeit in der Schweiz wieder aufzunehmen, reiste sie Anfang April gegen den Willen Creels, der sie zur Mässigung anhielt, in die USA zurück.

Als Minister Pleasant A. Stovall von der Legation in Bern Kenntnis davon bekam, hielt er in einem direkt an Aussenminister Lansing gerichteten Schreiben fest, dass er eine Rückkehr Whitehouses in die Schweiz als kontraproduktiv betrachte. Lansing unterbreitete darauf die Sache dem Präsidenten selbst, und Wilson entschied sich zugunsten des CPI. Er hielt den Sachverhalt in zwei durch ihn selbst unterzeichneten Schreiben fest: Im ersten bestätigte er seine Unterstützung für Whitehouses Mission, und mit dem zweiten wies er die Legation in Bern an, mit der Vertreterin des CPI gemäss seinen Vorgaben zu kooperieren.

Whitehouse begab sich darauf erneut nach Bern und nahm Mitte Juni 1918 ihre eigentlichen Tätigkeiten auf.

Durchbruch und Erfolg

Wie Wilson und Creel war Whitehouse vom Idealismus der USA und ihrer Mission als Retterin der Demokratie in einem Umfeld, das sie als «*the greatest crisis of civilisation*»¹⁶ bezeichnete, felsenfest überzeugt. Klar war ebenfalls, dass Deutschland der omnipräsente und heimtückisch aktive Feind war, den es mit allen Mitteln zu bekämpfen galt. Innovativ für ihre Zeit war ihr Ansatz, im Sinne ihres «*plea of public work*»¹⁷ ihre Tätigkeit publik zu machen und mit den Zensurbehörden in der Schweiz, denen sie sämtliche Communiqués vor ihrer Veröffentlichung vorlegte, voll zu kooperieren¹⁸. Damit grenzte sie sich klar gegenüber der Legation ihres eigenen Landes ab, deren erstem Sekretär sie vorwarf, «*trained in secrecy*» und «*untrained in publicity*» zu sein¹⁹. Und selbst wenn sie sich nicht scheute, gelegentlich Propagandamittel einzusetzen, so war für sie stets klar, dass ihrer Arbeit das Ziel zugrunde liegen musste, eine tragfähige Basis für ein besseres Verständnis für die Politik der USA in der Schweiz zu schaffen, und dass Glaubwürdigkeit und Faktensicherheit die dafür erforderlichen Voraussetzungen darstellten²⁰.

Wichtig waren aber auch ihre gute persönliche Vernetzung und ihre klar strukturierte Arbeitsweise. So war einer ihrer ersten Schritte nach der Rückkehr nach Bern ein Besuch bei Bundespräsident Felix Calonder²¹. Mit der Unterstützung von Minister Hans Sulzer in Washington hatte sie zudem Kontakte zum damals wohl besten Schweizer Kenner der USA, dem in New York aufgewachsenen William E. Rappard, geknüpft, der als Professor in Genf über ein weit verzweigtes Beziehungsnetz verfügte und zudem ein Jahr zuvor als Mitglied einer offiziellen Schweizer Delegation von Wilson persönlich empfangen worden war²². Whitehouse dokumentierte sich aber auch so vollständig wie möglich über die Auflage und die Ausrichtung sämtlicher in der Schweiz erscheinenden Zeitungen und Magazine, die sie mit zielgruppengerecht verfassten Beiträgen belieferte, und sie wertete ihre Arbeit systematisch aus. So erwähnt sie in ihrem Buch nicht ohne Stolz, dass wöchentlich bis zu 2000 Stellen in der Presse zu verzeichnen waren, welche die USA erwähnten und auf ihre Initiative zurückzuführen waren²³. Nicht unerwähnt bleiben darf auch ihre hohe Einsatzbereitschaft: Als sie beispielsweise feststellte, dass über eine Rede Wilsons nur auszugsweise in der Presse berichtet wurde, zögerte sie nicht, ein Auto zu mieten, um unverzüglich persönlich bei den Chefredaktoren der wichtigsten Zeitungen vorzusprechen, was denn auch zu einer integralen Wiedergabe der Ansprache geführt haben soll²⁴.

16 Whitehouse, S. 156.

17 Whitehouse, S. 45.

18 Whitehouse, S. 148.

19 Whitehouse, S. 48.

20 Whitehouse, S. 144.

21 Whitehouse, S. 113.

22 Zu Rappard vgl. Victor Monnier, *William E. Rappard, Défenseur des libertés, serviteur de son pays et de la communauté internationale*, Genf / Basel, 1995

23 Whitehouse, S. 135.

24 Whitehouse, S. 128.

Höhepunkt ihre Bemühungen war zweifellos die Pressereise in die USA, die sie mit der beratenden Unterstützung von Bundespräsident Calonder für die Chefredaktoren der *Neuen Zürcher Zeitung*, der *Basler Nachrichten*, der *Gazette de Lausanne*, des *Journal de Genève*, des *Bund* und der *National-Zeitung* organisierte. Die Reise wurde zum vollen Erfolg²⁵. Heinz K. Meier spricht zu Recht von einem Wendepunkt in der Wahrnehmung der USA durch die Schweiz als neu zu entdeckendes und mit den führenden Staaten des alten Kontinentes zu vergleichendes Land²⁶.

Whitehouse kehrte Ende 1918 in die USA zurück. 1921 erwarb sie ein Unternehmen, das in der lederverarbeitenden Industrie tätig war, reorganisierte es und verkaufte es 1929 noch vor dem Börsencrash. Zudem betreute sie weiterhin politische Kampagnen und war in führenden Positionen von Frauenorganisationen tätig²⁷.

Ausblick

Lässt sich Whitehouses Einsatz in Bern als *success story* bezeichnen? Dass sie sich als von aussen kommende Frau gegenüber dem ausschliesslich männlich zusammengesetzten Umfeld der etablierten US-Diplomatie in Bern durchzusetzen vermochte, spräche zweifellos dafür. Man müsste indessen auch versuchen, die Resultate ihrer Arbeit zu bewerten und sie mit den Propagandatätigkeiten anderer Staaten in der Schweiz in Bezug zu setzen, wozu vertiefte Abklärungen erforderlich wären: Aussagekräftig sind solche Untersuchungen nur, wenn man zwischen verschiedenen möglichen Medienwirkungen differenziert und wenn ebenfalls die Problematik der nicht intendierten Negativeffekte miteinbezogen wird, die, wenn überhaupt, meist erst längere Zeit im nachhinein erfassbar werden²⁸.

Viel versprechend wäre wohl auch eine Bearbeitung der Frage, wie einerseits das offizielle Bern auf Whitehouses Einsatz reagierte und welche Auswirkungen andererseits ihre Tätigkeiten auf die Wahrnehmung der Schweiz als Plattform der Diffusion von Informationen sowohl bei den Staaten der Entente als auch bei den Mittelmächten hatte. Für die Thematik der Nutzung oder – aus schweizerischer Sicht betrachtet – des Missbrauchs der Neutralität für die indirekte Kriegsführung mit dem «Kampfmittel»²⁹ der Propaganda dürften sich hier mit Sicherheit aufschlussreiche Erkenntnisse gewinnen lassen.

25 Davon zeugen die auch heute noch mit Gewinn zu lesenden Reportagen der Chefredaktoren Eduard Fueter (NZZ), Albert Oeri (Basler Nachrichten), Ernst Schürch (Der Bund) oder Edwin Strub (National-Zeitung). Für weiterführende Angaben vgl. Meier, S. 132ff.

26 Meier, S. 134.

27 Angaben gemäss *Arthur and Elizabeth Schlesinger Library on the History of Women in America* (vgl. oben Fussnote 14).

28 Zu dieser Thematik vgl. Heinz Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, Bd. 1–2, Konstanz 2004, sowie John Horne, Alan Kramer, *Deutsche Kriegsgreuel 1914. Die umstrittene Wahrheit*, Hamburg 2004. Wie die Autoren dieses Buches zeigen, hatten die von der englischen Kriegspropaganda in die Welt gesetzten Greuelgeschichten der angeblich durch deutsche Soldaten Kindern in Belgien abgehackten Hände zur Folge, dass die tatsächlich an der belgischen Bevölkerung verübten Massaker jahrzehntelang nicht zur Kenntnis genommen worden sind.

29 Vom Leiter der Fotoabteilung des Wiener Kriegsarchivs 1916 für im Ausland verbreitete Kriegsbilder und Fotografien verwendete Bezeichnung. Vgl. Anton Holzer, *Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg*, Darmstadt, 2007, S. 32.

Nicht zu übersehen ist schliesslich der sich gerade im derzeitigen Kontext ergebende Bezug zur Gegenwart. Wie ein der Demokratie verpflichteter Staat sich in einem Umfeld der reellen oder der vermeintlichen Bedrohung kommunikativ verhalten soll, ist als Frage heute aktueller denn je. Einfache Antworten darauf gibt es nicht. Immerhin: Vira B. Whitehouses Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit als Mittel der Vertrauensbildung und der Herstellung von Transparenz dürfte diesbezüglich zukunftsweisend sein.