

- Klassenkonflikt, sondern eine ethnische Kluft zwischen einem fortschrittlichen Europa und einem rückständigen Asien – eine Botschaft, die wohl zum internationalen Erfolg des Films beitrug.⁹³ In Wien konnten sich die feindlichen Parteien am 13. und 14. Mai 1933 jedenfalls auf diesen Gegensatz verständigen, sei es im kommunistischen Kino oder bei den „Türkenbefreiungsfeiern“, die am Samstag in der **Engelmann-Arena** und am Sonntag im **Schlosspark Schönbrunn** stattfanden.
- II.7
II.10

9. *Neue Freie Presse*



Ort Fichtegasse 11, I. Innere Stadt
Zeit 14. Mai 1933, 6:00 Uhr

Abb. 27, S. 77

Die *Neue Freie Presse* veröffentlicht in der Sonntagsausgabe vom 14. Mai 1933, erhältlich ab 6 Uhr, einen Essay mit dem Titel „Humbug, Bluff und Ballyhoo: Von Barnum bis Bernays“. Der Publizist und Theaterregisseur Arthur Rundt beschreibt einen historischen „Wandel des amerikanischen Geistes“ anhand von **zwei Experten der öffentlichen Meinung**: „Zu Beginn steht der Name des großen Schau- und Reklamemanns Phineas Taylor Barnum, am Ende der Analytiker der Massenpsyche Eduard L. Bernays [...]“⁹⁴ Bevor der Text im wichtigsten bürgerlichen Blatt Wiens erschien, dessen Redaktion sich in der **Fichtegasse 11** befand, war er im April-Heft der Berliner Zeitschrift *Der Querschnitt* herausgekommen.⁹⁵ Dem Beitrag liegt ein Artikel über die „Wissenschaft des Ballyhoo“ zugrunde, den John T. Flynn ein Jahr zuvor in *Atlantic Monthly* publiziert hatte.⁹⁶ Für beide Autoren gehören Barnums große Bluffs ins 19. Jahrhundert; das zeitgenössische Amerika stehe hingegen

Abb. 120, S. 282

- 93 Vgl. Payne: „Viktor Turin's ‚Turksib‘ (1929) and Soviet Orientalism“, S. 53–56.
94 Arthur Rundt: „Humbug, Bluff und Ballyhoo. Von Barnum bis Bernays“, in: *Neue Freie Presse* (Wien), 14. Mai 1933 (Morgenblatt), S. 25–26. Die folgenden Kurzreferenzen beziehen sich auf diese Quelle.
95 Vgl. Arthur Rundt: „Humbug, Bluff und Ballyhoo. Von Barnum bis Bernays“, in: *Der Querschnitt* (Berlin), 13/4 (April 1933), S. 265–269.
96 Vgl. John T. Flynn: „Edward L. Bernays. The Science of Ballyhoo“, in: *Atlantic Monthly* (Boston), 149/5 (Mai 1932), S. 562–571.



im Zeichen wissenschaftlicher Public Relations, wie sie Bernays, ein Neffe Sigmund Freuds, betreibt.

Barnums Karriere als Schausteller begann 1835, als er eine alte, blinde Sklavin kaufte und öffentlich behauptete, es handle sich um Joice Heth, die Amme von George Washington. Tatsächlich war die Frau nicht 161-jährig, sondern nur halb so alt, wie sich nach ihrem Tod herausstellte. Auch für das American Museum in New York, das Barnum 1841 übernahm, wurden „Humbug, Bluff und Ballyhoo“ inszeniert. Der Artikel in der *Neuen Freien Presse* erwähnt beispielsweise den „Zwerg-general“ Tom Thumb: Barnum brachte einem kleinwüchsigen Jungen bei, historische Figuren wie Herkules oder Napoleon zu imitieren, und zeigte die Kunststücke in seinem Kuriositätenkabinett.⁹⁷ Da die Show großes Aufsehen erregte, tourten die beiden durch Europa, wo General Thumb sogar vor der englischen Königin und dem russischen Zaren auftrat. Nachdem das American Museum niedergebrannt war, gründete Barnum

97 Vgl. Rundt: „Humbug, Bluff und Ballyhoo“, S. 25–26.

einen Wanderzirkus, dessen Hauptattraktion, ein afrikanischer Elefant, in den USA eine „Jumbomania“ auslöste.⁹⁸

Im Gegensatz zu Barnum, der sich selbst „Prinz Humbug“ nannte,⁹⁹ zog es Edward Bernays vor, seine Kampagnen aus dem Hintergrund zu führen. Für Rundt, den Autor der *Neuen Freien Presse*, galt er als „interessantester und geistig ernstester Vertreter“ des Ballyhoo, d.h. einer indirekten „Reklame mit dem Umweg über die Psychologie“.¹⁰⁰ Edward war 1891 in Wien zur Welt gekommen, als Sohn von Sigmund Freuds Schwester Anna und ihrem Mann Ely Bernays, dem Bruder von Martha Bernays, Freuds Ehefrau. Die Familie emigrierte ein Jahr später in die USA, wo Bernays nach dem Wunsch seines Vaters Landwirtschaft studierte, dann aber als Journalist arbeitete. Im Ersten Weltkrieg war er für das „Committee on Public Information“ tätig, das Präsident Woodrow Wilson als amerikanisches Propagandabüro einrichtete.¹⁰¹

III.3.3 1919 eröffnete Bernays in New York seine erste Agentur als „**Berater für Public Relations**“ – eine Bezeichnung, die der bekannte Pressesprecher Ivy Lee gelegentlich verwendet hatte.¹⁰² Anders als seine Vorgänger versuchte der junge PR-Berater aber nicht, die Meinungen und Produkte seiner Klientinnen und Klienten auf direktem Weg zu verbreiten, sondern Voraussetzungen zu kreieren, die ihnen den Weg bahnten. „Moderne Propaganda“, heißt es in Bernays' Programmschrift von 1928, „ist das stetige, konsequente Bemühen, Ereignisse zu formen oder zu schaffen mit dem Zweck, die Haltung der Öffentlichkeit zu einem Unternehmen, einer Idee oder einer Gruppe zu beeinflussen.“¹⁰³

98 Vgl. Susan Nance: „Elephants and the American Circus“, in: Susan Weber, Kenneth L. Ames, Matthew Wittmann (Hg.): *The American Circus*, New Haven/London: Yale University Press 2012, S. 232–249, hier S. 238–239.

99 Phineas Taylor Barnum: *Barnum, the Yankee Showman and Prince of Humbugs. Written by himself*, London: Piper 1855.

100 Rundt: „Humbug, Bluff und Ballyhoo“, S. 25.

101 Vgl. Larry Tye: *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, New York: Crown 1998, S. 18–19 u. 115–120.

102 Vgl. Tye: *The Father of Spin*, S. 260.

103 Edward L. Bernays: *Propaganda*, New York: Horace Liveright 1928, S. 25. Zit. nach Edward Bernays: *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*, übers. Patrick Schnur, Freiburg: Orange Press 2009, S. 31.