

Sönke Kunkel, Christoph Meyer (Hg.)

Aufbruch ins postkoloniale Zeitalter



Globalisierung und die außereuropäische Welt
in den 1920er und 1930er Jahren

campus

Inhalt

Dimensionen des Aufbruchs: Die 1920er und 1930er Jahre in globaler Perspektive Sönke Kunkel/Christoph Meyer	7
Globalisierung: Märkte und Ideen der Zukunft	
Deglobalisierung? Oder Enteuropäisierung des Globalen? Überlegungen zur Entwicklung der Weltwirtschaft in der Zwischenkriegszeit Christof Dejung	37
Kaffeehandel in Krisenzeiten: Die Netzwerke norddeutscher Kaffee-Akteure in Zentralamerika 1919–1939 Christiane Berth	62
Die Anfänge globaler Marktplanung: Transnationale Interessenvereinigungen in der Weltagrarkrise 1927–1937 Fritz Georg von Graevenitz	82
Anfänge von Entwicklungspolitik	
»Silent army of representatives«: Amerikanische NGOs und die Entstehung von internationalen Mechanismen humanitärer Hilfe 1917–1939 Daniel Maul	105
Fortschritt nach Plan? Der globale Entwicklungsdiskurs des Völkerbundes und die Anfänge des systemischen Denkens Sönke Kunkel/Christoph Meyer	123
»Multiple Modernities«? Alternative Zukunftsentwürfe und die Ursprünge der Dekolonisierung	
Wer und was spricht für »Großasien«? Chancen und Grenzen eines transnationalen Diskurses im Interbellum Ostasiens 1919–1931 Torsten Weber	145

»In the first place, you must combine«: Visionen von Race und Globalität in Britisch-Westafrika Elisabeth Engel	168
Antikoloniale Solidarität? Der Abessinienkrieg, Indien und der Völkerbund Maria Framke	190
Globalisierung des Widerstands: Antikoloniale Konferenzen und die »Liga gegen Imperialismus und für nationale Unabhängigkeit« 1927–1937 Jürgen Dinkel	209
Spuren der Vergangenheit: Gesellschaftsbeziehungen zwischen den Jahrhunderten	
Zwischen Zivilisierungsmission und Selbstdarstellung: Französische Schulen im Libanon und die Pariser Kolonialausstellung 1931 Esther Möller	233
Nationalismus und internationale Sensibilität: Transnationale Akteure und die deutsch-türkischen Beziehungen der Zwischenkriegszeit Florian Riedler	251
Dank	275
Autorinnen und Autoren	276

Mythos Deglobalisierung, oder: Wie global war die Zwischenkriegszeit?

In der Geschichte der Globalisierung nimmt die Zwischenkriegszeit oft eine merkwürdige Sonderstellung ein. Historiker beschreiben sie als Phase der Deglobalisierung – ein Begriff, der häufig fälschlicherweise dem Wirtschaftshistoriker Knut Borchardt zugeschrieben wird – oder sehen, wie der in Princeton lehrende Harold James, in der Weltwirtschaftskrise gar das »Ende der Globalisierung«. Beide Deutungsfiguren betonen den Bruch: Demnach dominierten in den 1920er Jahren und spätestens ab 1929 nicht mehr Prozesse der grenzüberschreitenden Vernetzung und Verflechtung, und auch keine globalen Handlungsrahmen, sondern solche der Entflechtung und der Rückkehr zu nationalen und lokalen Arenen, was sich etwa auch daran zeigte, dass der Welthandel nicht mehr das Niveau der Jahre vor 1914 erreichte und sich ein exzessiver Nationalismus breit machte. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg sei es wieder zu einer »fortschreitenden« Globalisierung gekommen, die dann allerdings mehr mit dem späten 19. Jahrhundert gemeinsam gehabt habe als mit der Zwischenkriegszeit.

Diese Interpretation ist mindestens in zweifacher Hinsicht problematisch. Zum einen lässt sie die Tatsache unberücksichtigt, dass trotz der Weltwirtschaftskrise globale Austauschprozesse weiterhin im bilateralen Rahmen stattfanden. In manchen Fällen kam es dabei sogar zu wichtigen Verschiebungen, wie das Beispiel Brasilien zeigt. Kamen 1929 nur etwa 17,8 Prozent der importierten Fertigprodukte aus Deutschland, waren es 1936 mehr als doppelt so viele, nämlich 36,9 Prozent. Innerhalb von sieben Jahren hatten sich die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Brasilien also zumindest in diesem Segment erheblich intensiviert – und das trotz der Weltwirtschaftskrise. Ähnliche Tendenzen lassen sich auch für andere Länder und Märkte nachweisen und legen es somit nahe, die Geschichte der Globalisierung differenzierter zu betrachten (vgl. dazu besonders den Beitrag von Christof Dejung in diesem Band). Zum anderen geht die Deutungsfigur der Deglobalisierung von einem verengten Globalisierungsbegriff aus, der Globalisierung mit der beständigen Ausweitung des gesamten Welthandels gleichsetzt.

Tatsächlich spricht jedoch einiges dafür, dass sich Globalisierungsprozesse in der Zwischenkriegszeit häufig jenseits der Handelsstatistiken vollzogen. Gerade die Geschichte der Werbung liefert dafür gute Beispiele. In den 1920er und 1930er Jahren entstanden erstmals weltweit operierende PR-Agenturen, Vorreiter war die US-amerikanische PR-Agentur J. Walter Thompson (JWT). Die JWT gründete in den 1920er und 1930er Jahren etliche lokale Niederlassungen in Lateinamerika, Asien, Afrika, Australien und Europa. Anlass dazu war ein 1927 mit der General Motors Export Corporation geschlossener Vermarktungsvertrag gewesen. Bereits 1929 verfügte die Company über 15 Niederlassungen weltweit, unter anderem in Bombay und Buenos Aires. Im Auftrag verschiedener Unternehmen führte sie Konsumentenbefragungen durch – unter anderem zu Zigaretten, Zahnpasta, Marmelade, Backpulver, Reifen, Kameras, Kühlschränken oder dem Bankenservice – und pries jene Produkte und Dienstleistungen dann mittels einer avancierten Werbe- und Öffentlichkeitsarbeit an, die Autoshow, eigene Radiosendungen oder Preisausschreiben umfassen konnte. Ihr globales Knowhow führte die JWT dabei schon früh als Alleinstellungsmerkmal ins Feld und sorgte so für die Verbreitung amerikanischer Werbetechniken. Nicht zufällig wurde der Leiter der indischen J. Walter Thompson-Dependance, Edward Fielden, der »Vater der indischen Werbung« genannt.

Die globale Expansion der JWT und ihr Transfer von spezifischen Werbetechniken taucht vermutlich in keiner weltwirtschaftlichen Statistik auf, verweist aber darauf, dass sich vielschichtige Globalisierungsprozesse in der Zwischenkriegszeit auch weiterhin Bahn brachen. Das galt vor allem für die kulturelle Globalisierung, für welche die erste Radiosendung Lateinamerikas ein Musterbeispiel war: 1920 in Buenos Aires gesendet, übertrug sie nicht etwa eine der damals schon

außerordentlich beliebten Tango-Shows, sondern Richard Wagners Parsifal live aus dem Teatro Colón. Die Sendung unterstrich damit auch den allgemeinen Stellenwert kosmopolitischer Unterhaltung in der Zwischenkriegszeit. Ähnliches ließ sich beim Kino beobachten, dem beliebtesten Unterhaltungsmedium der 1920er und 1930er Jahre. Besonders in Lateinamerika, wo die Kinodichte teilweise ebenso hoch war wie in den USA, aber auch in Europa dominierten seit dem Ende des Ersten Weltkriegs Hollywood-Filme die Leinwände und ihre Stars die Zeitschriften. Auch italienische und deutsche Filme waren in der Welt gefragt. Spuren dieser globalen Filmzirkulation fanden sich noch 2009, als man im Museo del Cine in Buenos Aires eine nahezu ungekürzte Fassung von Fritz Langs Film Metropolis entdeckte.