

Anthony Rhodes

# PROPAGANDA

## Illustrierte Geschichte

### der Propaganda im 2. Weltkrieg



**We'll Finish the Job!**



Parkland



Die einmalige Dokumentation des weltweiten Krieges um die Köpfe und Herzen der Menschen – die erste umfassende illustrierte Geschichte der Propaganda im 2. Weltkrieg.

Plakate, Cartoons, Fotos, Standbilder aus Filmen, Gemälde, Flugblätter, Briefmarken, Notenblätter, Postkarten, Zeitungen, Magazine – die gesamte Bandbreite der Überzeugungskunst aus aller Welt in mehr als 550 Abbildungen, davon über 270 in Farbe.



ISBN N 3-88059-745-6





Anthony Rhodes

# PROPAGANDA

## Illustrierte Geschichte der Propaganda im 2. Weltkrieg

Propaganda war und ist stets ein Instrument der Politik. Propagandisten machen keine Politik, sondern erfinden Strategien der Symbolmanipulation, um die von anderen gemachte Politik durchzusetzen. Propaganda arbeitet mit Drohungen und Versprechungen, um in ihren Zielgruppen Ängste oder Hoffnungen und Zuversicht zu wecken. Von besonderer Bedeutung ist die Propaganda in Diktaturen, die im Gegensatz zu Demokratien nicht auf Konsens, sondern auf Zwang beruhen, und in Kriegszeiten, auch wenn sie militärische Stärke, reichliche Ressourcen und diplomatisches Geschick nicht zu ersetzen vermag. Ein wichtiger Teil der Militärstrategie ist im Krieg die psychologische Kriegführung, und das nicht nur in unserer Zeit, sondern bereits im Altertum, wie die Posaunen Josuas vor Jericho und die im Punischen Krieg in Rom ausgestreuten Gerüchte über Hannibals unbesiegbare Armee beweisen. In unserem Jahrhundert haben die modernen Massenmedien (Presse, Rundfunk, Film usw.) der Propaganda und der psychologischen Kriegführung ganz neue Möglichkeiten und eine früher unvorstellbare Breitenwirkung eröffnet.

In diesem Buch werden in Wort und Bild die Propagandastrategien der wichtigsten kriegführenden Staaten des Zweiten Weltkriegs vorgestellt. An erster Stelle steht Deutschland, haben doch die Nationalsozialisten schon vor ihrer Machtübernahme die Bedeutung der Propaganda für die Gleichschaltung des eigenen Volkes und für die Einflußnahme auf andere Völker erkannt und erstmals in der Geschichte ein besonderes Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda geschaffen. Geleitet wurde es vom brilliantesten und wortgewaltigsten Demagogen unseres Jahrhunderts, Joseph Goebbels. Ihm ist es in wenigen Jahren gelungen, entsprechend den von Hitler aufgestellten politischen Zielen die Deutschen in einem bis dahin undenkbaaren Maß zu fanatisieren und die Welt in den blutigsten Krieg aller Zeiten zu treiben.

Propaganda spielte auch im faschistischen Italien eine große Rolle. Besonders beinflußt wurde von ihr die Jugend, die ab dem vierten Lebensjahr von den Faschisten vereinnahmt wurde. Großbritannien war das Land, das im Ersten Weltkrieg die Propaganda als Mittel der Militärstrategie einführte, sie aber auch durch wilde Übertreibungen so in Mißkredit brachte, daß England im Zweiten Weltkrieg erst verhältnismäßig spät die Voraussetzungen für eine psychologische Kriegführung schuf. Die zunächst der Propaganda ebenfalls ablehnend gegenüberstehenden Amerikaner holten nach ihrem Eintritt in den Zweiten Weltkrieg rasch auf. Die von den Achsenmächten besetzten Länder waren im Krieg Zielgruppen sowohl der faschistischen als auch der alliierten Staaten. Die Sowjetunion setzte als Diktatur ebenfalls Propaganda in großem Umfang ein, um eine großenteils analphabetische Bevölkerung für den Kommunismus zu gewinnen und sie dann im »Großen vaterländischen Krieg« zu fast übermenschlichen Anstrengungen anzuspornen. In Japan schließlich wurde der »Krieg der Gedanken«, wie man die Propaganda zunächst nannte, zu einem Instrument zur Schaffung einer von Japan beherrschten »Großen ostasiatischen Wohlstandssphäre« und zur Auslösung eines Krieges, der freilich für das Land in einem Fiasko endete.

Über die auf Hitlerdeutschland zielende psychologische Kriegführung der Amerikaner informiert ein ausführlicher Essay. An ihn schließen sich Erläuterungen zu den Propagandafilmen der dreißiger und vierziger Jahre sowie ein detailliertes Filmverzeichnis an. Mehr als 550 Abbildungen, davon über 270 in Farbe veranschaulichen die Propagandastrategien aller wichtigen am Zweiten Weltkrieg beteiligten Länder.

# PROPAGANDA

## Illustrierte Geschichte

der Propaganda  
im 2. Weltkrieg

Anthony Rhodes

HERAUSGEBER

Victor Margolin



## Euredition

© 1976, 1993 by Chelsea House Publishers, Broomall, Pennsylvania

© 1993 der deutschen Ausgabe Parkland Verlag, Stuttgart

Alle Rechte vorbehalten

Titel der englischen Ausgabe: *Propaganda – The Art of Persuasion: World War II*

Übersetzung und Redaktion: Alfred P. Zeller

Betreut von Euredition, Den Haag, erscheint dieser Titel  
gleichzeitig in Deutschland, Grossbritannien und den Niederlanden

Satz: Büro AD, Amersfoort

Druck: Leefung-Asco Printers Ltd, Hong Kong

ISBN 3-88059-745-6



# Inhalt



Vorwort von Victor Margolin

vii

## ERSTES KAPITEL

Aufstieg und Untergang des Dritten Reiches, 1933-1945

9

## ZWEITES KAPITEL

Mussolinis neues Rom, 1922-1945

65

## DRITTES KAPITEL

England improvisiert, 1936-1945

105

## VIERTES KAPITEL

Die Vereinigten Staaten: Isolation und Intervention, 1932-1945

137

## FÜNFTES KAPITEL

Herrschaft und Widerstand in der «Neuen Ordnung», 1936-1945

177

## SECHSTES KAPITEL

Die Sowjetunion: Propaganda für den Frieden, 1917-1945

209

## SIEBENTES KAPITEL

Aufstieg und Fall Japans, 1931-1945

241

Nachwort von Daniel Lerner

283

Essay und Filmverzeichnis von William Murphy

291

Anmerkungen zu den Farbtafeln von Victor Margolin

305

Bibliographie

308

Register

311

Bildnachweis

319



## Vorwort

Zwar hat Propaganda nie militärische Stärke, reichliche Ressourcen oder diplomatisches Verhandeln zu ersetzen vermocht, doch in der Kriegsstrategie hat sie oft eine bedeutsame Rolle gespielt. So ist es der deutschen Propaganda gelungen, 1940 den Widerstandswillen der Franzosen zu brechen, und andererseits hat die Propaganda der Alliierten nach der Landung in der Normandie das deutsche Volk auf die Kapitulation vorbereitet.

Der Begriff Propaganda, wie er in diesem Buch verwendet wird, umfasst vielerlei – von Plakaten, Filmen und Bildgeschichten, die der Heimatfront den Feind vor Augen führten, bis zur «psychologischen Kriegführung», die die Truppen und die Zivilbevölkerung des Feindes unmittelbar beeinflussen wollte. Im weitesten Sinne war Propaganda im Zweiten Weltkrieg alles, was die Einstellung und die Verhaltensweisen aller Beteiligten hinsichtlich der eigenen und der feindlichen Kriegsanstrengungen bedingt hat.

Im Rahmen dieser weitgefassten Definition wurde für dieses Buch Bildmaterial aus amerikanischen und europäischen öffentlichen Archiven und Privatsammlungen zusammengestellt. Herausgeber und Autor danken den vielen Menschen und Institutionen, die ihre Sachkenntnis und ihr Bildmaterial beigesteuert haben:

Washington D.C.: Michael Hardgrove und Jay Robbins von WETA/Kanal 26, der eine bedeutende Fotosammlung zugänglich machte; Dr. Edgar Breitenbach, früherer Direktor der Abteilung für Grafiken und Fotografien bei der Kongressbücherei, Alan Fern, der heutige Direktor der Abteilung, und seine Mitarbeiter: Milt Kaplan, Elena Millie, Jerry Kerns und Leroy Bellamy; Frau Seely von der U.S. Army Photographie Agency; Mayfield Bray von den National Archives; Charles McDonald und Joseph Ewing vom U.S. Army Office of Military History. New York: Donald Richie und Mary Corliss von der Museum of Modern Art Film Library; New York

Public Library Theater Collection; Culver Pictures Corp.; Richard Merkin; Les Zeiger; David Stewart Hull; Maurice Horn; Edward R. Tannenbaum; Herb Friedman. Palo Alto: Dr. Franz Lassner und seine Mitarbeiter von der Hoover Institution on War, Peace, and Revolution. San Francisco: Bill Blackbeard, Direktor der San Francisco Academy of Comic Art. London: Joseph Darracott, Barry Kitts, Mike Moody, Jeff Pavey und Clive Coultass vom Imperial War Museum; Robson Lowe Ltd.; Victoria and Albert Museum; Reginald Aukland; Roger Bell; The Wiener Library. Paris: Mlle Cécile Coutin, Kuratorin des Musée des Deux Guerres Mondiales; Mme. Migliorini von der Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine. Nanterre: Michel Girard. Brüssel: J.R. Leconte und M. Lorette vom Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire. Amsterdam: Dr. Louis de Jong, Direktor, und Jacob Zwann, Archivar, des Rijksinstituut voor Oorlogsdocumentatie. Koblenz: die Herren Haupt und Postupa sowie Frau Loenartz vom Bundesarchiv. Unterstützt haben uns ferner: Milton Cohen; Philip V. Cannistraro; Peter Robbs, Ehrengeneralsekretär der Psywar Society; James Goodrich von der Missouri State Historical Society. Unter den Fotografen sind zu nennen: Simon Cherpitel, San Francisco; Teddy Schwartz, London; Herr Bessam, Amsterdam; Carmelo Catania, Rom.

Danken möchte ich für die Arbeit an diesem Buch dem Herstellungsleiter Harris Lewine, dem Layouter Seymour Chwast und dem Chefredakteur David Sachs. Andy Norman und Harold Steinberg vom Verlag Chelsea House haben mit grosser Geduld den langwierigen Entstehungsprozess dieses Buches ermöglicht.

Victor Margolin



ERSTES KAPITEL

# AUFSTIEG UND UNTERGANG DES DRITTEN REICHES 1933-1945

Nichts ist leichter, als die Menschen bei der Stange  
zu halten. Ich hebe nur ein gutgemachtes Wahlplakat  
in die Höhe, und schon springen sie hindurch.

JOSEPH GOEBBELS



Nachdem am Abend des 27. Februar 1933 das Berliner Reichstagsgebäude in Flammen aufgegangen war, erreichte der einen knappen Monat zuvor an die Macht gekommene Adolf Hitler, dass schon am 28. Februar eine Verordnung «zum Schutze von Volk und Staat» erlassen wurde, die nicht nur die persönlichen Freiheiten, sondern auch die Pressefreiheit einschränkte. Am 13. März wurde das Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda unter der Führung von Dr. Joseph Goebbels geschaffen, dem die Kontrolle aller Medien – Presse, Rundfunk, Film, Verlagswesen und Werbung – oblag. Ein solches Ministerium hatte es bis dahin in keinem Land der Welt gegeben. Es ist bezeichnend, dass ausgerechnet die Nationalsozialisten für die Propaganda ein eigenes Ministerium geschaffen haben. Diese Tatsache kündigte an, dass jetzt das Zeitalter der unpolitischen und «unaufgeklärten» Massen zu Ende ging, dass die Nationalsozialisten (und in geringerem Masse auch die Sowjets) erkannt hatten, dass in der Indoktrination und Manipulation der breiten Massen der Schlüssel zum politischen Erfolg lag. Schon Jahre vor der Machtergreifung hatten sich die Nationalsozialisten aller modernen Massenmedien bedient, um für ihre Sache zu werben. Jetzt brachten sie diese Medien unter ihre Kontrolle, und auf der Höhe ihrer Macht im Zweiten Weltkrieg durfte nur noch veröffentlicht werden, was zuvor vom Propagandaministerium geprüft und genehmigt worden war.

Natürlich war bereits vorher mit politischer Propaganda gearbeitet worden, so von den Engländern im Ersten Weltkrieg, doch das waren nur sehr begrenzte Aktionen gewesen. Den Nationalsozialisten blieb es vorbehalten, die Propaganda zu einem so allumfassenden Indoktrinationsinstrument zu machen, dass sie bis 1939 den grössten Teil des deutschen Volkes hinter sich geschart hatten. Bis zur Kapitulation 1945 sahen viele Deutsche in Hitler den grossen Führer, ja, einen Messias, dem nur ihr Wohl und das Heil der ganzen Menschheit am Herzen lag.

Wie konnte es soweit kommen? Eine Rolle spielte, dass die Deutschen schon immer für patriotische Schlagworte empfänglich waren («der Ruf der Pflicht», «Rassenehre», «Heldentod fürs Vaterland» usw.), aber das allein reicht zur Erklärung nicht aus. Andere Ursachen waren Hitlers schier unerschöpfliche Energie, die rücksichtslose Unterdrückung jeder Opposition, seine geschickte Befolgung des Grundsatzes «teile und herrsche» und seine Manipulation des Militärs. Zwar war die Propaganda (im Vergleich mit seinen militärischen Erfolgen) nicht Hitlers wirkungsvollste Waffe, aber sicherlich war es die verhängnisvollste, war doch ihr – unter Goebbels' virtuoser Demagogie voll erreichtes – Ziel, den Deutschen einzureden, dass der Nationalsozialismus ihrem Land wieder Weltgeltung verschaffen werde.

Schon vor dem Ersten Weltkrieg hatte Hitler Propaganda und ihre Wirkungen kennengelernt. So erwähnt er in seinen frühen Schriften die Wiener Austromarxisten, «die die Massen einzuwickeln verstehen». Im Ersten Weltkrieg erlebte er, wie sich die englische Propaganda auf die Soldaten der Mittelmächte auswirkte, und später las er bei Lord Northcliffe: «Das psychische Bombardement der Deutschen war fast ebenso wichtig wie das Bombardement durch Kanonen.» Northcliffes Ziel war es gewesen, «durch Propaganda bei den deutschen Truppen eine auf Kapitulation zielende Einstellung zu wecken, ihnen die Aussichtslosigkeit ihrer militärischen Lage klarzumachen».

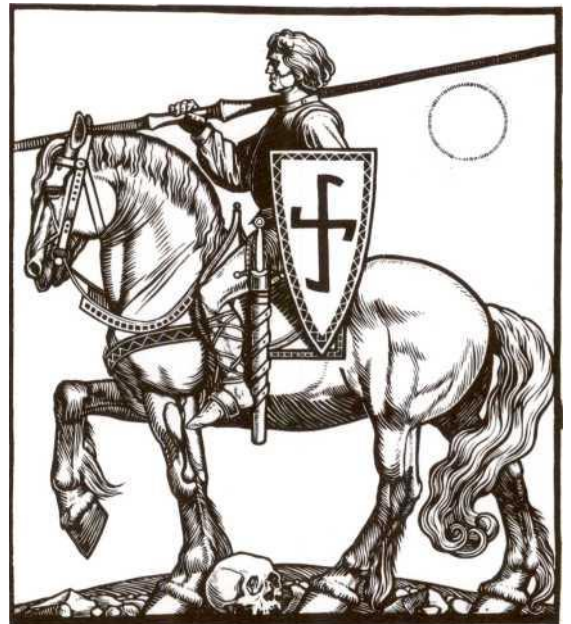
Dazu schrieb Hitler: «Denn was bei uns hier [an Propaganda] versäumt

*Oben: Deutschordensritter, Holzschnitt in der Zeitschrift Die Kunst im Dritten Reich. Nationalsozialistische Künstler bedienten sich historischer Bezüge, um die Partei zu verherrlichen.*

*Mitte: Die Nazi-Indoktrination begann schon früh.*

*Unten links: Zeichnung von Seppla (Josef Plank).*

*Unten rechts: Ein Ring als Waffe.*



**Sieg oder Unisieg ruht in Gottes Hand! Der Ehre sind wir selber Herr und König!**



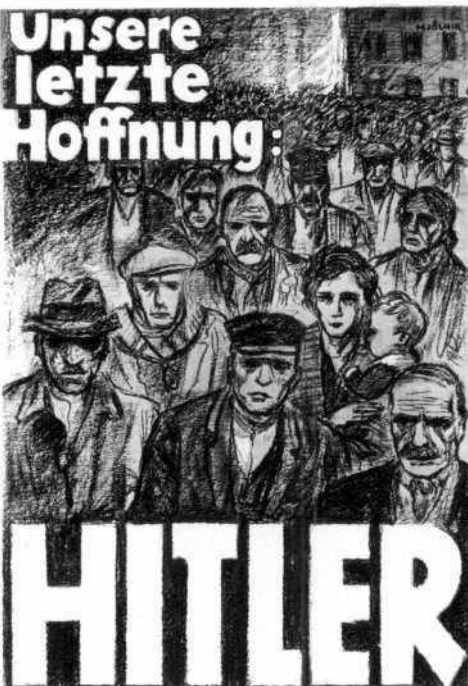
Zwei Wahlplakate von 1932. Obwohl Hitler als Kandidat der NSDAP auf wirtschaftliche Erholung und den wiedererstarkenden Nationalismus setzte, konnte er doch den von Sozialisten, Zentrum und Liberalen unterstützten Feldmarschall Hindenburg nicht schlagen. Das Plakat unten stammt von Mjölfnir (Hans Schweitzer).

**Deutsche Frauen**  
Denkt an **Eure Kinder**



wählt

**HITLER**



ward, holte der Gegner mit unerhörter Geschicklichkeit und wahrhaft genialer Berechnung ein.» Es ist bezeichnend, dass Hitler die politische Bühne erstmals als Propagandist des Heeres betrat. Die Offiziere des 2. Bayerischen Infanterieregiments erkannten, dass der österreichische Gefreite ein guter Redner und glühender Nationalist war, der dem sich in der Armee ausbreitenden Marxismus entgegenzutreten vermochte. Sie ernannten ihn zum «Bildungsoffizier» des Regiments. Als solcher war er ungewöhnlich erfolgreich.

Als er wenige Jahre später *Mein Kampf* schrieb, widmete er zwei Kapitel der Theorie und Praxis der Propaganda. Obwohl er schrieb, dass der Mann, der die Massen eroberte, damit auch den Staat erobern würde, machte er aus seiner Geringschätzung der Massen keinen Hehl. Er schrieb: «Die Psyche der breiten Masse ist nicht empfänglich für alles Halbe und Schwache. Gleich dem Weibe, dessen seelisches Empfinden weniger durch Gründe abstrakter Vernunft bestimmt wird als durch solche einer undefinierbaren gefühlsmässigen Sehnsucht nach ergänzender Kraft und das sich deshalb lieber dem Starken beugt als den Schwächling beherrscht, liebt auch die Masse mehr den Herrscher als den Bittenden.» Zu seinem Freund Rauschning sagte er: «Haben Sie gesehen, wie die Masse zusammenströmt, wenn sich zwei auf offener Strasse prügeln? Grausamkeit imponiert, Grausamkeit und rohe Kraft. Der einfache Mann auf der Strasse lässt sich nur von brutaler Kraft und Rücksichtslosigkeit imponieren. Die Frauen übrigens auch, Frauen und Kinder. Die Leute brauchen den heilsamen Schrecken.» Und den verschaffte ihnen Hitler in den folgenden fünfzehn Jahren in wachsendem Masse.

Er ging von der Prämisse aus, dass Propaganda sich an das Gefühl und nicht an den Verstand wenden und sich auf einige wenige einfache, in Schwarzweiss dargestellte Themen beschränken müsse. Er schrieb: «An wen hat sich die Propaganda zu wenden, an die wissenschaftliche Intelligenz oder an die weniger gebildete Masse? Sie hat sich ewig nur an die Masse zu richten!» Für die Intelligenz oder die Oberschicht hatte er keine Verwendung.

In die Praxis setzte er das erstmals 1925 im *Völkischen Beobachter* um, der Zeitung der NSDAP. In ihr gab es keine weitschweifigen Aufsätze oder akademische Diskussionen, wie sie in den Presseerzeugnissen des liberalen Bürgertums, des Zentrums, der sozialistischen und kommunistischen Partei zu finden waren, sondern nur kurze, schlagwortartige Äusserungen zu «patriotischen» Themen wie der «Schmach von Versailles», dem Adel der germanischen Rasse, der Schwäche der Weimarer Republik, dem jüdischen Bazillus und dem verderblichen Bolschewismus. Schon bald tauchte das einprägsame Schlagwort auf: «Ein Volk, ein Reich, ein Führer!»

Diese Zeitung und weitere Presseerzeugnisse der Partei, so der antisemitische *Stürmer*, hielten sich alle an Hitlers Devise, dass die Massen die Gewalt bewundern. Die Propaganda war bösartig und brutal und untermalt von schauerlichen Fotografien, auf denen angeblich von Juden und Kommunisten geschändete und misshandelte unschuldige deutsche Frauen gezeigt wurden.

Als Führer der Partei war Hitler zu sehr beschäftigt, um viel Zeit für Propaganda aufwenden zu können, so wichtig sie auch in seinen Augen war. Da traf es sich gut, dass er in Joseph Goebbels einen Spezialisten für Propaganda fand, der zu einem der führenden Demagogen aller Zeiten werden sollte. Der aus einfachen Verhältnissen stammende Rheinländer hatte mit



Hilfe von Stipendien ein Studium absolviert und in Philosophie promoviert. Er lernte Hitler 1925 kennen, nachdem er kurz zuvor in die Partei eingetreten war, und wurde Leiter der Propagandaabteilung. Goebbels war zwar in fast jeder Beziehung ein Zyniker, doch wahrscheinlich hat er Hitler nicht nur bewundert, sondern auch verehrt. Wie viele Deutsche hatte Goebbels unter dem politischen und wirtschaftlichen Chaos der frühen zwanziger Jahre gelitten und sah in Hitler «eine geschichtliche Persönlichkeit», wie er in seinem Tagebuch schrieb, den Mann, der Deutschland vor Chaos und Kommunismus retten konnte. Er ging sofort daran, den Führermythos zu schaffen, der Hitler und seine Partei an die Macht bringen und dem «Führer» die Verehrung des Volkes sichern sollte.

Goebbels hatte genau untersucht, wie die italienischen Faschisten Mussolini zum Helden stilisiert hatten, und das machte er nun in verstärktem Masse mit Hitler. Er hatte erkannt, dass ein moderner Diktator die Massen nur dann beeindrucken konnte, wenn er gleichzeitig ein Übermensch und ein Mann des Volkes war: von der Masse abgehoben, aber doch zugänglich, wissend, aber einfach, auf hohem Olymp einsam, aber bereit, sich unter das Volk zu mischen. Das zeigen zwei Aufsätze, die Goebbels in *Der Angriff* schrieb, «Adolf Hitler, der Staatsmann» und «Adolf Hitler, der Mensch». Im ersten Beitrag stellte er den Führer als mit übermenschlichem Verstand begabt und deshalb in politischen Fragen unfehlbar hin; dennoch war er, wie im zweiten Aufsatz ausgeführt wurde, überraschend menschlich und zugänglich. «Die einfachsten Menschen», schrieb Goebbels, «nähern sich ihm vertrauensvoll, weil sie fühlen, dass er ihr Freund und Beschützer ist.» Nach Goebbels' Worten war Hitler in tiefster Seele ein Künstler, ein Architekt und Maler, der auf seine künstlerische Berufung verzichtet hatte, um dem deutschen Volk in seiner schwersten Zeit beizustehen. Wenn er seine politische Mission vollendet hätte, würde er zu seiner eigentlichen Berufung zurückkehren. Um Deutschlands willen hatte er gelernt, mit allen europäischen Staatsmännern mit geschliffenen Worten und als meisterhafter Diplomat tagelang und manchmal am Tag bis zu fünfzehn Stunden lang zu verhandeln.

In vielen öffentlichen Reden und in seinen Artikeln in *Der Angriff* achtete Goebbels darauf, den Führer als einen Mann des Volkes hinzustellen, der die Nöte der einfachen Menschen kannte und ihre Sorgen teilte. So beschrieb er einmal, wie Hitler Oberammergau besuchte, wo er sich unter die Bevölkerung mischte und sich mit einigen Menschen unterhielt. Sie seien durch seine freundlichen und verständnisvollen Worte so gerührt gewesen, dass Tränen ihre Stimmen erstickt hätten. Goebbels schilderte, wie die Güte Hitlers sich in seinem Gesicht spiegelte: Seine Augen seien hell und von unvergleichlicher Strahlkraft, seine hohe Stirn sei edel und kühn. Nur sein Haar habe einen leichten silbrigen Schimmer, ein Zeichen seiner ungezählten Tage der Arbeit und seiner Nächte voller Sorgen, wenn er einsam wache. Nie käme ein unwahres oder gemeines Wort über seine Lippen.

Manchmal bediente er sich bei seinen überschwenglichen Lobpreisungen des «Führers» religiöser Begriffe, die an sein katholisches Elternhaus in Rheydt erinnern. So schrieb er anlässlich einer von Hitler in Köln gehaltenen Rede: «Man hatte das Gefühl, als habe sich ganz Deutschland in eine einzige riesige Kirche verwandelt, die alle Volksschichten und Konfessionen umfasste und in der ihr Sprecher vor das Allerheiligste des Allmächtigen trat, um über sein Tun Rechenschaft abzulegen und ihn um Gnade und

Zwei Nummern des Illustrierten Beobachters, der auflagenstarken Illustrierten der NSDAP, deren ganz im Sinn der Partei gestalteten Berichte und Beiträge eine starke propagandistische Wirkung ausübten.



Sie kämpften und bluteten für Deutschlands Freiheit

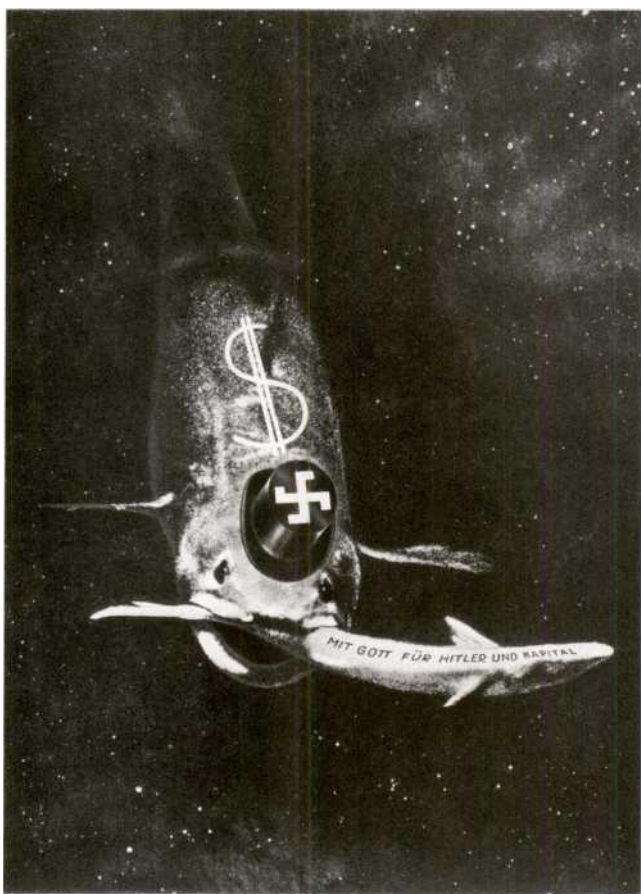




Plakate, Fotomontagen und ein Titelblatt der Arbeiter-Illustrierten-Zeitung von John Heartfield (1891-1968). Heartfield, der eigentlich Herzfeld hiess, gründete mit seinem Bruder Wieland Herzfeld 1917 den Malik-Verlag, in dem Kriegsgegner und kommunistische Autoren zu Wort kamen. Beide Brüder mussten nach Hitlers Machtergreifung 1933 emigrieren, setzten aber vom Ausland aus ihren Kampf gegen den Nationalsozialismus fort.



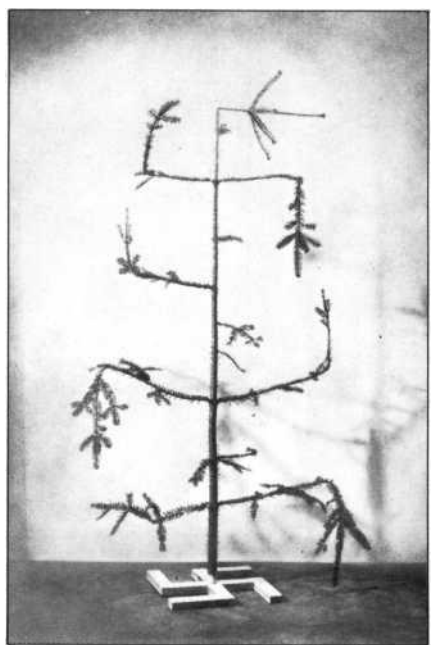
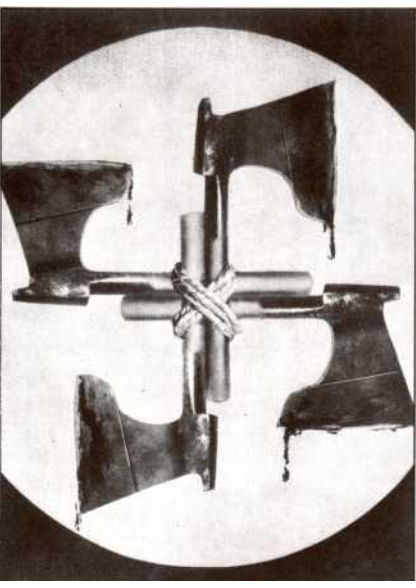
6 Millionen Naziwähler: Futter für ein grosses Maul



„Und den Fisch hab ich gewählt!“







Unten: Auf einem Plakat von 1933 werden Hindenburg und Hitler als Garanten der Zukunft Deutschlands dargestellt.

Rechte Seite innen: Medaillen der Reichsparteitage 1935 und 1936; das Liederbuch der NSDAP.

Rechte Seite aussen: SA beim Begräbnis von Horst Wessel, der 1930 von Kommunisten getötet und daraufhin zum «Blutzeugen der Bewegung» hochstilisiert wurde. Das Horst-Wessel-Lied wurde nach dem Deutschlandlied zur zweiten Nationalhymne des Dritten Reiches. – Aufmarsch bei einem Reichsparteitag in Nürnberg. – Hitler war ein geschickter Demagoge, der die Massen mitzureissen verstand.



Schutz angesichts einer ungewissen Zukunft zu bitten. An jenem Morgen in Köln haben wir gesehen, wie selbst harte und starke Männer, die so mancher Gefahr getrotzt hatten, bei den Schlussworten des Führers in Tränen ausbrachen. Dies war Religion im geheimnisvollsten und tiefsten Sinn des Wortes.»

Einmal ging Goebbels sogar soweit, diesem durch und durch männlichen Mann mütterliche Qualitäten zuzuschreiben: «Und so liebt ihn das ganze Volk, weil es sich in seinen Händen so geborgen fühlt wie ein Kind in den Armen seiner Mutter.»

Wie schilderte Goebbels die Rolle des Führers bei den Vorkommnissen vom 30. Juni 1934, der «Nacht der langen Messer»? Damals befahl der Führer die Abschachtung von etwa 150 ehemaligen Weggefährten, die er verdächtigte, die militärische Macht an sich reißen zu wollen, und überwachte persönlich die Durchführung dieses Befehls. Am Morgen nach dem Gemetzel liess Goebbels ein Bild des Führers abdrucken, das «die sich in seinem Gesicht spiegelnde tragische Einsamkeit» veranschaulichen sollte, war doch der Führer, «einem zweiten Siegfried gleich, gezwungen worden, Blut zu vergiessen, auf dass Deutschland lebe». Sein Gesicht verrate «Kummer und Trauer über den Tod seiner in die Irre geleiteten alten Weggefährten».

Hatte nicht der Führer selbst gesagt, dass sein ganzes Tun durch eine höhere Macht geleitet wurde? «Mit der Sicherheit eines Schlafwandlers», hatte er gesagt, «gehe ich den Weg, den die Vorsehung bestimmt hat.» Er war der feste Fels im Meer der Menschenleben und trug gleichzeitig als Atlas auf seinen Schultern die Sorgen Deutschlands und der ganzen Welt, die nur er vor den Juden und Kommunisten retten konnte.

Ein anderes Bild des Führers, das Goebbels immer wieder abdrucken liess, zeigte Hitler mit dem allgemein beliebten, aber völlig vergreisten Präsidenten Paul von Hindenburg. Dazu schrieb Goebbels: «Auf dem Gesicht des Führers spiegeln sich Kummer und Trauer, weil der gnadenlose Tod im Begriff ist, ihm seinen väterlichen Freund zu nehmen.» (In Wirklichkeit war Hindenburg keineswegs Hitlers «väterlicher Freund», sondern wollte nichts von dem «böhmischen Gefreiten» wissen. Hitler seinerseits wartete ungeduldig auf Hindenburgs Ableben, um endlich die höchste Macht im Staate an sich reißen zu können.)

Um den Führermythos zu festigen, bediente sich Goebbels in grossem Umfang der Massenaufmärsche, die nach Hitlers Machtergreifung im Dritten Reich regelmässig abgehalten wurden. Er erkannte, dass es bei solchen Mammutveranstaltungen höchst wirkungsvoll war, die Gefühle anzusprechen, wurden doch dabei Teilnehmer und Zuschauer in gleichem Masse vom «Führerrausch» erfasst, so dass sich nach Goebbels' Worten jeder einzelne «von einem kleinen Wurm zum Teil eines grossen Drachens verwandelte». Diese Veranstaltungen fanden meist nach 20 Uhr statt, wenn die Menschen am wenigsten widerstandsfähig und für Manipulationen besonders empfänglich waren. Bei den Reichsparteitagen in Nürnberg sah eine halbe Million Menschen auf den Zuschauertribünen 200'000 uniformierte Mitglieder aller möglicher NS-Organisationen, die mit einem Meer von Fahnen und Standarten vor dem auf erhobenem Podest stehenden Führer vorbeimarschierten. Den Rahmen für diese Veranstaltungen schuf Albert Speer, Hitlers Lieblingsarchitekt. Er kam auf den Gedanken, 130 Scheinwerfer rings um den Aufmarschplatz aufzustellen. Die nach oben gerichteten Lichtkegel bezeichnete er als «Lichtkathedrale». Beim Reichsparteitag







Unten: Leni Riefenstahl, deren Film über den Nürnberger Reichsparteitag 1934 unter dem Titel *Triumph des Willens* zu einem Klassiker der Filmpropaganda wurde. Obwohl symbolüberfrachtet und mit den gezeigten endlosen Aufmärschen ermüdend, prägte dieser Film das Bild von der Stärke und Disziplin des Nationalsozialismus. Scheinbar ein Dokumentarfilm, war es in Wirklichkeit geschickt inszenierte Propaganda.



1936 bildeten nach einem Fackelaufmarsch die Lichtkegel von 150 Scheinwerfern eine riesige Lichtkuppel über den Massen. Zur Krönung der Rückwand hinter dem Führerpodest liess Speer einen Adler mit dreissig Meter Flügelspannweite anfertigen. Fanfaren erklangen, und Musikzüge spielten den Badenweilermarsch, Hitlers Lieblingsmarsch, als der Führer aufrecht, entschlossenen Gesichts und gestieft das Podium betrat. Seine Leibstandarte wurde enthüllt, und plötzlich, auf ein lautes Kommando hin, senkten sich grüssend 30 000 Fahnen. Mittelpunkt der ganzen Zeremonie war das Podium des Führers, wo der «Mann der Vorsehung» allein mit erhobenem Arm stand. Dann sprach er über Lautsprecher zur Menge, eine Rede, die manchmal eine Stunde lang dauerte und sich zum Schluss zu einem hysterischen Crescendo steigerte. Sie handelte von alten patriotischen Themen – vom heroischen Kampf der Partei zur Wiederherstellung der Grösse Deutschlands, von der jüdischen Vergiftung, dem Untermenschentum der Bolschewiken und der Dekadenz der Demokratien. Nach Ende der Rede wurden die Fahnen nochmals gesenkt, und eine halbe Million Menschen sangen das Deutschlandlied und als zweite Nationalhymne das Horst-Wessel-Lied. In die eintretende Stille rief Hitler: «Heil, meine Männer!», und die Menge rief zurück: «Heil, mein Führer!» Die Verwendung des Wörtchens «mein» gab jedem das Gefühl, persönlich von *seinem* Führer angesprochen worden zu sein.

Dann weihte der Führer neue Fahnen, indem er ihr Tuch auf das der zertetzten *Blutfahne* legte. Die Blutfahne war von Parteigenossen beim Münchner Marsch auf die Feldherrnhalle, dem gescheiterten Putsch von 1923, getragen worden. Der Parteitag endete unter Fanfarenstössen, Trommelwirbeln, Massenchören und dem Vorbeimarsch der Teilnehmer an Hitler mit wehenden Fahnen unter Triumphbogen hindurch, die von Adlern mit Hakenkreuzen gekrönt wurden.

Hitler hatte die gefühlsbestimmten Massen mit einem Weibe verglichen, und in der Tat waren die deutschen Frauen bei solchen Anlässen die fanatischsten und hysterischsten Teilnehmer. Immer wieder baten ihn Anhängerinnen schriftlich, der Vater ihrer Kinder zu sein. Man sagte sogar, dass damals Gebärende im Kreissaal oft seinen Namen riefen, um die Schmerzen der Wehen zu lindern.

Als der Zweite Weltkrieg ausbrach, hatte Goebbels' Propagandaministerium die vollkommene Kontrolle über Presse, Rundfunk, Theater, Kino, die bildenden Künste, die Musik, die Schriftstellerei und die Kunstaustellungen. Weil jedes zeitgenössische Buch und jede Zeitung, die sie lasen, jeder Film, den sie sahen, jede Rundfunksendung, die sie hörten, jahrelang denselben Geist vermittelte, die gleiche Propagandabotschaft enthielt, waren die Deutschen «gleichgeschaltet», waren nicht mehr imstande, andersgearbeitete Berichte zu sehen und zu hören; sie verloren das Urteilsvermögen. 1939 fand es niemand mehr ungewöhnlich oder gar lächerlich, wenn ein Nazi-Boss den Radfahrerclubs in Deutschland verkündete, der Führer fordere «die Einheit der Radfahrerbewegung», oder wenn Keglern gesagt wurde, ihr Sport erfreue sich nur dank des Führers einer so hohen allgemeinen Wertschätzung.

Goebbels gestand ganz offen ein, dass Propaganda wenig mit der Wahrheit zu tun habe. «Historische Wahrheit», sagte er bei einer Kundgebung in Berlin, «mag von einem Geschichtspräsidenten entdeckt werden. Wir jedoch dienen der geschichtlichen Notwendigkeit. Deren Aufgabe ist es ebensowenig wie der Kunst, objektiv wahr zu sein.» Bei der Propaganda zähle nur der



Erfolg. Er beanspruchte für die Propaganda das, was Machiavelli ein halbes Jahrtausend früher als einziges Ziel der Staatskunst verkündet hatte.

Dennoch hütete sich Goebbels, geradewegs zu lügen; meisterhaft verstand er es, die Wahrheit zu verdrehen. Schwerin von Krosigk hat geschrieben: «Er verhüllte den Kern der Wahrheit mit allen Schleiern der Mehrdeutigkeit. Wenn jemand die Wahrhaftigkeit seiner Äusserungen in Frage stellte, hatte er stets ein Hintertürchen offen.»

Goebbels' Lieblingskind war der Film. Nicht nur hatte er eine Schwäche für Filmschauspielerinnen (von denen einige seine Geliebten wurden), sondern er erkannte auch rasch, dass diese neue Kunstform als breitwirkendes Medium weit grössere Massen erreichte als Bücher oder Theater. Die Vorstellung, dass Tausende erwachsener Männer und Frauen, im dunklen Zuschauerraum zusammengedrängt, dasselbe Bild auf der Filmleinwand sahen, sprach seinen Sinn für Gleichschaltung an. Zudem konnte der Film mit seinen etablierten Klischees – Spannung, Abenteuer, Liebe, Verbrechen, Mord – auf den kleinsten gemeinsamen Nenner des menschlichen Intellekts zielen. Dank der staatlichen Förderung vervierfachte sich die Zahl der Kinobesucher von 1933 bis 1942.

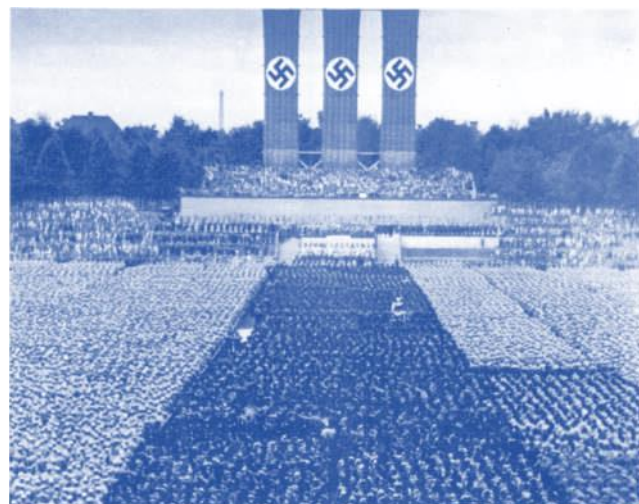
Weil die Nationalsozialisten den Film als so einflussreiches Medium ansahen, mussten die Filmschaffenden, Regisseure, Produzenten, Schauspieler, Beleuchter, Kameramänner usw. als erste dem Führer Ergebenheit schwören. Schon am 1. Mai 1934 legten fünftausend Angestellte der UFA diesen Eid ohne offenkundiges Widerstreben ab. Das alte Filmgesetz von 1920 wurde durch das Reichsfilmgesetz abgelöst, nach dem die Handlung eines jeden geplanten Films dem Reichsfilmdramaturgen in Abriss und Drehbuch zur Prüfung vorgelegt werden musste. Im 5. Abschnitt von Paragraph 2 war festgelegt, dass die Zensur alle dem Zeitgeist widersprechenden Themen zu unterdrücken habe.

Goebbels interessierte sich persönlich für alle im Dritten Reich produzierten Filme und schaltete sich oft ein, um Änderungen oder Ergänzungen zu veranlassen. Seine bekannte Liebe zum Film brachte ihn manchmal in überraschende und sogar peinliche Situationen. Einmal hatte er eine Erstvorführung eines Films über das Leben im Krankenhaus gesehen, die übliche Liebesgeschichte zwischen Ärzten und Schwestern, und auf dem Weg zu einer anderen Verpflichtung sagte er zu seinem Adjutanten: «Jetzt haben wir von diesen Ärztefilmen erst einmal für lange Zeit genug. Sagen Sie ihnen, dass damit Schluss ist.» Der Adjutant verstand statt «Ärztefilme» «ernste Filme» und instruierte dementsprechend die Drehbuchschreiber mit dem Ergebnis, dass das Propaganda-ministerium monatelang mit Drehbüchern über seichte Komödien überschwemmt wurde, und das in einer Zeit (1943), in der die Naziführung die Kampfmoral des Volkes durch ernste und heroische Filme vom Typ *Friedrich der Grosse* gestärkt sehen wollte.

Die bekanntesten Filme aus der Zeit des Dritten Reiches sind Leni Riefenstahls *Triumph des Willens* über den Nürnberger Reichsparteitag 1934, ein von ihr perfekt durchgestalteter Dokumentarfilm, und ihr *Olympia*, ein weiterer Dokumentarfilm über die in Deutschland ausgetragenen Olympischen Spiele 1936. Beide Filme sind relativ raffinierte Nazi-Propaganda. Der erstgenannte Film beginnt mit einem Anblick des Wolkenhimmels, aus dem das drohende Dröhnen von Hitlers Bombern gehört werden kann. Man sieht den Führer aus einem Flugzeug steigen, und danach wird der ganze Ablauf des Parteitags gezeigt. Mit ihrem aussergewöhnlichen Können war

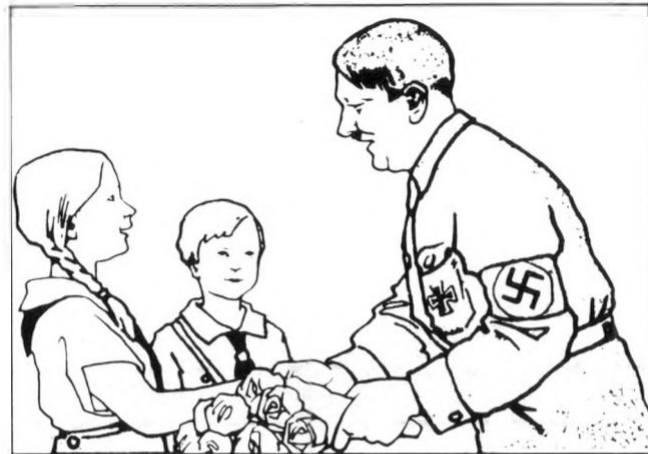
*Oben: Eine Szene aus Leni Riefenstahls Film Triumph des Willens. Die Kulisse mit den drei riesigen Fahnen im Hintergrund entwarf Albert Speer, Hitlers Chefarchitekt.*

*Unten: Leni Riefenstahls zweiter grosser Propagandafilm war ihr Film über die Olympiade 1936 in Berlin. Dieses Plakat kündigt eine holländische Protestaktion gegen die Olympiade an.*



Oben: Eine Seite aus einem deutschen Le-sebuch.

Unten: Eduard von Borsodys Film Der Prozess der Binnie Casilla (1939) verhöhnt die amerikanische Presse und das amerikanische Gerichtswesen. Ein Vater entführt seine Tochter den Pflegeeltern. Das Kind wird zum Filmstar, und da die Pflegeeltern davon profitieren, geben sie ihm Spritzen, um das Wachstum zu hemmen. Vor Gericht stösst der Vater als Deutscher auf Ablehnung, gewinnt aber schliesslich den Prozess doch.



### Mein Führer!

(Das Kind spricht:)

Ich kenne dich wohl und habe dich lieb  
wie Vater und Mutter.  
Ich will dir immer gehorjam sein  
wie Vater und Mutter.  
Und wenn ich groß bin, helfe ich dir  
wie Vater und Mutter,  
Und freuen sollst du dich an mir  
wie Vater und Mutter!

Leni Riefenstahl imstande, die NSDAP und ihre Führer in den Augen der Deutschen in einem heroischen und in ausländischen Augen in einem respektablen Licht erscheinen zu lassen. Der Film weckte im Kino bei den Zuschauern das Gefühl, an dem Ereignis unmittelbar teilzunehmen. «Die Vorbereitung des Parteitags», schrieb sie, «wurde in Übereinstimmung mit den Vorbereitungen für den Film durchgeführt.» Der Parteitag wurde also nicht nur als Massenveranstaltung, sondern auch im Hinblick auf einen Propagandafilm für die Massen geplant. Mit dem gleichen Ziel im Auge wurden auch die Schauplätze und der Ablauf der Olympischen Spiele geplant und gestaltet, nicht nur für die teilnehmenden Sportler, sondern ebenso für Leni Riefenstahls Heer von Kameraleuten.

Die Olympischen Spiele erwiesen sich als hervorragende Gelegenheit, auch im Ausland für das Dritte Reich Propaganda zu machen. Bei den vorhergegangenen Spielen 1928 in Amsterdam und 1932 in Los Angeles hatte man nicht daran gedacht, Simultanberichte über die Wettbewerbe durch Rundfunk zu verbreiten. In Berlin 1936 wurden während den sechzehn Tage dauernden Spielen 2'500 Berichte in 28 Sprachen von deutschen und ausländischen Reportern über den Äther ausgestrahlt. Nach den Spielen sandten die ausländischen Presse- und Rundfunkkorrespondenten wegen der vorzüglichen Organisation Glückwunschtelegramme an Goebbels. Goebbels überwachte persönlich die Propagandamassnahmen und sorgte dafür, dass die Deutschen als freundliche, lächelnde Menschen voller Vitalität gezeigt wurden. Das Ergebnis war, dass viele der bestens bewirteten ausländischen Würdenträger vom neuen Deutschland zutiefst beeindruckt waren. Wegen dieser Besucher hielt man sich mit Massnahmen zurück, die im Ausland Anstoss erregen konnten. Die antisemitischen Schilder «Juden nicht erwünscht» verschwanden von Hotels und Restaurants. Julius Streichers *Stürmer* wurde auf den Strassen nicht verkauft, und laufende und geplante Massnahmen gegen Regimegegner wurden eingestellt oder aufgeschoben. Der einzige Missklang war für die Nationalsozialisten der Erfolg des schwarzen amerikanischen Läufers Jesse Owens, der mehr Beachtung fand als jeder andere Athlet. Aber Leni Riefenstahl hütete sich, in ihrem Film zu zeigen, wie Hitler nach Owens' Sieg verärgert das Stadion verliess.

Eine ganz andere Form von Propaganda war der widerliche antisemitische Film *Jud Süss*. Die im Mittelalter spielende Handlung zeigt einen schmierigen Juden mit Hakennase, der ein deutsches Mädchen bedrängt: Wenn sie sich nicht mit ihm einlässt, wird er ihren Verlobten aufs Rad flechten lassen. Nach der Vergewaltigung begeht das Mädchen als gute Deutsche Selbstmord. Das Hängen des Juden am Ende des Films wurde von einem deutschen Kritiker als «fröhlicher Höhepunkt» bezeichnet. In diesem Film spielte eine Lieblingsschauspielerin der Nazis, Kristina Söderbaum, eine stupsnasige germanische Blondine, und so war sie auch in vielen anderen Filmen zu sehen. In *Die goldene Stadt* nach Billingers Roman *Gigant* ist sie eine sudetendeutsche Bauertochter, die der Lockung der Grossstadt erliegt und nach Prag geht, was ihrem Vater das Herz bricht. Aber sie muss dafür bezahlen: Sie wird von einem Tschechen verführt und dann schwanger sitzengelassen. Sie kehrt nach Hause zurück, wo sich ihr alter Vater ihrer so sehr schämt, dass er Selbstmord begeht. Im Film endet die Geschichte freilich anders, weil das Propagandaministerium darauf bestand, dass nicht der schuldlose Vater, sondern die geschändete Tochter für diese Rassenschande





büssen müsse. Meist beging die Söderbaum in ihren Filmen Selbstmord, indem sie ins Wasser ging, so dass die Filme damit endeten, dass ihre Leiche wie die Ophelias im *Hamlet* im Wasser trieb. Das trug ihr den Spitznamen «des Deutschen Reiches Wasserleiche» ein.

Das Propagandaministerium zensurierte jedoch auch ausländische Filme. Verboten wurde unter anderem der französische Film *Nana* nach Zolas Roman, weil darin eine Szene mit einer Prostituierten und einem Soldaten vorkam. Die Begründung des Verbots lautete, es untergrabe die staatliche Autorität, wenn gezeigt wurde, wie ein Vertreter des Grundfesten des Staates bildenden Militärs sich mit einer Dirne einlies.

Besonders wichtig war der Film für die Indoktrination der Jugend. Im April 1934 wurde in Köln die erste «Filmstunde für die Jugend» veranstaltet. Zwei Monate später befahl Dr. Rust, Goebbels' Filmbeauftragter, die Vorführung von «politisch wertvollen Filmen» an allen Schulen des Reiches mit dem Hinweis, dass es für die Verbreitung «unseres nationalsozialistischen Gedankenguts kein besseres Medium als den Film» gebe und der nationalsozialistische Staat gerade den jüngsten Bürgern seine Ideologie mittels des Filmes nahebringen wolle. In zwei Jahren hatte Rust 70 000 Schulen mit Filmprojektoren ausgestattet. Sahen 1934 noch 650 000 Kinder in den Schulen die NS-Filme, so stieg ihre Zahl bis 1939 auf drei Millionen. Für Schulen wurden in dieser Zeit 277 Filme hergestellt. Sie behandelten «die grossen Probleme unserer Zeit», aber ihr eigentlicher Zweck war es, die Jugend mental und emotional auf den Krieg vorzubereiten.

Das Thema fast aller dieser Filme war die «Wehrrüchtigung», und ihr Vorkämpfer war der UFA-Regisseur Karl Ritter, ein fanatischer Nationalsozialist, der seine Aufgabe so beschrieb: «Alle meine Filme handeln von der Bedeutungslosigkeit des Einzelnen..., alles Persönliche verblasst neben der Bedeutung der grossen Sache.» Sein Film *Verräter und Patrioten*, der die deutsche Untergrundtätigkeit im Ausland verherrlichte, wurde von etwa sechs Millionen Schülern gesehen.

Diese Filme hatten eine ausserordentliche Wirkung. Viele junge Männer, die als Hitlerjungen solchen Filmen ausgesetzt gewesen waren, wurden während des Krieges gefangengenommen. Unter alliierter Befragung zeigte sich, wie die Filme sie beeinflusst hatten. Scheinbar kühl und ungerührt auch in der Niederlage, hielten sie an der ihnen eingepfachten Auffassung fest, sie selbst seien als einzelne völlig unwichtig und es sei im Krieg ihre einzige Aufgabe, Werkzeug der Führung zu sein.

Im Dritten Reich war die Gesellschaft patriarchalisch durchstrukturiert und von Männern beherrscht. Manche der Filme, so *Hitlerjunge Quex*, haben versteckte homosexuelle Untertöne. Schriftsteller wie Ernst Jünger traten für männliche Kameradschaft anstelle von Liebe ein. Die Nazis hatten gegen die Männerliebe als Form der Sexualität keine moralischen Bedenken. Warum aber wurden dann Homosexuelle im Dritten Reich so streng bestraft? Ganz einfach: Sie galten als Volksschädlinge, sabotierten sie doch den Zuwachs des Volkes.

Ein allen Diktaturen des 20. Jahrhunderts gemeinsamer Zug ist ihr Bemühen, die Kinder und Jugendlichen zu vereinnahmen. Die Jugend wird vom Staat umworben, ausgebildet, erzogen, organisiert und schliesslich befehligt. Schon in der Weimarer Zeit hatten sich die Nazis erfolgreich um die deutsche Jugend bemüht, die in den zwanziger Jahren von den damaligen Regierungen weitgehend vernachlässigt wurde und deshalb ziellos, skept-

*Oben: Szene aus einem Film über die Hitlerjugend.*

*Mitte: Hans Steinhoffs Hitlerjunge Quex war einer von mehreren Propagandafilmen der NSDAP, die 1933 gedreht wurden.*

*Unten: In SA-Mann Brandt führte Franz Seitz Regie. Nach diesen ersten Propagandafilmen liess Goebbels Filme drehen, die weniger offen die Partei verherrlichten und unterhaltsamer waren.*



*Unten: Die Propagandisten der NSDAP vertrauten so sehr auf Hitlers Charisma, dass sie 1932 auf diesem Wahlplakat nur seinen Kopf und Namen zeigten. Rechte Seite: Auch später begnügte man sich auf Plakaten der NSDAP mit dem Bildnis des Führers und Schlagworten wie «Ein Volk, ein Reich, ein Führer» oder auch nur «Ja!», wenn es um eine mit Ja oder Nein zu beantwortende Entscheidung der «Volksgenossen» ging. Auf diesen Plakaten ist Hitler in der selbstherrlichen Pose eines Renaissancefürsten dargestellt.*



tisch und pseudoromantisch geworden war. Die Jugendlichen warteten darauf, dass etwas die Leere füllte und ihnen das Gefühl gab, gebraucht zu werden, sie emotional ansprach und ihnen neue Ziele setzte.

Für Goebbels' Propagandisten war die Jugend eine leichte Beute. Sie appellierten an die Gefühle und nutzten raffiniert die Bereitschaft der jungen Menschen, an etwas zu glauben und sich führen zu lassen. So war es ihnen schon mehrere Jahre vor der Machtergreifung gelungen, einen Grossteil der deutschen Jugend für sich zu gewinnen. Die stärkste Anziehungskraft übte in diesen Jahren die «neue Kameradschaft der Hitlerjugend» aus, deren Aufmärsche in Uniformen und mit Spielmannszügen einen krassen Gegensatz zur Trostlosigkeit des Alltagslebens in der Weimarer Republik bildeten.

Noch bis 1936 gab es in Deutschland neben der Hitlerjugend eine Reihe von Jugendorganisationen wie die Katholische Jugend und die Pfadfinder. 1936 ordnete der Reichsjugendführer Baldur von Schirach an, dass es allen diesen Organisationen fortan verboten sei, sich an jedweden organisierten Sport zu beteiligen, an Leicht- und Schwerathletik, Radsport, Skisport, Turnen und sogar am Zelten. Zudem durften ausser der Hitlerjugend Angehörige anderer Jugendorganisationen keine Uniformen mit Rangabzeichen, Schulterklappen usw. tragen. Sie durften nicht mehr in Formation marschieren, kein Spielmannszüge haben, keine Fahnen, Banner oder Wimpel tragen. Diese Massnahme verrät, wie gut die Nazis die Mentalität der Jugendlichen verstanden.

Weibliches Gegenstück der Hitlerjugend war der Bund deutscher Mädel, der ebenfalls das Monopol für jegliche sportliche Betätigung hatte. Es gab Wochenendveranstaltungen in Jugendherbergen, wo die Mädchen ein systematisches Sporttraining absolvieren konnten; es gab Zeltlager und Freizeitschulungen. Wie die Jungen mussten sie alles über den Führer und die Geschichte der nationalsozialistischen Bewegung lernen. Und natürlich waren die Mädchen auch uniformiert: Sie trugen weisse Blusen, fast knöchellange Röcke und robuste Schuhe.

Mit dem Film als optischem Propagandamedium konkurrierte das Plakat. Diese offenkundig einfache Form der Werbung spielte beim Aufstieg des Nationalsozialismus eine grössere Rolle, als man gemeinhin annimmt. Goebbels' Propagandisten wussten um die Langzeitwirkung optischer Eindrücke, erkannten, dass die Menschen zwar einen Zeitungsartikel, aber kaum je ein Bild vergessen, wenn sie es nur oft genug zu sehen bekommen und die Botschaft einprägsam ist. In dieser Hinsicht hatte das Plakat gewisse Vorteile gegenüber anderen Propagandamitteln. Ein Flugblatt oder eine Zeitung konnte ungelesen weggeworfen werden, der Rundfunkempfänger liess sich abschalten, politischen Versammlungen konnte man ebenso wie einer Filmvorführung fernbleiben. Aber jedermann befand sich dann oder wann auf der Strasse, und dort konnte man dem Plakat nicht entrinnen. Reden oder Schriften über Hitlers Charakterstärke, seine Aufrichtigkeit, Ehrlichkeit und seine sonstigen vorbildlichen Eigenschaften waren eine Sache, aber etwas ganz anderes war es, alle diese Eigenschaften auf einem riesigen Plakat in zehnfacher Lebensgrösse verbildlicht zu bekommen. Und wenn man vor diesem Plakat die Augen verschloss, stiess man gleich um die Ecke auf das nächste Plakat. Überall in Deutschland prangten an Plakatsäulen und Wänden Führerbilder und Darstellungen des «heldischen deutschen Mannes», von dem die Nazis so gern schwafelten. Man sah ihn allenthalben, aufrecht, stark,





**Ein Volk, ein Reich, ein Führer!**



Zwei Plakate von Mjöltnir (Hans Schweitzer), oben ein Wahlplakat von 1932, unten eine erste Fassung aus den zwanziger Jahren. Auf diesen Plakaten werden die SA-Männer mit ihren entschlossenen Gesichtern als «eiserne Kohorte deutscher Revolution» dargestellt.



gewappnet zur Verteidigung Deutschlands gegen den «roten Terror» oder den «jüdischen Bazillus».

Herr dieser politischen Plakate war der Künstler Mjöltnir (Hans Schweitzer), der sich seit 1935 mit dem Titel «Reichsbeauftragter für künstlerische Formgebung» schmückte. Über ihn sagte ein Naziführer einmal: «Was lange Reden nicht vermocht haben, erreichte Mjöltnir in Sekunden durch den glühenden Fanatismus seiner mächtigen Kunst.» Mjöltnirs Plakat mit den drei SA-Männern ist typisch für die Nazipropaganda – einfach, emotionsbeladen, kraftvoll. Hitler hatte gesagt: «Den Massen imponiert Grausamkeit und brutale Kraft.» Hier haben wir beides. Mjöltnir zeigt drei SA-Männer unterschiedlichen Alters, die alle ihre ersten Bewährungsproben im Schützengraben oder bei Strassenkämpfen hinter sich haben und deren Gesichter männliche Kraft, ja, Brutalität verraten. Ein Mjöltnir-Plakat von 1932 zeigt den «Arier», der dem Nationalsozialismus die Macht erkämpfen will. Der zweite herausragende Plakatkünstler des Dritten Reiches war Ludwig Hohlwein, einer der führenden Maler Deutschlands. Anders als Mjöltnir idealisierte er den von den Nazis so verherrlichten blonden Jüngling.

Für Briefmarken galten die gleichen Kriterien wie für Plakate, erreichen sie doch sogar ein noch grösseres Publikum. Briefmarken von 1935, die sich auf das Saarreferendum bezogen, brachten dieses zur allgemeinen Kenntnis. Es gab Sondermarken anlässlich der Reichsparteitage, zu Hitlers Geburtstag, zur Wiedereingliederung von Eupen und Malmedy, zum Anschluss Österreichs. In allen deutschen Postämtern wurden Postkarten mit nationalsozialistischen Schlagwörtern und Führerzitaten verkauft. Es gab Hitlerjugendmarken und ein Hitlergedenkbild mit dem Text: «Wer einem Volk dienen will, kann nur in heldischen Begriffen denken.» Dass den Nazis die Bedeutung der Briefmarke als Propagandamedium bewusst war, zeigt sich im Verbot des Handels mit sowjetischen Briefmarken zwischen 1933 und 1939 und zwischen 1941 und 1945.

Bei den anderen visuellen Künsten waren die Nazis nicht so erfolgreich wie bei den Plakaten; anspruchsvollere Kunstformen eigneten sich nicht so gut für Propagandazwecke. Immerhin, kümmern mussten sie sich darum, und sei es auch nur um der Wirkung auf das Ausland willen.

Sie benutzten die bildenden Künste auf zwei Weisen, einmal zur Veranschaulichung dessen, was sie als moralischen und materiellen Niedergang ihrer Vorgänger bezeichneten, der Männer der Weimarer Republik mit ihrem «dekadenten Expressionismus», und zum zweiten zur Propagierung ihrer eigenen «arischen» Politik. In der ersten Hinsicht konnte man viele, die keine Ahnung von moderner Kunst hatten, davon überzeugen, dass dies eine degenerierte und verrottete Kunst sei. Die Nazis wählten einfach die am wenigsten gelungenen Werke von Expressionisten und von abstrakten und avantgardistischen Künstlern aus und veranstalteten damit eine Wanderausstellung unter dem Titel «Entartete Kunst». Die Ausstellungsstücke wurden so angeordnet, dass sie die Besucher schockierten, und so gehängt, dass die Bilder möglichst unvoreteilhaft wirkten. Der Öffentlichkeit, die in Scharen herbeiströmte, redete man ein, die Weimarer Regierung habe für solchen Schund ihre Steuergelder verschwendet. Jeder konnte ja selbst sehen, wie zynisch expressionistische Künstler so hehre Themen wie Liebe, die deutsche Frau, Helden und Vaterland darstellten, und vor allem jüdische Händler seien es gewesen, die durch den Verkauf solcher Obszönitäten Vermögen angehäuft hätten.



Die an ihre Stelle tretende nationalsozialistische Kunst sollte natürlich ebenfalls der Propaganda dienen. Es ist bezeichnend, dass sich Gemälde des Dritten Reiches leicht mit Worten beschreiben lassen, ist bei ihnen doch der Inhalt immer wichtiger als die Form. Für die Nazis war die Spannweite dieser Inhalte begrenzt: Bauern mit grossen Familien, die die Bedeutung der deutschen Nährstands und seine Fruchtbarkeit vor Augen führten, Allegorien der Musen, eine Gelegenheit, junge Arierinnen nackt darzustellen; blonde uniformierte Jugendliche, die unter Hakenkreuzfahnen marschieren; SA-Männer mit markantem Kinn und geballten Fäusten, die an irgendeiner nationalsozialistischen Zeremonie teilnehmen; und schliesslich der Führer selbst in heldischer Pose, manchmal in mittelalterlicher Rüstung in der Rolle des den jüdisch-bolschewistischen Drachen tötenden heiligen Georgs. Die Titel sprechen für sich selbst: «Die letzte Handgranate», «Die neue Jugend», «Platz für die SA», «Der Pilot», «Der Tag von Potsdam 1933» usw.

Viele der Gemälde waren Wandgemälde, und deren Wiederbelebung war eines der wichtigsten Merkmale nationalsozialistischer Kunst. Die Nazis postulierten für ihre öffentlichen Bauten das Zusammenspiel aller Künste und besonders von Architektur und Wandmalerei. Die Formate der Fresken und Wandgemälde entsprachen ihrer Grossmannssucht und gaben Tausenden von Künstlern Arbeit. Der Propagandawert dieser riesigen Gemälde, denen man sich überall in den Ministerien, Parteigebäuden, Rathäusern und Schulen gegenüber sah, war beträchtlich. Ihnen konnte auch nicht entgehen, wer niemals das Haus der Deutschen Kunst in München betrat, denn sie wurden in Zeitungen und Zeitschriften im ganzen Land abgebildet. Der nationalsozialistischen Kunst waren auch sorgfältig edierte Kunstpublikationen gewidmet. Deren beste, *Die Kunst im Dritten Reich*, war gut gemacht und auf bestem Papier in hoher Farbqualität gedruckt.

Wichtig an diesen Gemälden war nicht ihr künstlerischer Einfluss, denn Kunst war nur wenig an ihnen – wichtig war ihr Inhalt. Bei der prägsamen deutschen Jugend verstärkten sie, was man ihnen in der Schule und in den Jugendorganisationen beibrachte: die Überlegenheit der germanischen Rasse, die Schmach, die Deutschland seit 1919 hatte erleiden müssen, der Vorrang des Körperlichen vor dem Geistigen.

Sogar in den Sporteinrichtungen, in denen sich die Deutschen erholen wollten, in den Parkanlagen und Wäldern rings um die Städte war die neue Kunst allgegenwärtig, meist in Form grosser Statuen, die die Kraft deutscher Männlichkeit mit strotzenden Muskeln und in entschlossenen Haltungen verherrlichten. Viele dieser monumentalen Plastiken wurden von den Bildhauern Arno Breker und Josef Thorak geschaffen. Als ein Besucher einmal Thoraks Atelier besuchte und fragte, wo der Meister sei, antwortete dessen Gehilfe: «Dort droben im linken Ohr des Pferdes.»

Für Propagandazwecke wurde aber auch das Aussehen vieler Städte verändert. Bäume wurden ausgegraben und Häuser abgerissen, um Platz für die grossen Massenaufmärsche zu schaffen. Die protzigen neuen Bauten in Städten wie Berlin, Nürnberg und München mit ihren grossen Innenhöfen und Vorplätzen wurden als Szenarien für die Aufmärsche von NS-Organisationen gestaltet. Albert Speer, der bedeutendste Architekt des Dritten Reiches, erbaute Hitlers mächtige Reichskanzlei in Berlin in einer Mischung von griechischem Stil und preussischem Klassizismus, geschmückt mit den Nazi-Emblemen. Er plante auch die tiefgreifende Umgestaltung Berlins zur grossartigen Metropole des Dritten Reiches.

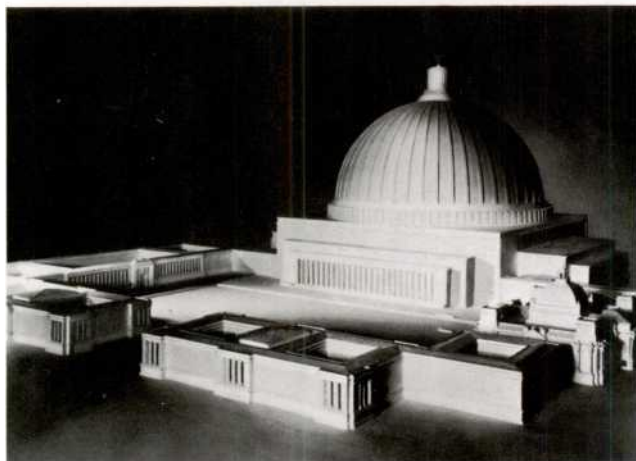
*Oben: Ein riesiges Relief von Arno Breker, einem der «offiziellen» Bildhauer des Dritten Reiches, der zahlreiche Monumentalskulpturen schuf. Unten: Jacob Epstein neben einer seiner «entarteten» Skulpturen. Arbeiten von Epstein und anderer moderner Künstler wurden 1937 in der Ausstellung «Entartete Kunst» an den Pranger gestellt, eine Veranstaltung, die ironischerweise die bedeutendste Kunstausstellung des Dritten Reiches war.*



Albert Speer, der Chefarchitekt des Dritten Reiches und ab 1937 «Generalinspekteur für die Reichshauptstadt», wollte Berlin zum Mittelpunkt eines Weltreiches machen. Seine Bauten sollten «wie die Kathedralen unserer Vergangenheit in künftige Jahrtausende hineinragen». Hier drei der von ihm geplanten Baukomplexe, das Grosse Becken (oben), der Flughafen Tempelhof (Mitte) und der Deutsche Platz (unten).



GROSSI'S BECKEN IVXT 1958



MITSUI ER PLATZ JAN LAR 1057

Da die Partei ihren Propagandaerfolg mehr dem gesprochenen als dem geschriebenen Wort verdankte, ist es verständlich, dass die zweite Erfindung des 20. Jahrhunderts, deren sich Goebbels bediente, der Rundfunk war. Er sagte einmal, der Rundfunk werde im 20. Jahrhundert das bewirken, was die Zeitungen im 19. Jahrhundert erreicht hatten, sei er doch ein wichtiges Instrument zur Gleichschaltung des deutschen Volkes in Nord und Süd, Ost und West, von Katholiken und Protestanten, von Bürgern, Arbeitern und Bauern (bezeichnenderweise erwähnte er nicht die Oberschicht, die er, wie Hitler, für bedeutungslos hielt). «Mit diesem Instrument», sagte er zu den Sendeleitern der Rundfunkstationen, «kann man öffentliche Meinung machen.» Auch Hitler wusste dies wohl; in seinem ersten Jahr als Reichskanzler hielt er mehr als fünfzig längere Reden, die vom Rundfunk übertragen wurden. Diese wurden in der Regel nicht im Studio aufgenommen, sondern bei Versammlungen und Massenveranstaltungen. Nur ein einziges Mal wurde eine Rede aus dem Studio übertragen, doch ohne den unmittelbaren Kontakt zum Publikum fühlte Hitler sich nicht wohl.

Vor 1933 hatten alle grossen deutschen Städte ihre eigenen Rundfunksender mit jeweils eigenen Programmen. Goebbels hingegen zentralisierte das ganze deutsche Rundfunkwesen in Berlin unter der Kontrolle seines Propagandaministeriums, das bezeichnenderweise manchmal auch «Befehlszentrale» genannt wurde. Um die Zahl der Rundfunkhörer zu steigern, brachten die Nationalsozialisten einen der billigsten Rundfunkempfänger Europas auf den Markt. Dank staatlicher Subventionen kostete er nicht mehr als den Wochenlohn eines Arbeiters und wurde passend als «Volksempfänger» bezeichnet. Ziel war es, in jedem deutschen Haushalt einen solchen Empfänger aufzustellen. Da es bis zur Erreichung dieses Ziels einige Zeit dauerte, wurden gemeinschaftliche Empfangsmöglichkeiten (Lautsprecheranlagen und «Reichslautsprechersäulen») in Fabriken, Büros, Restaurants, Cafés und sogar auf den Strassen geschaffen. Wenn ein Naziführer eine Rede hielt oder wichtige Ankündigungen gemacht wurden, musste die Arbeit unterbrochen werden, damit jeder zuhören konnte. In zehntausend Restaurants in Deutschland hatten die Gäste Hemmungen, nach der Ansage einer Führerrede weiterzuessen, und so sassen alle schweigend da, während Hitlers Stimme durch den Raum schallte.

Eine andere Art, das Radiohören zu fördern, waren die Einsetzung von Ortsgruppenfunkwarten und die Ausstattung der NS-Blockwarte mit Rundfunkempfängern. Diese Parteigenossen ermutigten alle «Volksgenossen» zum Kauf eines Radios (oft wurde dafür auch Geld geliehen) oder drängten sie, wichtige Rundfunkreden in ihrer Wohnung oder in der eines Bekannten mit Rundfunkgerät anzuhören. Regelmässig verfassten Funk- und Blockwarte Berichte über die Reaktionen auf die Rundfunksendungen. Wenn beispielsweise eine Sendung über die Notwendigkeit kinderreicher Familien angekündigt wurde und jemand sich darauf ablehnend äusserte oder sich darüber lustig machte, wurde dies weitergemeldet und der Kritiker gerügt. Besonders wichtig wurde diese Überwachung durch Parteimitglieder im Krieg, als es galt, «Feindhörer» und andere «Volksschädlinge» dingfest zu machen.

Die Zuhörer lernten bald, den den verschiedenen Parteiführern zugeordneten Musikvorspann zu unterscheiden. Kurz vor Hitlers Auftritt bei einer Massenveranstaltung erklang stets der Badenweilmarsch, Hitlers Lieblingsmarsch, vor der alljährlichen Goebbelsrede zum Führergeburtstag



Wagners Meistersinger-Ouvertüre und vor Hitlers Rede am Heldengedenktag der zweite Satz aus Beethovens Eroica.

Von 1933 bis 1939 vervierfachte sich die Zahl der Rundfunkgeräte in den deutschen Haushalten. Wichtig war der Rundfunk auch für die Beeinflussung der öffentlichen Meinung des Auslands. Ausländische Regierungen konnten die Einfuhr von schriftlicher Nazipropaganda verbieten, aber viel schwieriger war es, den Empfang einer Rundfunksendung zu unterbinden. Der Rundfunk spielte eine grosse Rolle sowohl beim Saarreferendum als auch beim Anschluss Österreichs.

Das hochindustrialisierte Saargebiet war nach dem Ersten Weltkrieg von den Franzosen besetzt worden. 1935 sollte eine Volksabstimmung über das weitere Schicksal des Saarlands entscheiden. Schon mehr als ein Jahr vorher begannen die Nationalsozialisten, für die Rückkehr zu Deutschland die Trommel zu rühren. Im Januar 1934 errichtete Goebbels ein Referat für Rundfunksendungen für das Saargebiet. Jeden Mittwoch wurde die Sendereihe «Die Saar – der Weg zur Verständigung ist klar» ausgestrahlt. Zwischen Januar 1934 und April 1935 wurden im Saargebiet etwa 4000 Volksempfänger verteilt. Die Franzosen hingegen versuchten erst in letzter Minute, die Saarländer über Rundfunk zu beeinflussen. Sicherlich hätte das Ergebnis der Abstimmung die Saar auf jeden Fall dem Reich zugesprochen, aber nicht mit einer Mehrheit von über 90 Prozent, die durch Goebbels' Rundfunkbeeinflussung gewährleistet wurde.

Bei der Vorbereitung des erzwungenen Anschlusses Österreichs an Deutschland spielte der starke und deshalb weitreichende Nasisender in München eine grosse Rolle. Die österreichischen Sender waren schwächer, und bereits drei oder vier Jahre vor dem Anschluss wurden die österreichischen Rundfunkhörer allnächtlich mit Propaganda für den Führer und sein Grossdeutsches Reich überschwemmt. Man pries seine Taten für das neue Deutschland und versprach, dass nach einem Anschluss Österreich an der neuen Weltgeltung Deutschlands werde teilhaben können. Bezeichnend ist auch, dass bei dem gescheiterten Putsch 1934 in Österreich das erste Ziel der Nazis der Wiener Rundfunksender war.

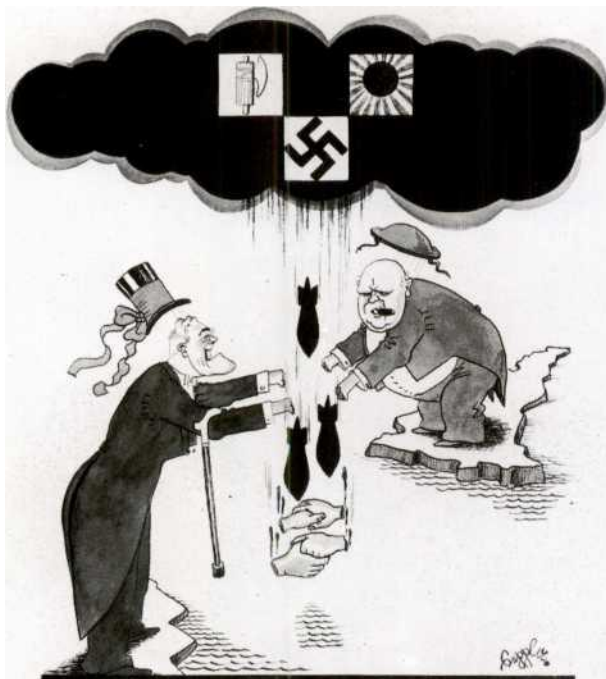
Auf Kurzwelle konnten die Nazis auch Amerika erreichen. Hier waren die grossspurige Sprache und die plumpe Propaganda, die man für Österreich anwandte, völlig fehl am Platz. Hauptaufgabe der Propaganda war es, in Nord- und Südamerika ein günstiges Bild des Dritten Reiches zu zeichnen, und den Sprechern gelang es, eine Atmosphäre freundlicher Verbundenheit zu verbreiten. Oft wandten sie sich an eine bestimmte Stadt oder Schule und übermittelten Grüsse an namentlich genannte Zuhörer. Vertraulichkeit wurde auch durch die Verlesung von Zuhörerbriefen und die Beantwortung ihrer Fragen über das neue Deutschland geschaffen. Später wurden die weltweiten Überseedendungen in sechs «Kulturgebiete» eingeteilt: Nordamerika, Südamerika, Afrika, Ostasien, Südasien und Australien. Von 14 Wochenstunden 1933 stieg die Zahl der Auslandssendungen auf 58 Wochenstunden 1939. Täglich strahlten deutsche Sender 180 Nachrichtenprogramme in 53 Sprachen aus.

Der Rundfunk, den die Nazis schon in ihrer Frühzeit als den «Herold des Nationalsozialismus» gepriesen hatten, galt bald als wichtigstes Propagandamedium. Weder das faschistische Italien noch die totalitäre Sowjetunion bedienten sich in grösserem Umfang dieses Mediums zur Beeinflussung aller Schichten ihrer Bevölkerung.

*Auf Sonderbriefmarken und Plakaten wurden zwei Errungenschaften des Dritten Reiches gefeiert, der Volkswagen und der Volksempfänger. Kein Volkswagensparer hat je sein Auto erhalten, aber der billige Volksempfänger stand in zahllosen Haushalten, betrachtete doch Goebbels den Rundfunk als wichtiges Propagandamedium, das er virtuos einzusetzen wusste.*



Eine gegen Grossbritannien und die Vereinigten Staaten gerichtete Karikatur von Seppla (Josef Plank) in Die Brennessel, dem von der NSDAP herausgegebenen Witzblatt. Ähnliche Karikaturen, auf denen Churchill und Roosevelt als Werkzeuge der «jüdischbolschewistischen Weltverschwörung» dargestellt wurden, erschienen in den satirischen Zeitschriften Kladderadatsch und Simplicissimus.



Dass die Partei genau wusste, dass sie ihren Erfolg mehr dem gesprochenen als dem geschriebenen Wort verdankte, zeigt eine Anweisung Goebbels' an die Schriftleiter der deutschen Zeitungen: «Der Leser muss das Gefühl haben, dass Sie ein neben ihm stehender Redner sind.» Deshalb wurde auch stets versucht, in den Berichten über Massenveranstaltungen deren Atmosphäre zu vermitteln, den Leser am Geruch von Schweiß und Leder teilhaben zu lassen. Die Parteizeitung *Völkischer Beobachter* war oft eher eine Sammlung von Jubelplakaten als eine richtige Zeitung.

Vor der Machtübernahme gehörte das Blatt Hitlers Kumpel und Kriegsfeldweibel Max Amann, Hauptschriftleiter war der drogensüchtige und alkoholabhängige Nazidichter Dietrich Eckart. Damals hatte es nur 127'000 Leser, aber nach 1933 stieg die Leserschaft jährlich um etwa hunderttausend, und 1942 war es die erste deutsche Zeitung, die eine Auflage von über einer Million Exemplaren erreichte. Mitverantwortlich für diese Zunahme war, dass die Zeitung für Parteigenossen gleichsam Pflichtlektüre war. Aber auch Beamte, Lehrer usw., konnten keine Beförderung erwarten, wenn sie die Zeitung nicht kannten. Ein Universitätsprofessor bekam ernstliche Schwierigkeiten, weil er die Arbeit eines Studenten schlecht benotet hatte, der sie weitgehend aus dem *Völkischen Beobachter* abgeschrieben hatte. Hitler freilich meinte einmal, diese Zeitung sei nur ein Witzblatt. Andererseits bezeichnete er das in München veröffentlichte Witzblatt der Partei, *Die Brennessel*, als den trostlosesten Mist, den man sich denken könne. In dieser satirischen Zeitschrift erschienen die Karikaturen von Seppla (Josef Plank), der über Engländer, Amerikaner und Russen seinen beissenden Hohn aussoss.

Zur Kontrolle der Presse wurden von Goebbels' Ministerium täglich «Sprachregelungen» und «vertrauliche Hinweise» an alle Hauptschriftleiter deutscher Zeitungen ausgegeben. Sie sollten nach dem Lesen vernichtet und die Vernichtung schriftlich bestätigt werden. 1939 waren diese Regelungen schon so ausführlich, dass der Inhalt der Zeitungen praktisch vorgeschrieben war, wogegen die Redaktionen keinen Einspruch erhoben. In einem Anfall von Ehrlichkeit vertraute Goebbels am 14. April 1943 seinem Tagebuch an, dass sich «in Zukunft jeder Mensch mit ein bisschen Ehrgefühl» hüten werde, Journalist zu werden.

Die «Sprachregelungen» befassten sich mit fast jedem Aspekt des Lebens in Deutschland. Um nur einige Beispiele zu nennen: Thomas Mann sollte nicht erwähnt werden, weil «sein Name aus dem nationalen Bewusstsein gelöscht» wurde. Dasselbe galt für Chaplin. Andererseits sollten Greta Garbo und der Herzog von Windsor, die etliche positiven Äusserungen über das Dritte Reich gemacht hatten, sympathisch dargestellt werden. Es war verboten, Fotografien zu veröffentlichen, auf denen Minister und Parteibonzen des Dritten Reiches bei festlichen Banketten gezeigt wurden. Zu verschweigen waren beispielsweise Vergiftungen durch zu stark mit Kunstdünger angereichertes Viehfutter, aber auch ein Autounfall, bei dem Ribbentrop und seine Tochter verletzt wurden. Quantitativ wie qualitativ ging es mit der deutschen Presse bergab. Als die Nazis an die Macht kamen, gab es 4'500 Zeitungen, die ein breites Spektrum politischer Meinungen spiegelten. 1939 waren es nur noch 1'000, und sie alle waren von der Partei gleichgeschaltet.

Weniger zu sagen ist über die Literatur und das Theater als Propagandainstrumente in Deutschland. Literatur richtet sich primär an den Intellekt und spricht die Massen wenig an. Der NS-Schriftsteller Schünzel sagte dazu:



«In diesem Land lesen wir keine Bücher. Wir schwimmen, wir ringen, wir heben Gewichte.» Auch das Theater zielt auf ein relativ kleines Publikum. Diese Kunstformen waren deshalb für die Nazipropaganda von untergeordneter Bedeutung.

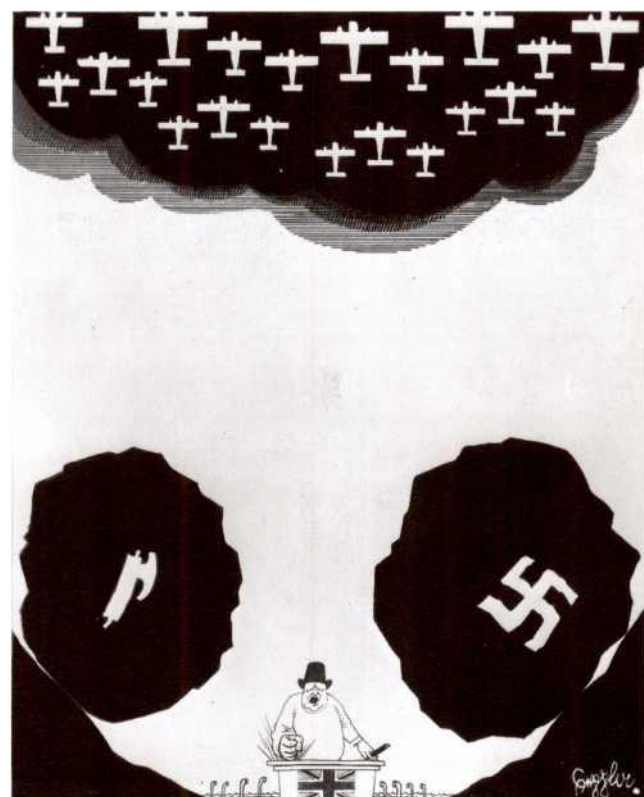
Die meisten bedeutenden Autoren und Dramatiker hatten das Land verlassen oder wurden geächtet, als die Nationalsozialisten an die Macht kamen: Thomas Mann, Remarque, Zweig, Reinhardt, Toller, Brecht, Franz Werfel. An die Stelle dieser «entarteten» oder rassistisch unerwünschten Schriftsteller traten Autoren, die Bücher und Theaterstücke über Nazi-Themen schrieben. Für sie gilt das meiste, was bereits über das Kino gesagt wurde. Theaterstücke mussten zur Billigung der Reichstheaterkammer vorgelegt werden. Deren Aufgabe bestand nach dem Theatergesetz von 1934 darin, dafür zu sorgen, dass nur Stücke aufgeführt wurden, die dem Geist des Nationalsozialismus entsprachen. Selbst die Werke deutscher Klassiker wie Goethe und Schiller wurden nach NS-Kriterien bewertet, ihre universalistischen oder humanistischen Werte herabgespielt. Unter den ausländischen Autoren wurden Männer wie Bernard Shaw gebilligt, nicht wegen ihrer literarischen Verdienste, sondern weil sie die englische Gesellschaft als heuchlerisch und plutokratisch angeprangert hatten. Hanns Johst, der Präsident der Reichstheaterkammer, äusserte einmal öffentlich, am liebsten greife er nach seiner Pistole, wenn jemand das Wort «Kultur» erwähne.

In den zwölf Jahren des Dritten Reiches gab es nicht einen einzigen bedeutenden Dramatiker. Aufgeführt wurden Werke von dritt- und viertklassigen Autoren, und für Theaterstücke wie für Bücher wurden historische Themen bevorzugt, besonders Stoffe aus dem mittelalterlichen Deutschland und aus der Zeit des Aufstiegs Preussens. Ein beliebtes literarisches Thema waren «Fronterlebnisse» wie in den Romanen von Beumelberg mit Szenen, die einerseits die brutale Wirklichkeit des Grabenkriegs zeigten, aber andererseits Kameradschaft und Heldenmut verherrlichten. Ungemein beliebt war auch der Heimatroman. Typisch dafür war Kunkels «Ein Arzt sucht seinen Weg», in dem ein unermüdlich suchender Medizinstudent die Universität in der Grossstadt verlässt, um an den Herd seiner als Hirten lebenden Grosseltern zurückzukehren, in deren Lebensstil er sich einzufügen versucht. Er endet als Naturheilpraktiker, der wahre Heilwunder vollbringt.

Eine andere beliebte literarische Sparte waren Lebensbeschreibungen im Stil von Hitlers Werdegang. Dargestellt wurden die Lebensläufe von historischen Persönlichkeiten, etwa von Schiller, Paracelsus und Diesel, bei denen wie bei Hitler das unverbildete Genie über akademische Gelehrsamkeit, die individuelle Intuition über den starren Intellekt triumphiert hatte.

Alle kreativen Künstler mussten der entsprechenden Sektion der Reichskulturkammer angehören, die im September 1933 gegründet wurde. Die Kammer konnte wegen «politischer Unzuverlässigkeit» Mitglieder ausschliessen oder Bewerbungen ablehnen, was bedeutete, dass jeder Künstler, der sich nicht für den Nationalsozialismus begeisterte, praktisch Berufsverbot hatte. Am 10. Mai 1933 fand auf dem Berliner Franz-Joseph-Platz und gleichzeitig auch in anderen Städten die von den Nazis organisierte Bücherverbrennung statt. Die Arbeiten «dekadenter» Autoren wie Freud, Marx und Zweig wurden auf einen Scheiterhaufen geworfen, und in einer von allen deutschen Sendern übertragenen Rede bezeichnete Goebbels diese Autoren

*Eine weitere Karikatur von Seppla (Josef Plank) in Die Brennessel. Hier wird der von Faschismus und Nationalsozialismus bedrohte Churchill gezeigt. Goebbels hatte Churchill zu seinem persönlichen Feind ausserkoren, aber nach der deutschen Niederlage in Stalingrad hielt er sich bei seiner berühmten Rede im Sportpalast, in der er den totalen Krieg propagierte, an Churchills Rede von 1940, in der dieser den Engländern «Blut, Schweiss und Tränen» angekündigt hatte.*



Oben: Der Angriff wurde 1927 von Goebbels als Wochenblatt gegründet, als er Gauleiter von Berlin war. Ab 1930 erschein das Blatt mit NS-Propaganda und massloser Kritik an der Weimarer Republik täglich.

Unten: Der von Julius Streicher herausgegebene Stürmer erschien erstmals 1923 in Nürnberg kurz nach dem «Marsch zur Feldherrnhalle», dem gescheiterten Putschversuch der Rechten in München. Es war das schlimmste antisemitische Hetzblatt der Nationalsozialisten.



als «böse Geister der Vergangenheit» und erklärte, dass das «Zeitalter des Intellektualismus» jetzt vorbei sei.

Was lehrt uns der Einsatz von NS-Propaganda in der Zeit von 1933 bis 1939? Am tiefgreifendsten, wenn auch nicht am augenfälligsten, ist ihr Einfluss auf die Jugend. Wenn in nur sechs Jahren nach der Machtergreifung Goebbels' Propaganda den Erwachsenen einen so tiefen Glauben an den Führer einimpfen konnte, wie hätte sich eine Weiterführung dieser Propaganda auf die nächste Generation, die deutsche Jugend, auswirken müssen? Wenn Deutschland den Zweiten Weltkrieg gewonnen hätte, hätten diese jungen Menschen ihr ganzes Leben im Bann eines Systems verbracht, das von Goebbels erfunden und vervollkommen worden war. Glücklicherweise holten die anderen Nationen, die militärisch und propagandistisch ins Hintertreffen geraten waren, rasch auf, als Hitler sie mit seinem Krieg überzog. Weil ihre Propaganda gegenüber dem eigenen Volk und den Deutschen auf Wahrheit beruhte, wurde sie im Verlauf der langen und schweren Kriegsjahre immer glaubhafter und schliesslich erfolgreicher als die Goebbelsche Propaganda.

Wie raffiniert Goebbels vorging, zeigte sich darin, dass er 1939 das Volk bereits nach Belieben manipulieren konnte. Anfang August redete man den Deutschen noch ein, die Sowjetunion sei der Feind der ganzen Menschheit, doch am 24. August 1939 wurde sie unversehens zum Freund und Bundesgenossen Deutschlands. Diese Sprachregelung wurde beibehalten, während die Sowjets sich grosse Teile Osteuropas einverleibten – das halbe Polen, die baltischen Staaten, Bessarabien und die nördliche Bukowina. Als aber das sowjetische Vorgehen nicht mehr mit Hitlers strategischen Plänen übereinstimmte und im Juni 1941 deutsche Truppen in die Sowjetunion einmarschierten, wurde der Bolschewismus wieder zum Schreckgespenst Europas, und die gesamte antisowjetische Literatur, die im August 1939 aus den Buchhandlungen und Bibliotheken verschwunden war, tauchte in den Regalen wieder auf. Eine solche Manipulation ist natürlich in einer Diktatur verhältnismässig einfach. Dennoch war sogar Stalin, selbst ein erfolgreicher Demagoge, der Meinung, dass die Nazis zu weit gingen, als sie in den Nichtangriffspakt vom August 1939 eine Passage über die «russisch-deutsche Freundschaft» aufnehmen wollten, nachdem sie ihn, wie der Diktator sagte, fünfzehn Jahre lang mit Schmutzkübeln beworfen hatten.

Das deutsche Volk wollte 1939 keinen Krieg, aber man hatte ihm seit 1933 die Möglichkeit eines Krieges und die Überzeugung von der militärischen und rassistischen Überlegenheit der Deutschen so erfolgreich eingeimpft, dass es die Kriegserklärung ohne Murren hinnahm. Nun konnte Goebbels sich brüsten, dass diesmal die Ausgangslage ganz anders sei als 1914. Damals habe die deutsche Führung keine Ahnung gehabt, wie die öffentliche Meinung zu beeinflussen war, aber jetzt, am 1. September 1939, verstehe es Deutschland, «die Waffe der Wahrheit mit souveräner Sicherheit zu handhaben».

Bis zum Kriegsausbruch hatte Goebbels gegenüber England und Frankreich diese «Waffe der Wahrheit» zwiespältig gehandhabt. Während er die «dekadenten Demokratien» schmähte und dafür sorgte, dass sie in satirischen Zeitschriften wie dem *Simplicissimus* und der *Brennessel* verspottet wurden, hatte er entsprechend den Anweisungen des Führers auch von Zeit zu Zeit versucht, zu hofieren. In seinen Schriften hatte er sogar einige der



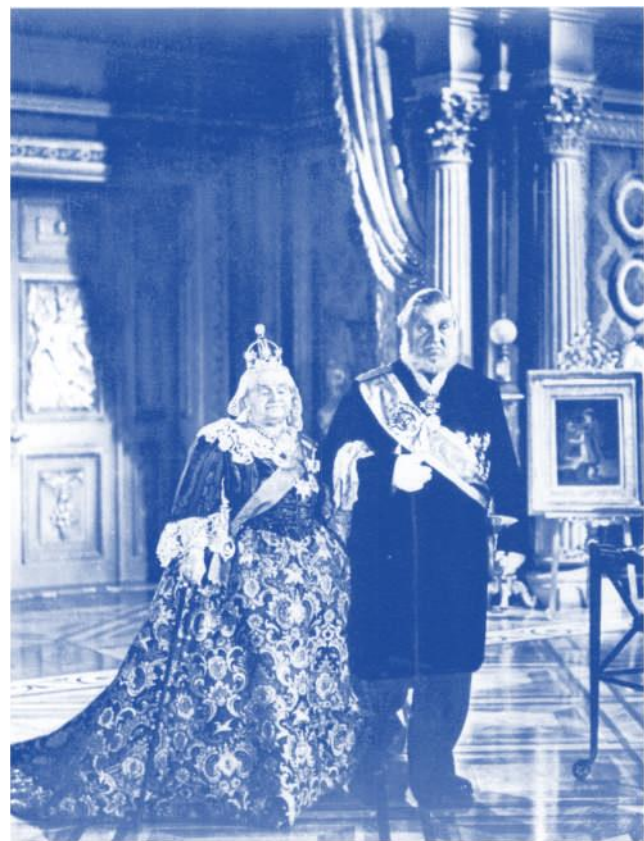
englischen Tugenden gelobt, die zum Aufbau des britischen Weltreichs geführt hatten. Bei den Olympischen Spielen 1936 hatte er sein Ministerium angewiesen, wichtige englische Besucher mit besonderem Respekt zu behandeln. Aber das war jetzt alles vorbei. Im Winter 1939/40 hämmerte er den Deutschen durch Presse, Rundfunk und Filme ein, wie hinterhältig und machiavellistisch die Länder seien, die Deutschland den Krieg erklärt hatten. England wurde als Hochburg der «Plutokratie» hingestellt, in der eine Handvoll meist jüdischer Bankiers den internationalen Krieg schürte, weil dies ihren Reichtum mehrte, und gleichzeitig die arbeitenden Menschen versklavte. Er betonte, dass die Deutschen keinen Streit mit dem englischen Volk, sondern nur mit dessen Herrschern hatten. Er wies sein Ministerium an, einen Keil zwischen das englische Volk und dessen Regierung zu treiben. Es war für ihn verhältnismässig leicht, den Deutschen klarzumachen, wer für den Krieg verantwortlich war. Grossbritannien und Frankreich hätten aus selbstsüchtigen Interessen die polnische «Starrsinnigkeit» ermutigt, und letztlich hätten sie Deutschland den Krieg erklärt, nicht umgekehrt. Deutschland sei gar nichts anderes übriggeblieben, als sich zu verteidigen. Goebbels konnte auch im April und Mai 1940 die Deutschen davon überzeugen, dass die deutsche Besetzung von Dänemark, Norwegen, Holland und Belgien Schutzmassnahmen seien, die notwendig waren, um einer Besetzung dieser Länder durch England und Frankreich zuvorzukommen, deren Pläne, sie im Krieg als Pfand einzusetzen, glücklicherweise in deutsche Hände gefallen seien.

Das Hauptziel von Goebbels' Propaganda in den beiden ersten Kriegsjahren, in denen der deutsche Siegeslauf unaufhaltsam zu sein schien, bestand darin, dem Volk einzureden, dass das Grossdeutsche Reich, das der Führer schuf, allen Deutschen und schliesslich ganz Europa zugutekommen würde. Dafür gab es günstige materielle Voraussetzungen. Im Herbst 1941 waren die reichen Kornkammern der Ukraine in deutscher Hand, und selbstverständlich konnten deutsche Bauern und Siedler zwei Halme dort wachsen lassen, wo die Slawen nur einen erzeugt hatten. Russland mit seinen riesigen Steppen konnte ohne Weiteres einen ganzen Kontinent ernähren, wenn das Land richtig kultiviert und genutzt wurde. Das Propagandaministerium wurde mit Anfragen von Soldaten überschwemmt, wie man im Kaukasus oder auf der Krim Land erwerben und sich nach Kriegsende dort niederlassen könnte. Und da war noch das riesige britische Empire, das reif für eine Eroberung war. Als sich die deutschen Truppen dem Sueskanal näherten, schienen den Deutschen die grossen englischen Besitzungen in Afrika und der indische Subkontinent zu winken.

In diesem frühen Stadium des Krieges spielten Dokumentarfilme über die Kampfhandlungen in Polen, Norwegen und den Niederlanden eine grosse Rolle zur moralischen Stärkung der Heimatfront. Kriegsberichterstatte gehörten zu den kämpfenden Einheiten und begleiteten sie im Kampf, von dem sie ein wirklichkeitstreu, wenn auch einseitiges Bild wiedergaben. Zu dieser Einseitigkeit schrieb 1940 der Nazi-Journalist Hans Joachim Giese, was sowohl für die Nachrichten als auch für die filmische Kriegsberichterstattung galt: «Die Nachrichten geben in Erfüllung der propagandistischen Direktiven nicht die ganze Wahrheit wieder – denn das wäre sinnlos und nicht in ihrer Macht –, sondern mit der erforderlichen Zweckdienlichkeit zeigen die Nachrichten nur jenen Aspekt der Wahrheit, der notwendigerweise im Interesse der deutschen Nation zu verbreiten ist.»

*Oben: Emil Jannings als Burenheld in Hans Steinhoffs antibritischem Film Ohm Krüger von 1941. Die Engländer wurden als raffgierige Imperialisten dargestellt, die sich die südafrikanischen Goldfelder sichern wollten und den Burenführer überlisteten, als er in England der als hemmungslose Säuerin porträtierten Königin vorgestellt wurde.*

*Unten: Erich Waschrucks Die Rothschilds war einer von mehreren bösen antisemitischen Filmen, die 1940 in die Kinos kamen, aber keine Kassenerfolge wurden.*



Die nationalsozialistische Propaganda arbeitete mit Stereotypen wie dem sowjetischen Untermenschen, dem jüdischen Bolschewiken und dem amerikanischen Neger. Goebbels stellte die schwarzen GIs als Symbole der Kulturbarbarei dar, ein Klischee, das später, als die alliierten Bomber deutsche Städte in Schutt und Asche legten, noch mehr gebraucht wurde.

BEBBEIEB



„Wir kämpfen für das Kultur. Jimmy...  
...Ja - aber was ist Kultur eigentlich?“

Obwohl Goebbels dies hätte treffender formulieren können, fasst der Satz doch das Wesen nationalsozialistischer Propaganda zusammen.

*Feuertaufe*, ein Dokumentarfilm über den Polenfeldzug, wurde gleichzeitig in 55 Berliner Kinos und im ganzen Reich gezeigt. In Ortschaften ohne Lichtspieltheater wurden Omnibusse als fahrbare Behelfskinos eingesetzt. In diesem und in anderen Filmen wurden die Schrecken des Krieges nur auf der Seite des Feindes, nicht aber bei den eigenen Truppen gezeigt. Diese Filme wurden für so wichtig gehalten, dass es 1940 gesetzlich verboten wurde, während der Vorführung eines Kriegsfilms das Kino zu verlassen.

In der Zeit militärischer Siege war die Arbeit des Propagandaministeriums verhältnismässig einfach. Siege sind die beste Form der Propaganda, und die Wehrmachtsberichte nahmen mit ihren Erfolgsmeldungen Goebbels die meiste Arbeit ab. Dies passte ihm nicht, weil das Oberkommando der Wehrmacht gleichsam einen Teil seiner traditionellen Aufgaben übernahm. Propaganda, wie er sie verstand, wurde im Krieg durch die Notwendigkeit militärischer Geheimhaltung beeinträchtigt. Einmal meinte er sogar: «Bald wird Hitler nur noch auf seine Generäle hören, und das wird für mich sehr schwierig werden.» Aber zumindest ermöglichte es ihm, seine Aufmerksamkeit für einige Zeit auf die für den Feind bestimmten Propaganda zu konzentrieren.

Im «Sitzkrieg» 1939-40 liess das Propagandaministerium Rundfunksendungen für Frankreich ausstrahlen, die einen Keil zwischen die westlichen Verbündeten treiben sollten. Man rechnete den Franzosen vor, dass die Engländer nur sechs Divisionen aufs Festland gesandt hätten, so dass die achtzig französischen Divisionen die Hauptlast des Krieges tragen müssten. Die Engländer würden, wie üblich, «bis zum letzten Franzosen» kämpfen, aber die eigenen Truppen schonen. Über der Maginotlinie wurden Flugblätter abgeworfen, in denen geschildert wurde, wie im Gebiet von Lille sich die Frauen und Bräute der französischen Soldaten mit den dort stationierten Engländern vergnügten. Über Radio Stuttgart prangerte ein französischer Kollaborateur namens Ferdonnet in für Frankreich bestimmten Sendungen die Korruption der französischen Regierung und der jüdischen Hochfinanz an. In allen diesen Anspielungen steckte ein Körnchen Wahrheit, denn nach den Worten von Charles Roetter, dem englischen Experten für Kriegspropaganda, muss Propaganda sich zumindest im Grundgehalt auf Realitäten beziehen. Den Deutschen stellte Goebbels die Franzosen als eine «sterbende Nation» dar, als hochtalentiertes, aber glückloses Volk, das am Ende seines politischen Daseins «immer negroider» werden würde.

Um Zwietracht im englischen Lager zu säen, liess Goebbels Sendungen im schottischen Dialekt ausstrahlen, in denen von Unrecht berichtet wurde, das die Engländer den Schotten und Iren zugefügt hatten, und behauptet wurde, die Engländer hätten seit eh und je schottische und irische Regimenter für sich die Kastanien aus dem Feuer holen lassen. Auch sei während des Frankreichfeldzugs die Herzlosigkeit der «plutokratischen» englischen Oberschicht dadurch unter Beweis gestellt worden, dass englische Aristokraten sich bei den Pferderennen in Derby vergnügt hätten, während täglich Tausende von Franzosen den Tod gefunden hätten. Wie wirksam diese Propaganda war, lässt sich nicht mit Sicherheit sagen. Zweifellos trug sie zum völligen Zusammenbruch der französischen Armee bei, aber in England



wurden Sendungen von Kollaborateuren wie William Joyce, dem «Lord Haw Haw», nie ernstgenommen.

Einen Monat nach dem deutschen Überfall auf die Sowjetunion liess Goebbels für die Propaganda gegen die Sowjets einen Geheimsender in Aktion treten, der sich als «leninistisch» bezeichnete und angeblich seinen Standort in Russland hatte. Der Sprecher hiess Albrecht und war ein deutschstämmiger Russe, der während der Stalinschen Säuberungen von 1936 nach Deutschland geflohen war. Sein Hauptthema war die Unzufriedenheit der Russen mit dem stalinistischen Regime. Einen ähnlichen Sender richtete Goebbels für Nordamerika ein. Als offenbar wurde, dass sich Amerikas Sympathien mehr und mehr England zuneigten, wurde in Deutschland ein angeblich in Nordamerika befindlicher Schwarzsender geschaffen, der isolationistische Propaganda für die USA ausstrahlte.

Goebbels und Hitler glaubten, ihre für Deutschland bestimmte antisemitische und antisowjetische Propaganda in den Aktionen für das Ausland nur wiederholen zu müssen, um die gleiche Wirkung zu erzielen. Darin irrten sie. Weder vor noch während dem Krieg erwies sich der nazistische Antisemitismus als guter Exportartikel. Durch die endlosen Tiraden gegen die Juden in Deutschland büssten die Deutschen die Sympathien vieler Engländer und Amerikaner ein, die keineswegs besonders judenfreundlich waren. Dass diese Propaganda völlig danebenging, lässt sich zum Teil dadurch erklären, dass die Naziführer das Ausland nicht sonderlich gut kannten. Weder Hitler noch Goebbels hatten viele Auslandsreisen unternommen, und beide hatten kaum Fremdsprachenkenntnisse. Dass die Herrscher der stärksten Militärmacht der Welt, die sich nun im Krieg befand, so wenig über ihre Feinde wussten, ist wahrhaft erstaunlich. Im Winter 1940 glaubten sie, durch ihre ständigen Tiraden gegen Churchill die Engländer bald zur Überzeugung bringen zu können, dass Churchill für ihre Leiden und Entbehrungen verantwortlich sei, und dass sie ihn dann zum Teufel jagen würden. Dies geht aus Hitlers «Tischreden» hervor, in denen er Churchill als «typischen Maulhelden» und unfähigen Säufer bezeichnete, der auch privat kein Gentleman sei. Goebbels verunglimpft den Aussenminister Anthony Eden als «parfümierten Judenzögling». Diese Kommentare sind bezeichnend für den Minderwertigkeitskomplex und den eifersüchtigen Hass von Emporkömmlingen, denen die Macht zu Kopf gestiegen ist.

Nachdem erst einmal die Stärke der deutschen Armee im Polenfeldzug unter Beweis gestellt war, nahm Goebbels kaum noch Rücksicht auf die Gefühle von Ausländern, die er beeinflussen wollte. Am 5. April 1940 wurden einige wichtige dänische und norwegische Politiker und Geschäftsleute in die deutsche Botschaft in Oslo eingeladen, wo ihnen der Film *Feuertaufe* gezeigt wurde, der die Vergeblichkeit des polnischen Widerstands gegen die deutsche Militärmaschinerie drastisch vor Augen führte. Fünf Tage später marschierten die Deutschen in Dänemark und Norwegen ein.

*Feuertaufe*, *Feldzug in Polen* und spätere Filme über die Feldzüge in Skandinavien, den Niederlanden und Frankreich wie *Sieg im Westen* wurden weltweit allen deutschen Botschaften zur Weitergabe an die Kinos der jeweiligen Länder zugeleitet. Dadurch wollte man den Menschen in Ankara, Sofia, Südamerika und sogar in China die Unbesiegbarkeit der Wehrmacht demonstrieren. Warum, so lautete die Propagandabotschaft, sollten andere Städte das gleiche Schicksal erleiden wie Warschau? Warum sollten so viele junge Menschen sinnlos sterben? Besser war es, kein Feind Deutschlands zu sein. Als die Deutschen Land nach Land besetzten, wurden diese

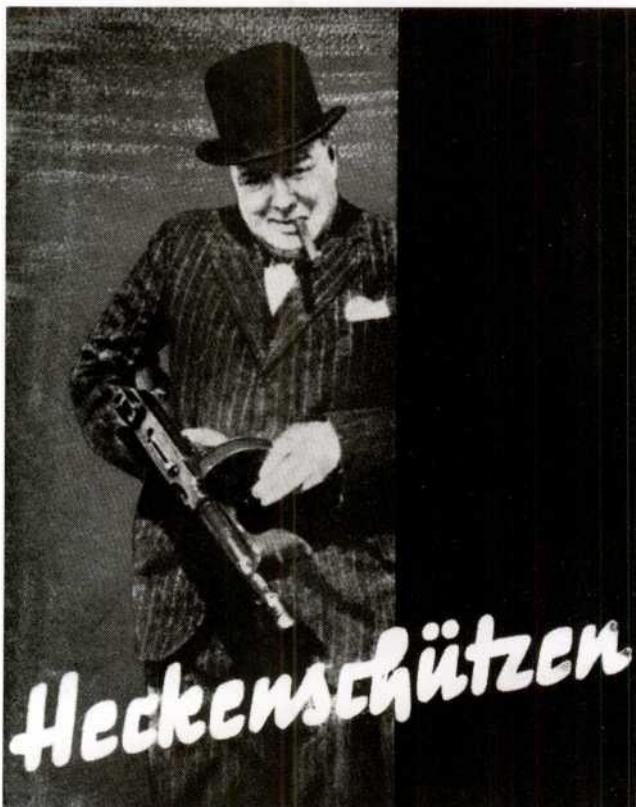
*Oben: Der als «Lord Haw Haw» bekannte Engländer William Joyce stellte sich im deutschen Rundfunk in den Dienst der auf Grossbritannien zielenden Nazi-Propaganda.*

*Unten: Als Bestandteil der von Goebbels geführten antisemitischen Kampagne wurden solche Fotos von Juden aus den ost-europäischen Gettos vom Propagandaministerium an die Presse verteilt.*



*Oben: Ein britisches Foto, das Churchill mit einem neu entwickelten Maschinengewehr zeigt.*

*Unten: Aus diesem (leicht retuschierten) Foto machten die Deutschen ein Plakat, auf dem Churchill als Heckenschütze angeprangert wird.*



Propagandabotschaften auf die besetzten Gebiete ausgedehnt. Das besetzte Europa wurde zu einem monopolisierten Markt für Goebbels' Filme und Wanderausstellungen.

In den Jahren der Siege, als Goebbels im Propagandaministerium weniger zu tun hatte, übernahm er es, auf zahlreichen Veranstaltungen die Heimatfront zu stärken und die Kriegsanstrengungen zu fördern. Er sprach in Rüstungsfabriken im Ruhrgebiet und vor Hafendarbeitern in Hamburg, er empfing Delegationen japanischer Jugendverbände, spanische Verleger, holländische Dichter. Alles interessierte ihn, vom Kartoffelpreis bis zu den sexuellen Bedürfnissen der Fremdarbeiter in Deutschland. Persönlich veranlasste er die Veröffentlichung eines fiktiven Tagebuchs, das von den sexuellen Ausschweifungen eines englischen Soldaten in Frankreich berichtete und das im besetzten Frankreich verbreitet werden sollte. Und als besonderen Propagandacoup liess er denselben Eisenbahnwagen, in dem sich Deutschland 1918 den Franzosen ergeben hatte, für die französische Kapitulation vor Hitler 1940 nach Compiègne bringen.

Ein Element der inneren Propaganda, das völlig in seinen Händen blieb, war der Führermythos. Vor dem Krieg hatte er Hitler als weisen und realistischen Staatsmann hingestellt, jetzt wurde der Führer zum grossen Strategen und genialen Feldherrn hochstilisiert, der trotz der pessimistischen Vorbehalte seiner Generäle die ganze französische Kriegsmaschinerie in nur wenigen Wochen vernichtet hatte. Er war ein Prophet mit den übernatürlichen Gaben eines Sehers, ein Universalmentch, ein Fachmann in allen militärischen Techniken, der das Funktionieren eines Panzers ebenso gut kannte wie das eines Maschinengewehrs. Filme zeigten ihn in seinem Führerhauptquartier. Die Kamera zeigte zuerst eine Gruppe beratender Generäle und schwenkte dann langsam zu einem Tisch, wo der Führer allein über eine Karte der Sowjetunion gebeugt war, «sein Gesicht von Sorge erfüllt, von der Last des Gedankens überschattet.» Goebbels schrieb dazu: «Mit tiefer Ergriffenheit entdeckt das Auge des Betrachters den Mann, auf den alle schauen..., die geschichtliche Persönlichkeit, ganz gross und ganz einsam.»

Aber plötzlich kam dieses «Universalgenie», dem von 1939 bis 1941 alles geglückt war, in Schwierigkeiten. Obgleich er 1942 noch den grössten Teil Europas in seiner Hand hatte, vom Don bis zur spanischen Grenze, von Norwegen bis zu den griechischen Inseln, musste er wie Napoleon 140 Jahre früher erkennen, dass er die grösste Koalition gegen sich hatte, die die Welt je gesehen hatte. Sein Siegeslauf wurde gebremst. Jetzt kam die Propaganda, wie Goebbels sie verstand, nämlich als Manipulation der öffentlichen Meinung, wieder zu ihrem Recht. Zwischen 1939 und 1941 brauchte die öffentliche Meinung in Deutschland nicht beeinflusst zu werden. Das Dröhnen der Panzer bei Sedan, das Heulen der Stukas über Dünkirchen hatten Goebbels' Stimme übertönt. Aber jetzt, da die Schläge der Alliierten auf Deutschland herabzuprasseln begannen, waren wieder alle seine Künste gefragt. Mit den ersten deutschen Niederlagen gewann die Propaganda wieder neues Gewicht. Goebbels musste die Rückschläge der Wehrmacht ausgleichen. Und das tat er mit der grössten Propagandakampagne seines Lebens.

Zuerst wandte er sich an die glücklose Wehrmacht, die im Winter 1941-42 nicht, wie erwartet, Moskau erobert hatte, sondern im kältesten Winter seit fünfzig Jahren vor der sowjetischen Hauptstadt in Schnee und Eis festsass. Für einen solchen Fall hatte man keinerlei Vorsorge getroffen, die bis



dahin siegesgewohnten deutschen Truppen trugen noch Sommeruniformen. Goebbels organisierte unverzüglich im ganzen Reich die «Winterhilfsspende», eine Sammlung von Winterkleidung und Skiern für die Wehrmacht. Erstmals musste er zugeben, dass die Hoffnung auf einen kurzen Feldzug getrogen hatte. Die Behauptung, die deutsche Führung sei unfehlbar, war nicht mehr zu halten. Er musste eingestehen, dass die Nationalsozialisten wie alle Menschen irren konnten. Aber gerade deshalb müsse jeder jetzt noch härter für den Sieg kämpfen und arbeiten. Der russische Soldat sei zäher, als man vermutet habe (er beeilte sich hinzuzufügen, dass dies bei diesem abgestumpften Menschenmaterial bloss eine animalische Zähigkeit sei, die man nicht mit Tapferkeit verwechseln dürfe). Sein Aufruf zur Kleiderspende fand in Deutschland sofort ein grosses Echo. Wochenlang waren die meisten Menschen vollauf mit dieser Sammlung beschäftigt. Sportasse und Filmstars waren bereit, sich in patriotischen Reden an die Volksgenossen zu wenden. Ganz Deutschland spendete, Männer und Frauen, alles von Pelzmänteln bis zu wollener Unterwäsche. Für die Truppen in Russland kam die Sammlung freilich zu spät, war doch der Winter schon fast vorüber, bis die Spenden die Front erreichten, aber die Aktion erwies sich als hervorragende Möglichkeit, die Verbindung zwischen den Frontkämpfern und der Heimatfront zu stärken, die, wie Goebbels seinem Tagebuch anvertraute, nach den ununterbrochenen Siegen der ersten Kriegsjahre auseinandergeriffelt waren.

Im Sommer und Herbst 1942 konnte die Wehrmacht erneut eine Reihe von Siegen verbuchen und rückte im Osten bis zum Kaukasus und nach Stalingrad vor. Wieder ertönten die Siegesfanfaren der Sondermeldungen, aber es war das letztemal. Im Oktober 1942 kam die Niederlage des Afrikakorps bei El Alamein, unmittelbar gefolgt von der Landung der Alliierten in Nordafrika und dem grossen sowjetischen Sieg in Stalingrad.

Goebbels machte sich sofort ans Werk, um den Schaden an der Heimatfront zu begrenzen. Als die deutschen Truppen 1943 aus Nordafrika geworfen wurden, bezeichnete er das in der Zeitung *Das Reich* als Nebensächlichkei. Er schrieb: «Was in Nordafrika geschieht, ist völlig belanglos. Es ereignet sich am Rande Europas. Der Krieg wird jedoch in Europa entschieden werden.» Selbst als die Alliierten auf Sizilien landeten und auf das italienische Festland übersetzten, wurde diesem Geschehen im Vergleich zu den Meldungen von der Ostfront in den deutschen Zeitungen und Rundfunksendungen nur wenig Beachtung geschenkt.

Schwieriger war es, die Niederlage in Stalingrad zu verdauen, aber Goebbels versuchte es wacker. Die 300'000 Gefallenen seien nun alle Helden in Walhalla, ihr Tod sei nicht umsonst. Mehrere Monate lang hätten sie dem Ansturm von sechs sowjetischen Armeen getrotzt, die ansonsten bereits über den Don nach Westen vorgestossen wären. Am 18. Februar 1943 veranstaltete er, um unter Stalingrad einen Schlussstrich zu ziehen, eine Grosskundgebung im Berliner Sportpalast. Die Tausende, die wegen ihrer verlässlichen «spontanen» Reaktionen für diese Veranstaltung ausgesucht worden waren, versetzte er in einen Taumel patriotischer Hysterie. Er behauptete, dass die Niederlage von Stalingrad die Deutschen geläutert und ihnen die neue Kraft gegeben habe, die sie für den Endsieg bräuchten. Tosender Beifall heizte die Atmosphäre in der Sporthalle immer weiter auf, und als Goebbels den «totalen Krieg» forderte, totaler und schrecklicher, als man

*Oben: Ein deutsches Flugblatt, mit dem nach der erfolgreichen Landung der Engländer und Amerikaner beim süditalienischen Anzio die Kampfmoral der alliierten Truppen untergraben werden sollte.*

*Mitte: Die beiden Seiten eines anderen deutschen Flugblattes, das während des alliierten Vorstosses in Italien 1944 abgeworfen wurde.*

*Unten: Eine antiamerikanische Karikatur im Kladderadatsch.*



*Dem Ehren köpff fctier im Weissen Rau-*

Oben: Ein Plakat zur Propagierung des wöchentlichen Eintopfessens des deutschen Volkes.

Unten: Im Krieg wurden an die Bevölkerung Gasmasken ausgegeben, die bei Luftangriffen vor Rauchvergiftungen schützen sollten.



## Richtiger Maskensitz



ihn sich jetzt vorstellen könne, wurde seine Frage: «Wollt Ihr den totalen Krieg?» mit einem einstimmig gebrüllten «Ja!» beantwortet. Seine zwei-stündige Rede wurde von allen Reichssendern übertragen, damit sie und die Begeisterung der Zuhörer im Sportpalast Millionen in der Heimat und im Ausland beeinflussen konnten. Wer die Übertragung hörte, musste im Inwie im Ausland den Eindruck gewinnen, dass das Volk fest zu seiner Führung stand und sein Kriegswille ungebrochen sei. Diese Veranstaltung im Berliner Sportpalast war zweifellos das rhetorische und demagogische Meisterwerk von Goebbels.

Aber nichts, was er sagte, konnte den sowjetischen Ansturm aufhalten. Jetzt hatte die Rote Armee die Initiative an sich gerissen, und auf der ganzen 1'800 Kilometer langen Ostfront waren die Deutschen auf dem Rückzug. In Goebbels' Propaganda tauchte ein neuer Ton auf. Bis Stalingrad hatte er stets das Dritte Reich als «die neue Ordnung» in Europa dargestellt, die, jung und vital, die alten, reaktionären europäischen Systeme hinwegfegen würde, deren Zeit abgelaufen sei. Das Europa aus der Zeit vor 1933, hatte Goebbels immer wieder verkündet, war verbraucht und am Ende. Weg damit! Kein Wort von der ruhmreichen Vergangenheit Europas, von den Schöpfungen von Kunst und Literatur, die dieses «überfällige» System zum Vorbild der ganzen Welt gemacht hatten. Jetzt aber, da «die barbarischen Horden aus dem Osten» vorstießen, stellte Goebbels Nazideutschland als Verteidiger der traditionellen Werte Europas hin, als einziges Bollwerk Europas, das sich der «slawischen» Flut entgegenstemmte. Nun bezeichnete er das preussische Deutschland als «die Mauer, gegen die seit jeher die Horden aus dem Osten anrannten». Diese sowjetischen Horden seien Untermenschen, die aus den gotischen Kathedralen Pferdeställe machen würden. Um den Volksgenossen und aller Welt zu zeigen, wie diese Barbaren aussahen, liess er Aufnahmen russischer Kriegsgefangener veröffentlichen, die nach tagelangen Gewaltmärschen oder endlosen Fahrten in engen Viehwagen fotografiert wurden und die in Deutschland in so ausgehungertem Zustand ankamen, dass sie in der Tat kaum noch menschlich aussahen. 1942 wurde eine Wanderausstellung mit dem Titel *Europa gegen den Bolschewismus* im ganzen besetzten Europa gezeigt. Antibolschewistische Filme wie *Dorf im roten Sturm* sollten die Unmenschlichkeit der Sowjets gegenüber dem eigenen Volk vor Augen führen.

Hierbei operierte Goebbels mit den traditionellen Emotionen der Deutschen gegenüber den Russen, die in Deutschland schon stark waren, noch ehe jemand den Namen Hitler gehört hatte – eine Mischung von Überlegenheitskomplex und Angst. Wenn die Russen nach Deutschland vordringen könnten, warnte er, würden die jungen deutschen Männer allesamt nach Sibirien verschleppt, während die deutschen Frauen von den Wilden aus der Steppe vergewaltigt würden. Alle deutschen Männer würden sterilisiert, die Kinder von ihren Müttern getrennt und deportiert werden. Die Forderung der Alliierten nach bedingungsloser Kapitulation kam ihm bei dieser Propagandakampagne sehr gelegen. Er zitierte ausländische Zeitungen, nach denen die Sowjets nach einer Niederlage Deutschlands sofort zehn Millionen deutscher Männer verschleppen würden, um ihr Land wieder aufzubauen. Jeder Deutsche kannte den jahrhundertelangen Konflikt zwischen Germanen und Slawen, und das nützte Goebbels weidlich aus. Ähnliche Befürchtungen hinsichtlich der Westmächte England und Frankreich konnten nicht geweckt werden, weil es diesen Ländern gegenüber keine solchen Angstge-



fühle gab. Die von Goebbels bis zuletzt aufrechterhaltene Behauptung, dass Europa nach einer Niederlage Deutschlands zum «sowjetischen Sklavenlager» würde, zweifellos dazu bei, den Durchhaltewillen der Deutschen zu stärken. Goebbels nannte es zynisch «Kraft durch Angst».

Immer mehr zu schaffen machte ihm jetzt die an die Deutschen gerichtete Propaganda der Alliierten. Solange die Wehrmacht gesiegt hatte, hatte die alliierte Propaganda nicht viel ausrichten können. In den ersten Kriegsjahren konnte BBC nur wiederholen: «Wir kommen zurück», eine Ankündigung, die die meisten Deutschen 1940 und 1941 als lächerlich ansahen. Die alliierte Propaganda startete spät, aber als im Oktober 1942 die Achsenmächte ihre ersten schweren Niederlagen erlitten, wurden diese von den Propagandisten sofort aufgegriffen. Goebbels hatte behauptet, die Vertreibung der Deutschen aus Nordafrika sei «völlig bedeutungslos, weil eine Randerscheinung», und natürlich hatte er nicht erwähnt, wie viele deutsche Soldaten in Tunesien in Gefangenschaft geraten waren. Das tat jetzt BBC und stellte die Frage, ob es nebensächlich sei, eine viertel Million Soldaten zu verlieren. Und was war mit den «Sondermeldungen», den mit Fanfarenstößen eingeleiteten Siegesmeldungen des OKW, die in den ersten Kriegsjahren den Fall einer europäischen Hauptstadt nach der anderen gemeldet hatten: Warschau, Paris, Belgrad, Athen, Kiew usw.? An diese Meldungen, meinte BBC, würden sich die Deutschen sicherlich erinnern. 1941 habe es 65 Sondermeldungen gegeben, 1942 noch 19 und 1943 nur noch zwei. Was hatte dies zu bedeuten?

BBC wiederholte auch Reden, die deutsche Führer in den Stunden des Sieges gehalten hatten. Am 25. Oktober 1940 hatte Goebbels in einer solchen Rede verkündet, dass England bereits geschlagen sei. Diese Rede wurde vom Deutschlanddienst der BBC wiederholt mit dem Kommentar, dass England drei Jahre später noch ungeschlagen und aktiv sei, wie das Feuermeer zeige, das die RAF soeben in Hamburg entfacht hatte. Man wiederholte auch Görings Ausspruch von 1940: «Wir werden nicht zulassen, dass eine einzige feindliche Bombe auf das Ruhrgebiet fällt.» Drei Nächte zuvor war Essen durch englische Bomben fast dem Erdboden gleichgemacht worden. Wiederholt wurde auch Hitlers Ankündigung von 1941: «Die Sowjetunion ist zerstört und wird sich nie mehr erheben», worauf unmittelbar die deutschen Verlustzahlen in Stalingrad genannt wurden. Und was, fragte BBC nebenbei, war mit Hitler los? 1940 und 1941 habe er unaufhörlich Reden gehalten, aber jetzt war er verstummt. Über ein Jahr lang habe er keine öffentliche Rede mehr gehalten. Hatte er ein schlechtes Gewissen?

Auf diese Frage hatte Goebbels eine Antwort parat: Der Führer habe es im Gegensatz zu den Alltagsfiguren der Gegenseite nicht nötig, sich ständig im Rampenlicht der Weltbühne zu zeigen. Menschen von echter historischer Grösse, fügte er hinzu, seien nicht auf die schwankende Gunst der Massen angewiesen. Ihre Stärke erwachse aus ihrer historischen Sendung, die sie entsprechend einem höheren Gesetz erfüllten.

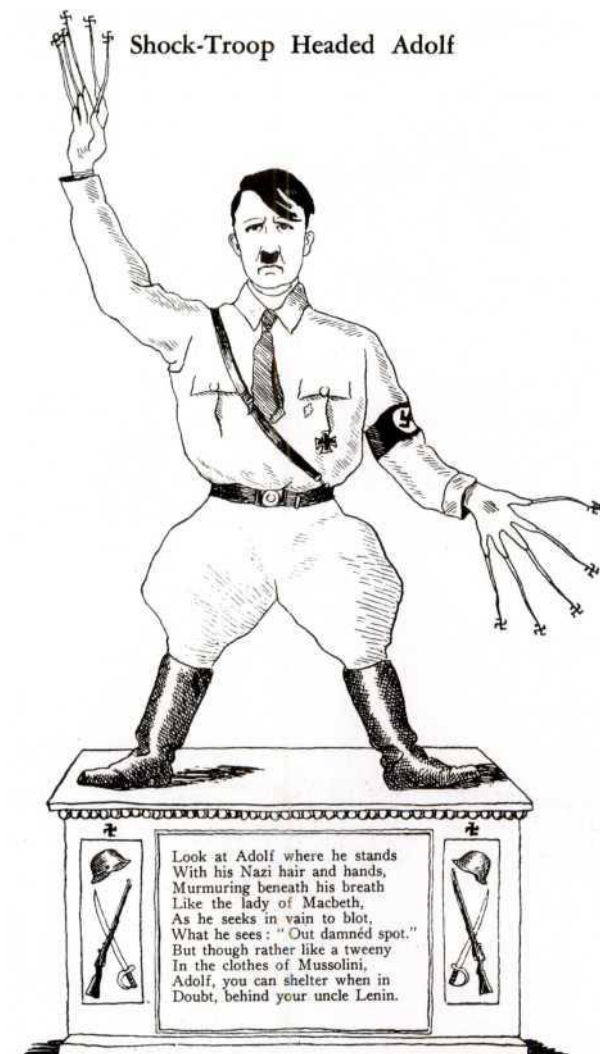
Dass die BBC-Meldungen auf Wahrheit beruhten, erkannten bald viele Menschen in ganz Europa. Je mehr sich die militärische Lage der Achsenmächte verschlechterte, desto grösser wurde in Deutschland die Zahl der Menschen, die trotz aller Strafandrohungen ausländische Sender abhörten. Goebbels sagte über das Abhören von Feindsendern, es sei für einen Zivilisten ebenso verwerflich und ehrlos wie die Selbstverstümmelung für einen

*Oben: Britische Propaganda-Parodien in Form von Winterhilfswerk-Sondermarken. Auf der ersten sehen wir Himmler mit Sammelbüchse und Pistole, auf der zweiten einen Soldaten mit zerschossenem Gesicht vor sich zuprostenden Nazis.*

*Unten: Diese englische parodistische «Gedenkmärke» erinnert an Hitlers Machtergreifung am 30. Januar 1933. Himmler legt einem mit Handschellen gefesselten Mann, der das deutsche Volk repräsentiert, Fussfesseln an.*



*Unten und rechte Seite: Einige Seiten aus der dem Struwelpeter nachgestalteten britischen Propagandabroschüre Truffle Eater von Oistros, die 1940 gedruckt wurde. Sie war für ein Publikum gedacht, das sich auch mitten im Krieg über die Nationalsozialisten lustig machen konnte.*



Soldaten. Der Volksempfänger war so gebaut, dass man mit ihm nur zwei oder drei deutsche Sender empfangen konnte, aber obwohl er keinen Kurzwellenbereich hatte, konnte er auf den leistungsstarken BBC-Mittelwellensender eingestellt werden. Als das Abhören des BBC in den besetzten Ländern gefährliche Ausmasse annahm, erwogen die Nazis, alle Rundfunkempfänger einzuziehen, aber der Plan wurde (ausser in Holland) aufgegeben, weil die Deutschen dadurch ein auch für sie wertvolles Propagandainstrument verlieren würden. Der Rundfunk, dessen sich Goebbels in den dreissiger Jahren so meisterlich bedient hatte, wurde nun gegen ihn eingesetzt.

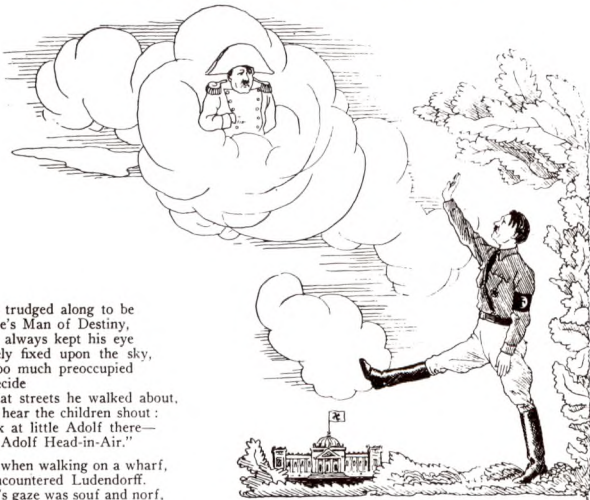
In den letzten Kriegsjahren setzte Goebbels seine Bemühungen unermüdlich fort. Während andere Naziführer allmählich die Hoffnungslosigkeit der Lage einsahen und sich in Schweigen hüllten oder Geheimverhandlungen mit dem Feind aufnahmen, wurde der kleine Doktor immer kriegerischer und fanatischer. Gierig ergriff er jedes Propagandainstrument, das in seine Hände kam. Als die Geheimwaffen V-1 und V-2 gebaut wurden, organisierte er eine Flüsterkampagne über die neuen Geheimwaffen, die eine Wende einleiten würden. Die bald zum Einsatz kommenden Vergeltungswaffen seien so schrecklich, dass es gegen sie keine Abwehr gäbe; sie könnten London in 48 Stunden zerstören. Zudem gäbe es bald ein ganz neues U-Boot, das unter Wasser so schnell sei, dass es die britischen Kampfgeschwader im Atlantik umherjagen und ein Schiff nach dem anderen versenken könne, und kurz vor der Fertigstellung sei auch eine ganz neuartige Flugabwehrkanone, deren Geschosse von den Flugzeugen am Himmel angezogen würden. Durch solche Gerüchte versuchte er, den Durchhaltewillen des unter den alliierten Luftangriffen schwer leidenden deutschen Volkes zu stärken.

Nach der alliierten Landung in der Normandie 1944 sah man in Deutschland Wochenschaufilme, die eindeutig zeigten, wie britische Truppen unter Hinterlassung zahlreicher Verwundeter und Toter ins Meer zu rück geworfen wurden. Nicht gesagt wurde freilich, dass diese Filme zwei Jahre früher bei der gescheiterten Landung bei Dieppe gedreht worden waren. Propagandistisch ausschlagen liess sich auch der Fall Katyn, wo 2000 Leichen von polnischen Offizieren entdeckt wurden, die 1940 von den Russen ermordet worden waren. Indem er dies gross herausstellte, gelang es Goebbels, einen ersten Keil zwischen die Grosse Allianz, zwischen die polnische Exilregierung in London und die Sowjetunion zu treiben. Bis zuletzt glaubte er, durch diesen «raffinierten Schachzug» eine Entwicklung eingeleitet zu haben, die schliesslich zu einem Bruch des nach seinen Worten so «widernatürlichen» Bündnisses zwischen England und den USA einerseits und der Sowjetunion andererseits führen würde.

Die aktive Rolle, die er bei der Niederschlagung der Erhebung vom 20. Juli 1944 gespielt hat, ist wohlbekannt. Seine Propaganda über die Folgen aus diesem Geschehnis war ingenios. Er verunglimpft die Verschwörer als minderwertig und feig und betonte andererseits, dass der für Hitler glückliche Ausgang des Attentats ein Wink der Vorsehung sei und beweise, dass höhere Mächte eine schützende Hand über den Führer hielten. Danach erfand er das Schlagwort «Hitler ist der Sieg». Als Ende 1944 klar wurde, dass der Krieg verloren war, unternahm er einen letzten Versuch, die sinkende Kampfmoral der Deutschen durch einen Film über die Freiheitskriege zu stärken, in dem gezeigt wurde, wie die von den Franzosen belagerte Stadt Kolberg durch eine wundersame Entwicklung im letzten Augen-



The Story of Adolf Head-in-Air



As he trudged along to be Europe's Man of Destiny, Adolf always kept his eye Vaguely fixed upon the sky, Far too much preoccupied To decide In what streets he walked about, Or to hear the children shout: "Look at little Adolf there— Little Adolf Head-in-Air."

First, when walking on a wharf, He encountered Ludendorff. Adolf's gaze was souf and norf, Floating high In the sky. And he did not hear the cry "You'll be sorry bye and bye." Ouch! Putsch!

With his head as high as ever, Much too clever to be clever, Adolf watched the eagle's eyries, For the wings of the Valkyries, Having guessed That it may be cleverest Just to dream and not to look (Vide Joseph in the Book), Leaving lads like Roehm and Goebbels To attend to daily troubles, While Big Business and the Yunkers Picked his ball out of the bunkers, And then laid it On the green, and swore they'd played it, With no shame or that or thissness, Trust the Junkers and Big Business. Like a picture etched by Dürer,



The Story of Baby Goering



Baby, Baby Goering! Mother's simply purring. Father's gone to shoot a Yid To make a supper for his kid.



The Story of Goering who would not have the Jews



Goering, looking like a cherry In a glass of grocer's sherry, From his fingers to his frown, All synthetically brown Used to spend his time in Sweden For his private reasons hidden. But, returning home one day, Screamed "O, take the Jews away, Take the nasty Jews away, I won't have any Jews to-day."

Kind Mama, discreetly purring, Thus addresses bully Goering: "Child, in the all seeing plan For the chosen Aryan, Jews exist to give the Teuton Something he can wipe his boot on. There, no doubt, are other toys Suitable for German boys, Such as soldiers and guns And the history of the Huns. But the Jews so beautifully Fit the purpose of the bully, That to banish all the vermin Positively is un-German."

Will he listen? He will not, "If I were the lieber Gott (As cocaine suggests I am), I would smear the tribe like jam,



The Story of the Boy who went out to Burn the Books

This is the boy who burns the books, This is the way he always looks, As though his mind were made of suet, And this is the way he went to do it.

He washed his eyes with yellow soap, He stole his father's microscope, For books are books and the law is law, And he had to be sure of what he saw.

(And meantime mild angelic eyes Smiled amiably in Paradise At this attempt to change the plans Of Heaven's own librarians).



Then, like a spaniel in a fog, He snuffles through a catalogue, Slowly, because he has to spell It syllable by syllable.



Theology, of course, is banned, With metaphysics out of hand, Because all these are merely views Of Social Democrats and Jews.

Next he destroys what seems to him in The worst of taste—all books by women, Who actually write as if Thought weren't man's prerogative.

But when he contemplates the novel He needs an automatic shovel, To clear a path through the abysm Of post-armistice pacificism.



Oben: Eine Illustration aus The Ordeal of Oliver Airedale von D.T. Carlisle.

Mitte: Eine Hitler-Karikatur des Amerikaners Broder.

Unten links: Im Laufe des Krieges zerplatzen Goebbels' Propagandalügen. Unten rechts: Eine Karikatur von Clifford Berryman aus dem Washington Star.

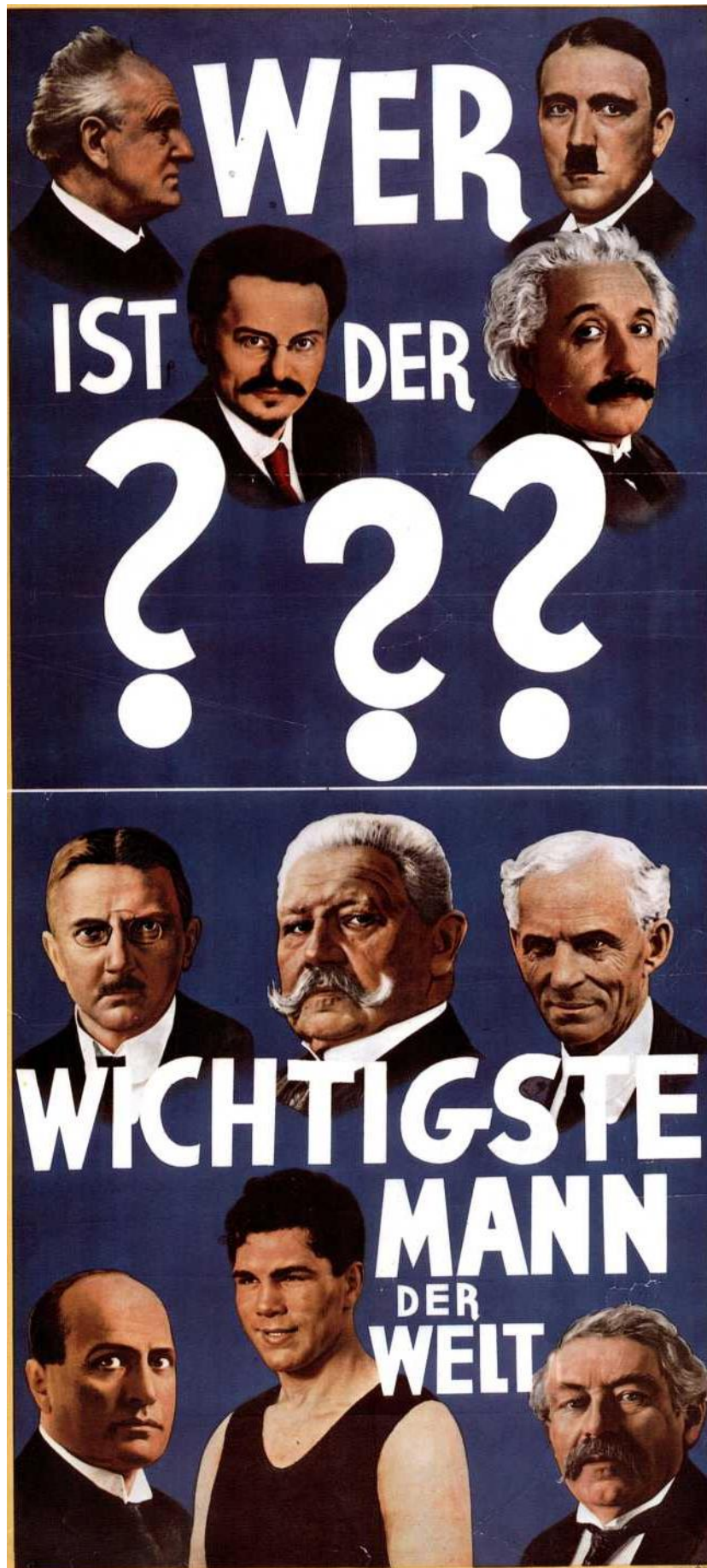


blick gerettet wurde. Die Botschaft war klar. Aber keine Durchhaltefilme, keine Wunder konnten das «Tausendjährige Reich» retten. Nachdem er Goebbels zum Reichskanzler ernannt hatte, beging Hitler am 30. April 1945 Selbstmord. Nach einem vergeblichen Versuch, mit den Russen zu verhandeln, brachte Goebbels am nächsten Tag, am 1. Mai, seine sechs Kinder, seine Frau und sich selber um. Genau eine Woche später endete der Krieg in Europa mit dem Sieg der Alliierten.

Die meisten Völker stellen den Kampf ein, wenn sie alle Hoffnung auf einen Sieg aufgegeben haben. Goebbels' überragende Leistung als Demagoge besteht darin, dass er durch seine raffinierte Propaganda die Deutschen dazu bringen konnte, weiterzukämpfen, selbst nachdem sie jede Hoffnung verloren hatten.







Ein Wahlplakat der NSDAP aus dem Jahr 1932.





Wahlplakat der NSDAP aus dem Jahr 1932;  
Fotomontage von Heinrich Hoffmann.





*Der Bannerträger», Gemälde von Hubert Lanzinger, dreissiger Jahre.*





«Es lebe Deutschland!», Gemälde von K. Stauber, Dreissiger Jahre.

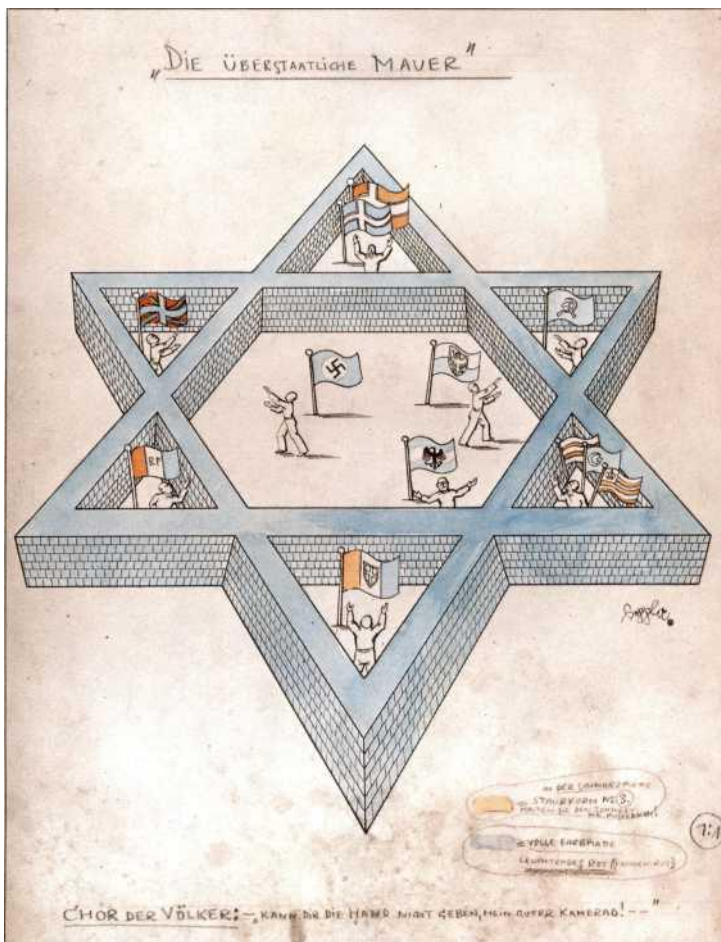




«Intellektuelle wie Einstein konnte Hitler nicht brauchen. Karikatur von Seppla (Josef Plank), um 1933.



«Die NSDAP fegt fremdländische Elemente aus Deutschland. Karikatur von Seppla (Josef Plank), frühe dreissiger Jahre.



«Die überstaatliche Mauer», Karikaturentwurf von Seppla (Josef Plank), undatiert.



«Deutschland, deine Kolonien», Plakat von E. Gintzer, um 1935.

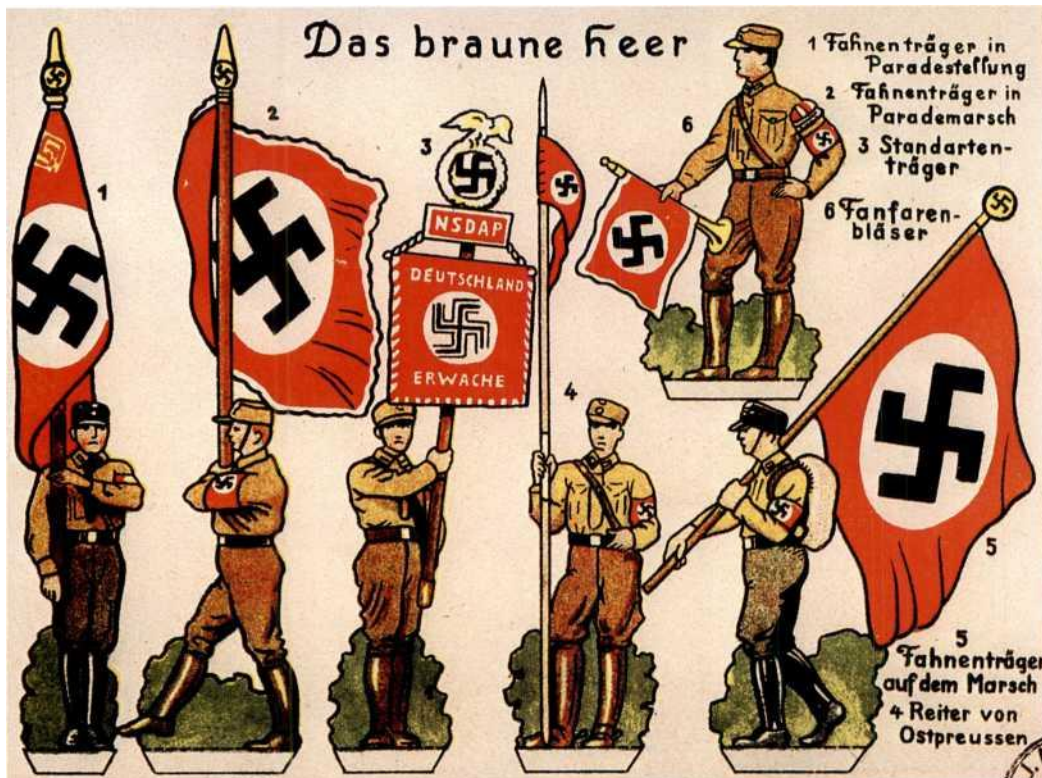




«Welttreffen der Hitlerjugend»,  
Plakat von Ludwig Hohlwein, 1935.



«H.J. Deutsche Arbeiter Jugend»,  
Postkarte von H. Bargher, undatiert.

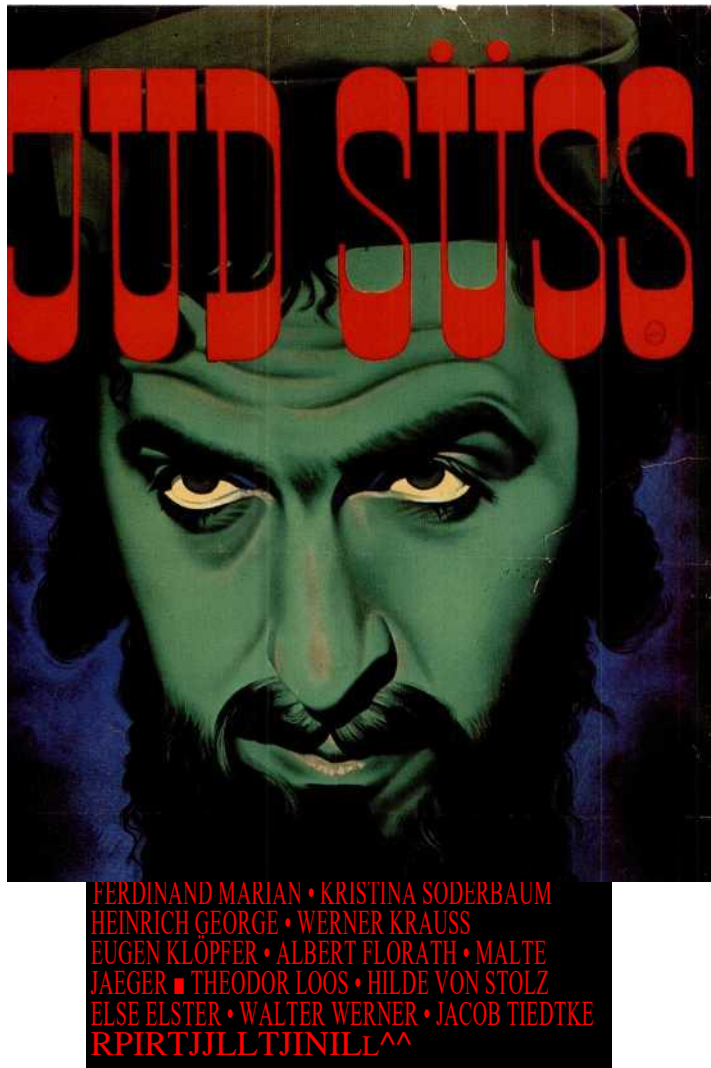


SA-Bilderbogen zum Ausschneiden,  
dreissiger Jahre.

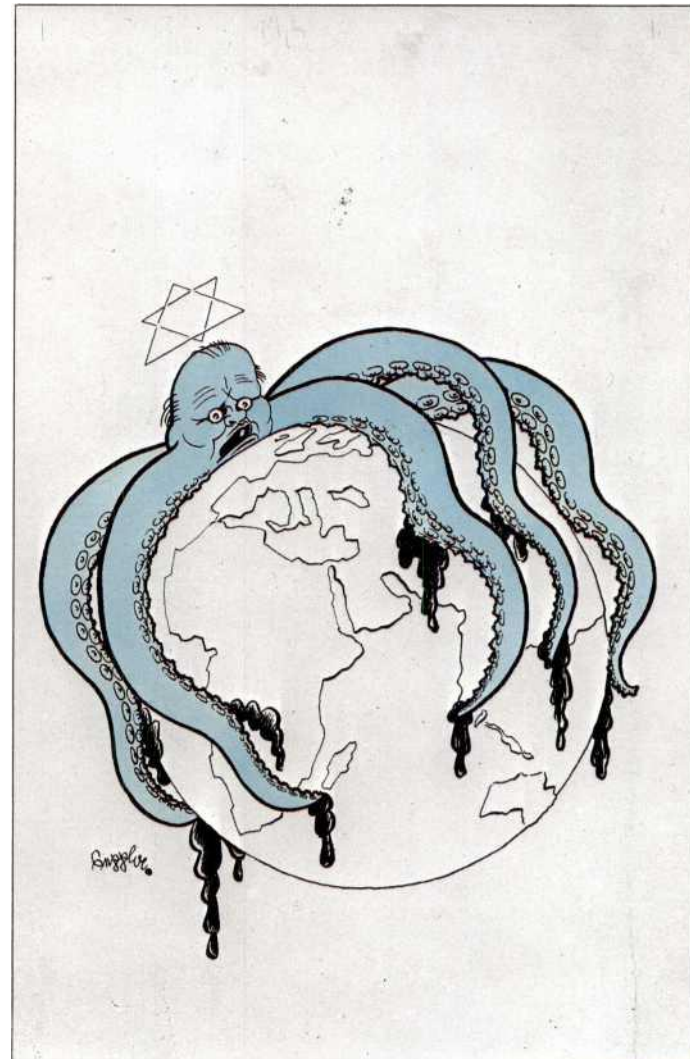




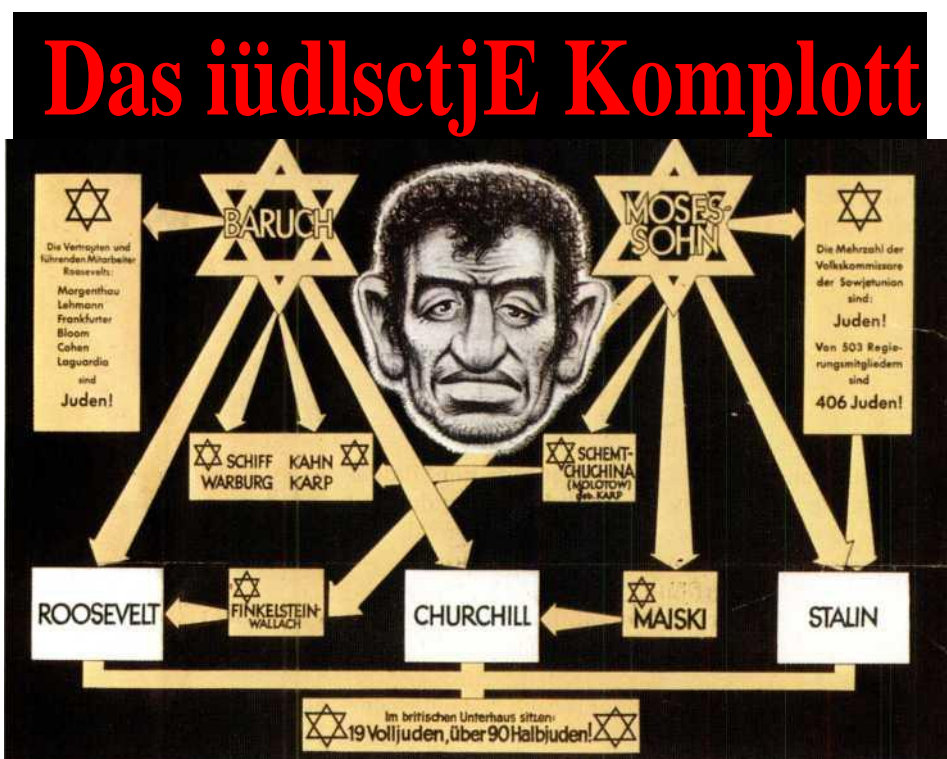
«UND DU?», Plakat des Stahlhelm Bund der Frontsoldaten von Ludwig Hohlwein, 1932.



Plakat für den Film Jud Süß, um 1940.



Churchill als raffgierige Krake, Karikatur von Seppla (Josef Plank), um 1940.



«Das jüdische Komplott», undatiertes deutsches Propagandaplakat.





Plakat von H. Schlüter für die Ausstellung Der ewige Jude im Deutschen Museum, München 1937.





J&dtmhtl)» 9.1botmber



Plakat des NSD-Studentenbundes von Ludwig Hohlwein, dreissiger Jahre.

Von oben nach unten: 1935 herausgegebene Sondermarken des Deutschen Reiches anlässlich der Saarabstimmung, des zehnjährigen Jubiläums der Lufthansa, des Reichsparteitags von 1935, des zwölften Jahrestages des Marsches auf die Feldherrnhalle und zum Heldengedenktag 1935.





Plakat von Ludwig Hohlwein für die Olympischen Winterspiele in Garmisch-Partenkirchen 1936.

Oben: Sondermarken anlässlich der fünften Wiederkehr der nationalsozialistischen Machtergreifung, herausgegeben am 28. Januar 1938.

Darunter: Sondermarken anlässlich der Olympischen Winter- und Sommerspiele in Deutschland 1936.



*Ein Hitlerbildnis aus dem Jahr 1938.*





Plakat der NSDAP von Gunther Nagel, Dreissiger Jahre.



Jugendherbergen-Plakat von Hermann Witte, 1938 oder 1939.



KdF-Plakat der dreissiger Jahre, Künstler unbekannt.



Sondermarke zum Anschluss Österreichs am 10. April 1938.





*Sondermarke mit Rennwagen anlässlich der Internationalen Automobil- und Motorrad-Ausstellung in Berlin 1939.*



*Sondermarke mit Volkswagen anlässlich der Internationalen Automobil- und Motorrad-Ausstellung in Berlin 1939.*





Antisowjetische Stalin-Karikatur  
von Seppla (Josef Plank), 1937.

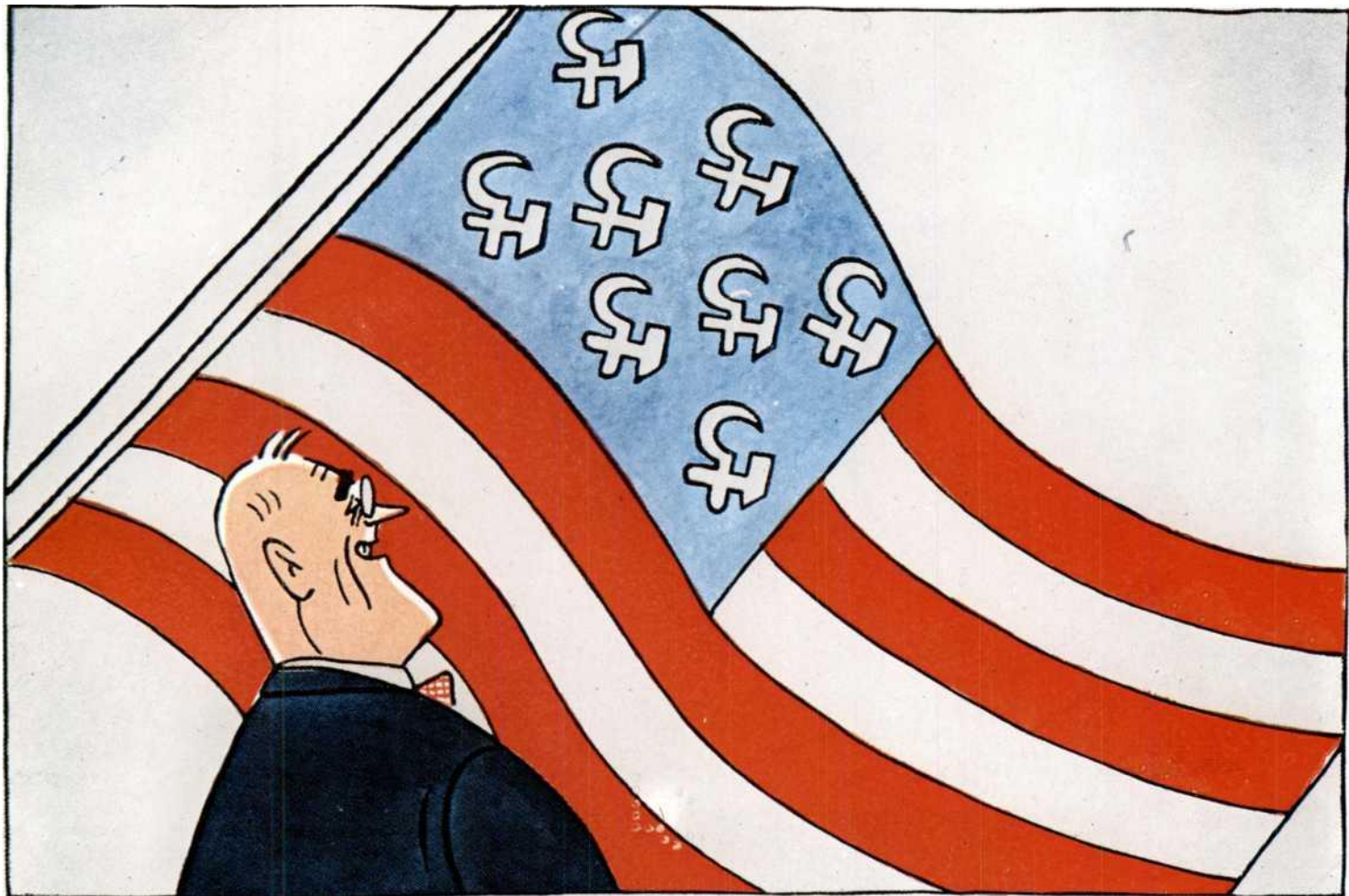




Deutsches Durchhalteplakat aus der Zeit um 1942.



Plakat für eine «Grosse antibolschewistische Schau» der dreissiger Jahre.



«¡Se adapta perfectamente a nuestra bandera!»

«Passt bestens auf unsere Fahne», deutsche Postkarte, um 1942.

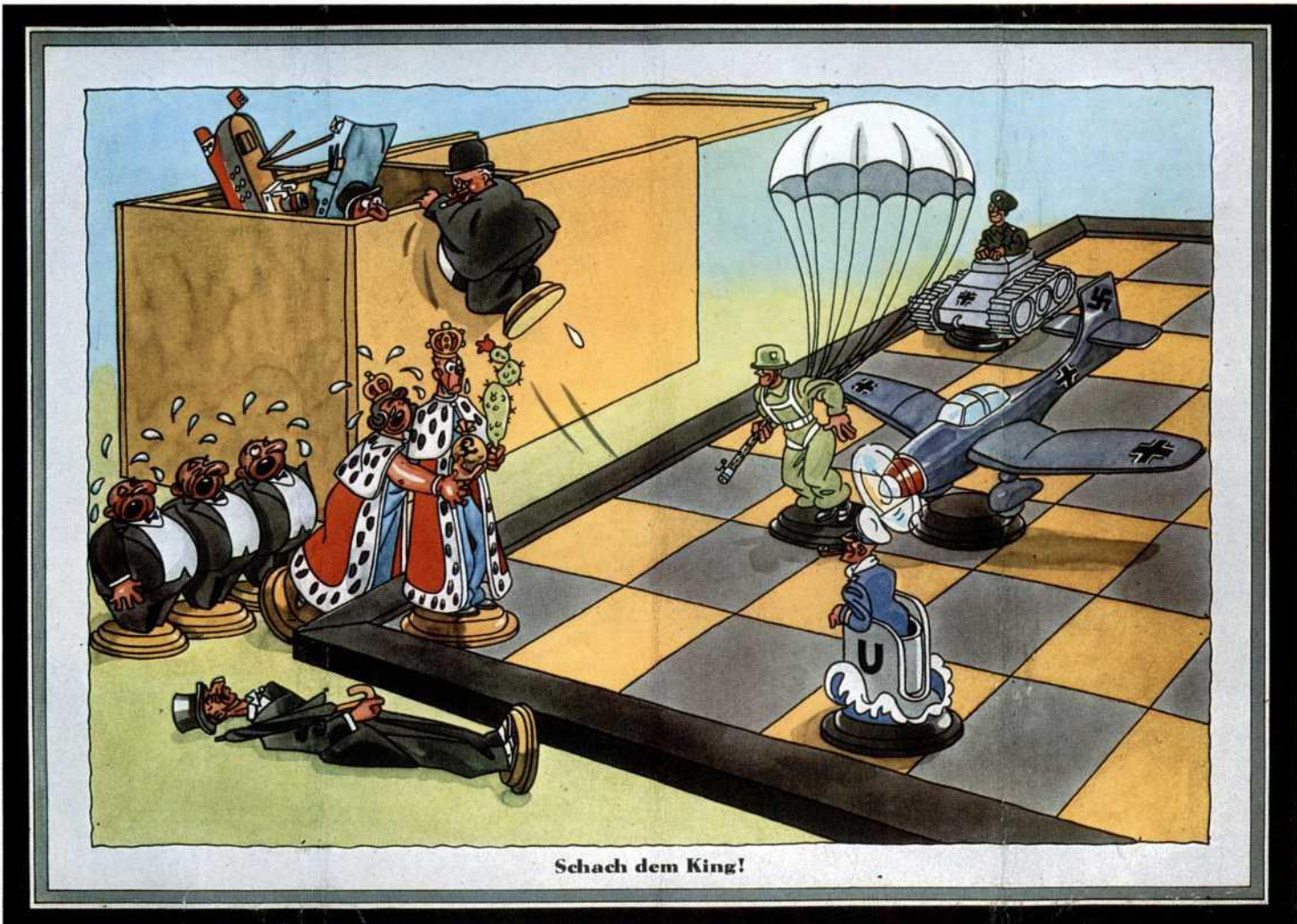




«So und soo!», antiamerikanische Karikatur von Seppla (Josef Plank), um 1941.



Das von der jüdisch-bolschewistischen Verschwörung bedrohte England, Karikatur von Seppla (Josef Plank), undatiert.



Schach dem King!

«Schach dem King!», antibritische und antisemitische Karikatur von 1940.





Werbeplakat für die Waffen-SS  
von Anton, 1941.





Werbeplakat für die Division Hermann Göring  
von Appertin, 1943.





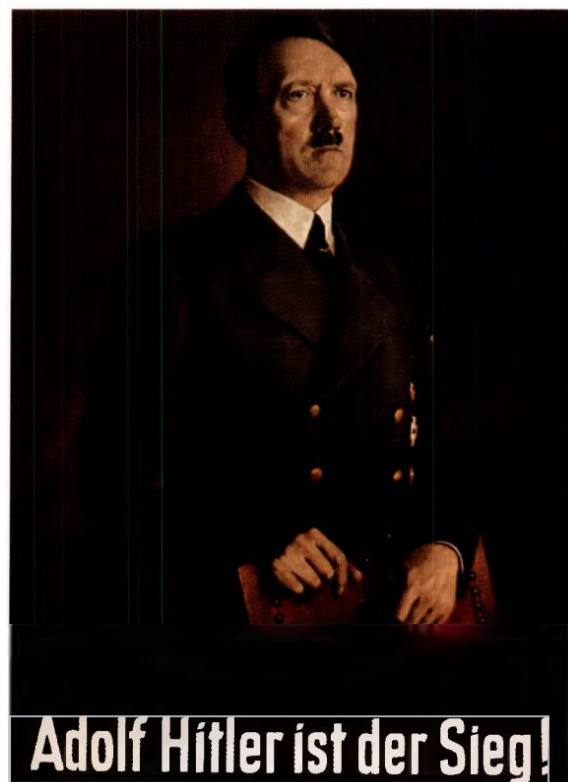
Deutsches Kriegsplakat, um 1942.



Durchhalteplakat von Mjölmir (Hans Schweitzer), 1943.



Plakat für die «Heimatfront» von Rothgaengel, um 1942.







Sondermarke zum Tag der Verpflichtung der Jugend am 26. März 1943.

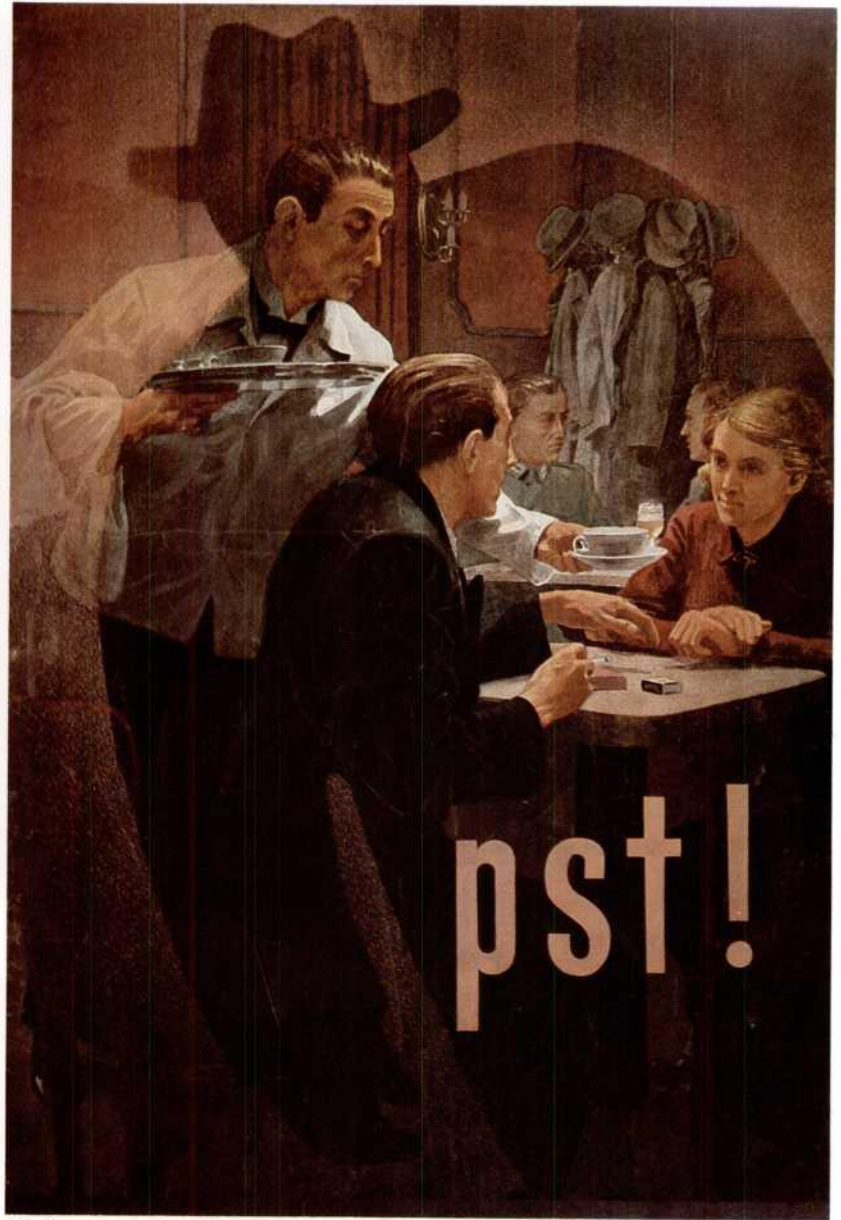


Wandplakat der SA von Otto Flechtner, 1941.

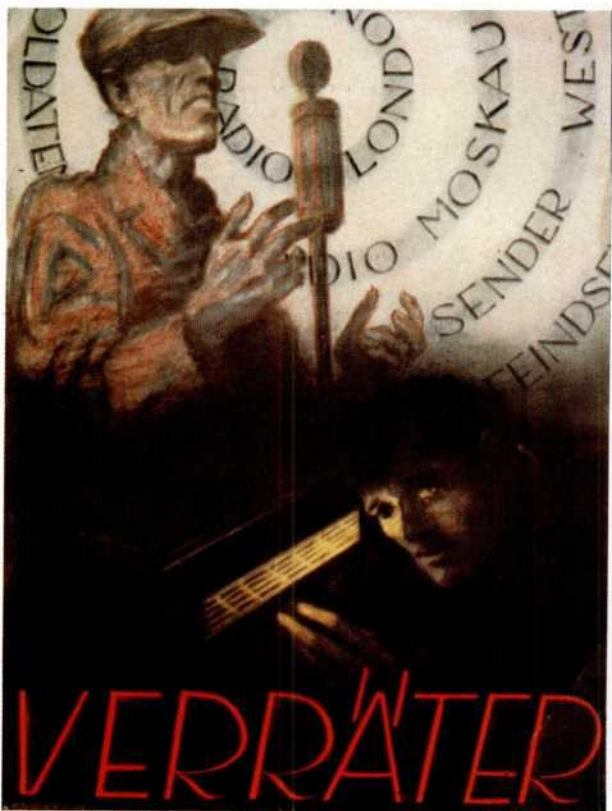




«Deutschlands Sieg Europas Freiheit»,  
Plakat, um 1942.



Plakat gegen das Abhören von «Feindsendern» von Max Spielmanns, 1944.



Plakat der «Feind-hört-mit»-  
Kampagne, undatiert.



Vorlage für die englische Parodie einer  
Hitler-Marke (auf Seite 64), 1944.





Plakat von Herweg für die Verdunklungs-Kampagne, um 1940.





*Englische «schwarze» Parodie einer  
Hitler-Briefmarke, undatiert.*



ZWEITES KAPITEL

# MUSSOLINIS NEUES ROM

## 1922-1945

«Bücher sind gut, aber Gewehre sind besser.»

FASCHISTISCHES SCHLAGWORT



**D**er erste moderne italienische Propagandist war Gabriele d'Annunzio (1863-1938), der aussergewöhnliche Dichter und glühende Patriot. Schon 1912 hatte er in seinem Drama *La Nave* (Das Schiff) eine Wiederbelebung des Römischen Reiches gefordert. Er verachtete das Italien, in dem er lebte, das parlamentarische Italien mit seiner feigen und trägen, auf Sicherheit bedachten, den Besitz vergötzenden bürgerlichen Gesellschaft. «In den Tagen der Römer», mahnte er, «beherrschte Italien alle Meere und Länder bis zum fernen Horizont und zu den Grenzen des Römerreiches.» Wie zwanzig Jahre später Hitler und Goebbels in Deutschland, erkannte er als einer der ersten Propagandisten die latente Macht der Massen. In *La Nave* schildert er, wie eine Menschenmenge durch einen geschickten Redner von stumpfer Gleichgültigkeit zu kollektiver Neugier und weiter zu patriotischer Raserei aufgestachelt wird. Als Redner ebenso begabt wie als Dichter, hielt d'Annunzio 1915 leidenschaftliche Reden, mit denen er das Volk von Rom in Begeisterung versetzte und dazu beitrug, dass Italien in den Krieg eintrat. Und 1919, nachdem er in einem kühnen Handstreich die Stadt Fiume für Italien in Besitz genommen hatte, hielt er den Ort dank seiner rednerischen Überzeugungskraft über ein Jahr lang gegen jeden internationalen Protest und auch gegen den Widerstand der italienischen Regierung.

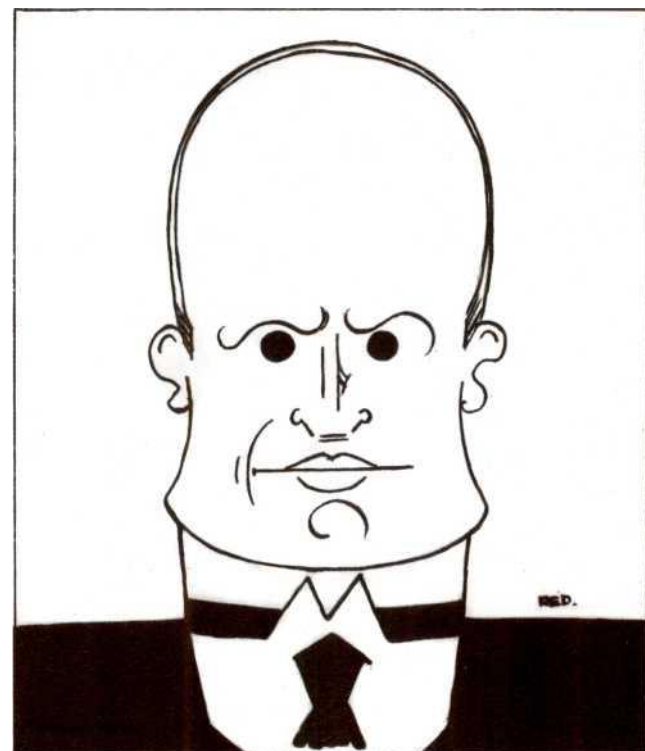
Es war seine offen eingestandene Absicht, Italien nach dem Vorbild des Römerreichs wieder als Vormacht im Mittelmeerraum zu sehen, und er verkündete: «Ich rühme mich der Tatsache, dass ich ein Römer bin, und jeder Mensch, der nicht von römischem Geblüt ist, ist für mich ein Barbar.» So legte er die Saat für den Faschismus, die Mussolini später ernten sollte. Als der Diktator 1922 an die Macht kam, hatte er noch das Beispiel von d'Annunzio in Fiume vor Augen und übernahm alle demagogischen Hilfsmittel des Dichters – die mitreissenden Reden, den Kult des antiken Roms, die Uniformen, die Pistole im Gurt, die Gewalttätigkeit, den Dialog zwischen Redner und Zuhörern.

Während d'Annunzio Fiume besetzt hielt, pflegten sich die Bewohner der Stadt und die *arditi* (d'Annunzios Truppen) täglich auf dem Platz vor der Commandatura zu versammeln. Der Dichter trat in seiner ordensbehängten Uniform auf den Balkon und wettete über die Ungerechtigkeit des Versailler Vertrags, die Hinterhältigkeit der Alliierten und die Wiedererweckung des armen, verstümmelten Italiens zu einem neuen Römischen Reich.

Diese Tiraden wurden in den kommenden Jahren noch theatralischer von Benito Mussolini vom Balkon des römischen Palazzo Venezia aus wiederholt. Auch er verstand es, seine Zuhörer zu Begeisterungstürmen aufzuputschen. Auch er hielt mit ihnen Zwiesprache, und sie riefen zurück: «Salutiamo il Duce! Fondatore dell'Imperio.» (Wir grüssen den Führer, den Gründer des Reiches.) Mussolinis Reden und das begeisterte Echo der Massen erklangen nicht nur auf dem Platz in Rom, sondern bald schon über Rundfunk in jeder Stadt, in jedem Dorf Italiens.

Mussolini teilte d'Annunzios Verachtung für das liberale Italien des ausgehenden 19. und frühen 20. Jahrhunderts und seine Sehnsucht nach der Grösse des Römerreichs. Dessen Wiederbelebung betrachtete er nicht nur als einen wichtigen Faktor für die Machtergreifung seiner Partei, sondern auch als die einzige Möglichkeit, Italiens Stellung in der modernen technischen Welt zu behaupten. Lange vor Hitlers Machtergreifung verkündete Mussolini, dass irgendwann zwischen 1936 und

*Diese Mussolini-Karikatur aus den frühen dreissiger Jahren soll die Willenskraft und Entschlossenheit des «Duce» zum Ausdruck bringen. Als ehemaliger Journalist war sich Mussolini des demagogischen Potentials der Massenmedien durchaus bewusst. Die Faschisten suchten für ihre Politik stets die Zustimmung der Volksmassen, die durch gezielte Propaganda im Sinne des Faschismus gelenkt wurden.*





*Leggete*  
**IL LAVORO FASCISTA**  
QUOTIDIANO DEI LAVORATORI, DEI PROFESSIONISTI E DEGLI ARTISTI  
ABBONAMENTI OPERAI DI PROPAGANDA



**ROMA** —SENTE— BOLLÒ GIUSTA MINISTERIALE



1940 ein Wendepunkt in der europäischen Geschichte kommen und ein neues Zeitalter beginnen werde. Dieser Weitblick war bemerkenswert. Um von diesem Wandel profitieren zu können, musste nach seiner Meinung Italien zur militärischen Grossmacht aufgerüstet werden, denn nur dadurch konnte der naturgegebene Mangel an Ressourcen ausgeglichen werden.

Den durch die Friedensverträge von 1919 enttäuschten Italienern, denen ihre parlamentarischen Führer (Männer wie Giolitti und Nitti, denen die von der italienischen Seele so sehr geliebte *bravura* völlig fehlte) nichts bedeuteten, versprach Mussolini etwas Neues und gleichzeitig Altes – eine Wiederkehr der kriegerischen Tugenden, die einst Rom gross gemacht hatten. In dem vom Ersten Weltkrieg hinterlassenen sozialen und politischen Chaos mit ständigen Streiks und Unruhen der Linken, die die italienische Bourgeoisie offenbar nicht verhindern konnte, bot Mussolini eine Hoffnung auf Ruhm und nationale Grösse. Nach seinen Vorstellungen sollte der Faschismus nicht nur eine Partei sein, sondern ein auf Mut, Disziplin und Aufopferung – Tugenden, die man seit den Tagen Catos auf der Apenninhalbinsel nicht mehr gesehen hatte – gründender Lebensstil. Dies wurde später in der *Enciclopedia Italiana* so formuliert: «Die faschistische Auffassung vom Staat ist allumfassend. Sie umschliesst alle menschlichen und geistigen Werte.» Und Mussolini erfand das unerbittliche Wort *fascistizzare* (faschistisch machen), was bedeutete, die Lehre des Faschismus auf alle Lebensbereiche anzuwenden. Um an die jüngere heroische Vergangenheit anzuknüpfen, erinnerte er an Goffredo Mameli, einen Patrioten, der für Garibaldi gekämpft hatte und gefallen war. Das schuf auch eine Verbindung zwischen Garibaldis Rothemden und den schwarzen Hemden, die Mussolini seinen Anhängern verordnete.

Wie Hitler ein Mann aus einfachen Verhältnissen, kannte er die Mentalität der Massen, wusste vor allem, dass Gewalt sie beeindruckt und anzieht. Also zeigten die Faschisten auf den Titelseiten ihrer Zeitungen und Flugschriften Symbole der Gewalt, die geballte Faust, einen Knüppel, ein trotzig vorgeschobenes Kinn. Um kommunistische Unruhen niederzuschlagen, setzte Mussolini zwischen 1919 und 1922 Gewalt höchst wirkungsvoll ein und konnte dadurch viele Unentschlossene für den Faschismus gewinnen. Im ganzen Land organisierte er seine Männer zu wohlbewaffneten *squadristi*, die Kommunisten und Sozialisten kurzerhand vertrieben oder umbrachten. Jede Stadt, jede Gemeinde mit sozialistischer Verwaltung war ihr Angriffsziel. So gab es beispielsweise in der Provinz Ferrara im November 1920 noch 21 sozialistische Stadtverwaltungen, aber bis Ende 1921 waren ausser vier alle verschwunden, liquidiert von den *squadristi* unter Italo Balbo, einem von Mussolinis aktivsten Handlangern. Die alle paar Monate wechselnden liberalen Regierungen konnten den faschistischen Terror ebensowenig verhindern wie die von den Kommunisten angeführten Unruhen. Am 28. Oktober 1922 kapitulierte Factas Regierung vor Mussolini.

Das diktatorische Regime, das dieser jetzt errichtete, sollte geführt werden von einer Elite von Kraftmenschen, die nicht durch Wahl, sondern durch ihr Verdienst an die Spitze des Staates traten. Unumschränkter Herrscher des Landes war ein heroischer, von der Vorsehung eingesetzter Mann – der Duce. Eines der Schlagwörter, mit denen Mussolini dieses Bild den Italienern einhämmern wollte, lautete: «Im Duce ist Cäsar zu neuem Leben erwacht!» Auch das Wort «Faschismus» hatte einen historischen Bezug:

Linke Seite: Werbeplakat für die faschistische Tageszeitung *Il Lavoro Fascista*. Die sehr moderne Grafik zeigt, dass die Faschisten im Gegensatz zu den Nationalsozialisten zeitgenössische Kunst für ihre Zwecke einzusetzen wussten.

Unten: Ein frühes Wahlplakat der Faschisten, auf dem ein junger Trompeter «die schlafenden Gewissen aufrütteln» soll.





Nach der Machtergreifung der Faschisten mussten in Italien die nunmehr vom Staat zensurierten Schulbücher im Sinne einer Wehrrtütigung der Kinder und Jugendlichen umgeschrieben werden. Die Knaben wurden schon mit vier Jahren als «Söhne der Wölfin» organisatorisch erfasst und blieben dann bis zum Wehrdienst in der Obhut faschistischer Jugendorganisationen. Diese Darstellung verbildlicht anschaulich das Ziel faschistischer Erziehung.



Die *fasces* waren Rutenbündel mit einem Beil in der Mitte, die im alten Rom von den Liktores als Zeichen der Macht über Leben und Tod den Konsuln und Kaisern vorangetragen wurden. Mussolini wählte den Begriff 1919, noch nicht als Bezeichnung für seine Bewegung, sondern für die von ihm aufgestellten *fasce di combattimento* (Kampfbünde), und aus diesen wurden dann die *squadristi*, die Kommunisten und andere Gegner niederknüppelten.

Aber auch auf andere Art war er bemüht, seine Partei mit dem alten Rom zu verknüpfen. Das bürgerliche Händeschütteln wurde durch den römischen Gruss ersetzt, mit römischen Zahlen wurden die Jahre seit der Machtergreifung gezählt, und an die Stelle von AD (Anno Domini) traten die Buchstaben E.F. (*Era Fascista*); so wurde beispielsweise aus AD 1929 das Jahr VII E.F. Die Standarten der faschistischen Kampfbünde und Organisationen wurden nach dem Vorbild des römischen *labarum* mit dem römischen Adler darüber gestaltet. Die Gliederungen der Jugendorganisation *Balilla* wurden nach den Einheiten des altrömischen Heeres benannt. Mit grossem Pomp gefeiert wurden die Jahrestage berühmter politischer und literarischer Gestalten des alten Roms – Cäsar, Augustus, Vergil, Horaz u.a. Sonderbriefmarken erinnerten an Männer aus der Antike, aber auch an andere grosse Italiener der Vergangenheit, Dante, Ariost, Leonardo da Vinci usw. Briefmarken mit antiken Schiffen im Hintergrund und modernen Schiffen im Vordergrund trugen das Motto: «Il nostro destino è stato, e sarà, sempre sul mare» (Unser Schicksal lag auf dem Meer und wird immer dort liegen). Damit sollten die Italiener an die einstige Seeherrschaft des alten Roms im Mittelmeergebiet («mare nostrum», unser Meer) und an die einstigen römischen Kolonien in Nordafrika erinnert werden, die wieder in Besitz genommen werden sollten. Auch die riesigen Denkmäler der Faschisten sollten den Eindruck eines wiedergeborenen Roms vermitteln, besonders das Foro Mussolini in Nachahmung des antiken Forum Romanum. Mit einem Trommelfeuer von leidenschaftlichen Reden hämmerte Mussolini seinen Landsleuten ein, dass die Italiener nach 1'500 Jahren wieder die Vormachtstellung in der westlichen Zivilisation erringen würden und sie sich deshalb für die bevorstehenden Eroberungszüge wappnen müssten. Das Zweite Rom, die Zeit der Dekadenz, sei vorbei; an seine Stelle trete jetzt das Dritte Rom, das ebenso glorreich sein würde wie das Erste Rom, das antike Römerreich.

Der Kult der Wiederbelebung der römischen Vergangenheit kann mit dem Nazikult der germanischen Vergangenheit verglichen werden. Die Propaganda ging in beiden Ländern in etwa gleich vor – Massenveranstaltungen, frühe Besitzergreifung des jugendlichen Gemüts, Kult der Gewalt, übersteigter Nationalismus, Schmähung der Demokratie und des Völk(er)unds. Bemerkenswert ist, dass das Auftreten moderner Diktaturen mit der Verbreitung neuer Massenmedien wie Film und Rundfunk zusammenfiel, die eine intensive Beeinflussung der Massen ermöglichten. In Italien freilich wurde, hauptsächlich dank der Mentalität der Italiener, von den modernen Medien der Überredung nicht der bestmögliche Gebrauch gemacht.

Im ersten Jahrzehnt faschistischer Macht, von 1922 bis etwa 1933, waren die verschiedenen Propagandaformen nicht aufeinander abgestimmt; etwas dem Propagandaministerium der Nazis Vergleichbares gab es nicht. Es wurden lediglich Film, Rundfunk und alle moderneren Medien Mussolinis Presseamt unterstellt. Mussolini war Journalist gewesen, ehe er in die Politik ge-



gangen war, und bis zum Ende der faschistischen Ara galt ihm die Presse als wirkungsvollstes Mittel zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Der Duce bezeichnete sie als «ein im Konzert, aber auf verschiedenen Instrumenten spielendes Orchester». Durch das Pressegesetz von 1924 wurden die Präfekten ermächtigt, Zeitungen und Zeitschriften zu beschlagnahmen, die «falsche, auf die Schürung von Klassenhass zielende Informationen» enthielten oder «die Regierung verächtlich machten». Die liberalen Chefredakteure von Zeitungen wie dem *Corriere della Sera* in Mailand oder dem *Messaggero* in Rom wurden entlassen, Kritik an der Regierung durfte in den Zeitungen nicht mehr geäußert werden. Faschistische Blätter wie Mussolinis *Popolo d'Italia* und *Regime Fascista* erhielten grosszügige Staatssubventionen. Ab 1926 war die Pressezensur in Italien allgemein.

Erst in den dreissiger Jahren erkannte das Regime, dass das Presseamt mit der Leitung aller Propagandaaktionen und -medien überfordert war, und so wurde 1933 ein Untersekretariat für Presse und Propaganda eingerichtet. Dem deutschen Beispiel folgte man erst 1937, nachdem Goebbels' Ministerium schon seit einigen Jahren die Deutschen indoktriniert hatte, und schuf ein Propagandaministerium, Ministerium für Volkskultur (Minculpop) genannt. Am 1. Juni dieses Jahres wurden alle Unterabteilungen des Presseamts – für Rundfunk, Film, Theater, Literatur – aufgelöst und dem neuen Propagandaministerium eingegliedert. Von da an gab das Regime seine rein passive Zensorenrolle auf und wurde aktiver, erliess Anordnungen, die die faschistische Indoktrination in allen Bereichen sichern sollten. Dem Ministerium standen besonders zuverlässige Faschisten vor, die engste Verbindung zur Führung hatten. Die drei Männer, die nacheinander für Propaganda zuständig waren, waren Graf Ciano (Mussolinis Schwiegersohn), Alfieri und Pavolini. Obgleich ihre Methoden immer wirksamer wurden, konnte sich doch keiner von ihnen mit einem Propagandagenie wie Goebbels vergleichen.

Auch die Rolle der katholischen Kirche war in Italien und Deutschland verschieden. Wegen der besonderen Stellung der Kirche in Italien und ihrem Einfluss auf die Massen (ob diese nun gläubig waren oder nicht) machte das Regime keinen Versuch, die faschistischen Doktrinen zu einer Art Ersatzreligion zu machen, wie dies die Nazis in Deutschland mit dem Nationalsozialismus getan hatten. Der italienische Himmel sollte kein Walhall werden. So übte die Kirche auf die faschistische Politik und Propaganda einen mässigen Einfluss aus.

Auf einem Gebiet der Propaganda waren die Faschisten stets den Nazis ebenbürtig, wenn nicht sogar überlegen – in der Indoktrination der Jugend. Hier mussten die Nazis ihrerseits zugeben, dass sie in den ersten Jahren nach der Machtergreifung viel vom faschistischen Italien gelernt hatten. Als Mussolini 1922 die Staatsführung übernahm, wies er sofort seinen Kultusminister Giovanni Gentile an, die Lehrpläne der Schulen und Universitäten zu ändern. Er wusste, wie wichtig die Jugend für die Zukunft des Faschismus war, und verlangte, dass an den Schulen patriotischen Themen mehr Zeit gewidmet wurde und Geschichte und Erdkunde mit Hinsicht auf die römische Vergangenheit interpretiert wurden. Bald waren mindestens zwanzig Prozent des Lehrstoffs in diesem Sinn verändert. Fortan wurden von Kindheit an der Jugend ihre Pflichten als faschistische Bürger eingehämmert.

Der Unterricht begann mit dem Absingen der «*Giovinetta*», der faschistischen Hymne. Dann marschierten Knaben und Mädchen an der Fahne

*Durch die Schulbücher des faschistischen Italiens sollten die Kinder zu Gehorsam, Opferbereitschaft und bedingungsloser Treue zum Duce erzogen werden. Mussolini wurde in Wort und Bild als strenge, aber gütige Vatergestalt dargestellt. Dieser Schulbuchttext lautet: «Benito Mussolini liebt die Kinder sehr: Die italienischen Kinder lieben den Duce sehr. Es lebe der Duce! Ich grüsse den Duce: Auf uns!»*

BENITO MUSSOLINI  
ama molto i bambini. I  
bimbi d' Italia amano molto  
il Duce.

VIVA IL DUCE!

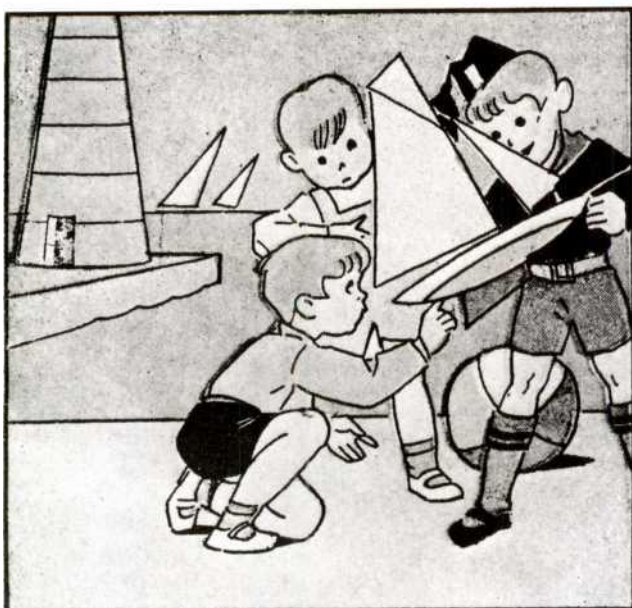
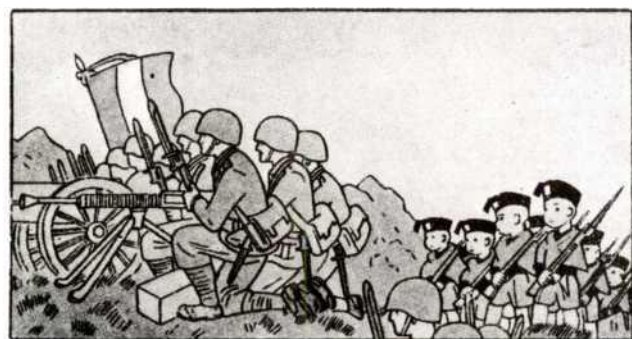
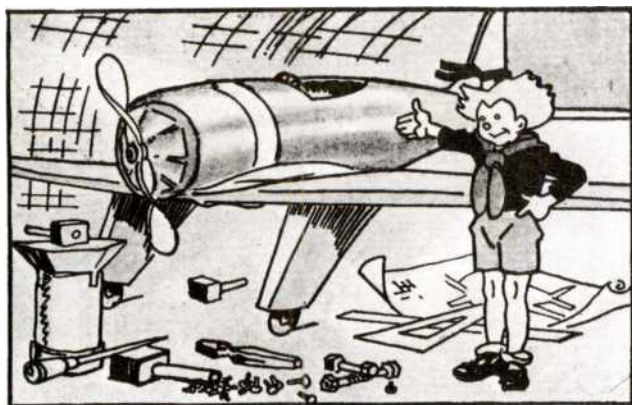
Saluto al Duce:

A noi!





Selbst die Bildergeschichten in den Kinder- und Jugendzeitschriften sollten zum Militarismus erziehen. Oben: Grillo baute schon 1934 in *Il Corriere dei Piccoli* Flugzeuge. Mitte: Nach dem Kriegseintritt Italiens 1940 stärkt die faschistische Jugendorganisation Balilla den Soldaten den Rücken. Unten: In der Kinderzeitung Mastro Remo war «il Balilla Moschettino» (der Balilla «Kleines Gewehr») eine beliebte Comic-Figur.



vorbei und entboten ihr den römischen Gruss. Ältere Kinder mussten an «Gesprächen über die faschistische Kultur» teilnehmen, die von Parteiführern und Führern der Jugendorganisationen geleitet wurden und Themen wie die faschistische Revolution, den Imperialismus und die italienische Aussenpolitik behandelten. An den Universitäten wurden *Gruppi Universitari Fascisti* gegründet, in die die Studenten eintreten mussten, wenn sie weiterkommen wollten. An der Universität von Perugia wurde ein Lehrstuhl für politische Wissenschaften geschaffen, um das Lehrgebäude des Faschismus weiterzuentwickeln, und man gründete eine Sommeruniversität, um die faschistischen Ideen unter ausländischen Studenten verbreiten zu können. Für die Intellektuellen und Kulturschaffenden wurde 1925 von Giovanni Gentile das Istituto Nazionale Fascista di Cultura gegründet, das die gebildeten Schichten in den Dienst des Faschismus stellen sollte. Zweigstellen gab es im ganzen Land; die Zahl der Mitglieder betrug etwa 100'000. Das Institut förderte nicht nur Vorträge und Publikationen über faschistische Politik, sondern veranstaltete auch Seminare und richtete Lesestuben ein. Ähnlich war die 1927 als «Organ der faschistischen Partei auf dem Gebiet der Kunst» gegründete Italienische Akademie, die aber wegen ihrer repressiven und engstirnigen Atmosphäre wenig Einfluss ausübte. Es gelang dem Regime jedoch, einige wenige kulturelle Exponenten für sich zu gewinnen, so Giacomo Puccini, der mit einem Sitz im Senat belohnt wurde, d'Annunzio, der ein schönes Landgut über dem Gardasee erhielt, Luigi Pirandello und Guglielmo Marconi. Benedetto Croce, der führende Intellektuelle Italiens, bewahrte jedoch stets Abstand. Arturo Toscanini war zunächst ein Faschist, aber als er sich weigerte, die «*Giovinetta*» in sein Repertoire aufzunehmen, wurde er von einem Schlägertrupp übel zugerichtet. Er trat aus der Partei aus, übersiedelte für immer in die Vereinigten Staaten und lehnte es ab, in Italien zu dirigieren, solange die Faschisten an der Macht waren.

Inzwischen waren die Lehrbücher für alle Schulen und Universitäten zensiert worden; von 317 Geschichtsbüchern für den Elementarunterricht, die es 1926 gegeben hatte, wurden 100 verboten. Eine Regierungsverordnung befahl: «Auf historischem, wirtschaftlichem und juristischem Gebiet müssen alle Lehrbücher mit den historischen, juristischen und ökonomischen Richtlinien übereinstimmen, die am 28. Oktober 1922 aufgestellt wurden.» Lehrer mussten sich zur Loyalität gegenüber dem Regime verpflichten; wer dies nicht tat, wurde entlassen.

Hand in Hand mit diesen Erziehungsreformen ging die Gründung von ausserschulischen Jugendorganisationen. Die Faschisten nahmen Kinder noch früher in Beschlag, als es die Nazis taten. Mit vier Jahren hatte jeder Knabe den «Söhnen der Wölfin» beizutreten (eine weitere Anspielung auf das Rom der Antike) und ein schwarzes Hemd anziehen. Mit acht Jahren wurde er von der *Balilla* übernommen, wo er bis zum vierzehnten Lebensjahr in einer Atmosphäre von Uniformen, Liedern, Fahnen, Abzeichen und Grüßen blieb. (Diese Organisation war nach einem genuesischen Jugendlichen benannt, der 1746 das Signal für die Erhebung gegen die österreichische Herrschaft gegeben hatte.)

Kinderzeitschriften wie *Il Corriere dei Piccoli* oder *Giornale dei Balilla* vermitteln einen Eindruck davon, wie die Kinder indoktriniert wurden. In den Bildgeschichten wurde der junge Held im Alter zwischen vier und zehn Jahren in Uniform gezeigt, wie er nicht der Organisation angehörige Kinder in sportlichen Aktivitäten unterweist – im Segeln, Reiten, Jagen –, ihnen

Flugzeuge erklärt oder sogar das Schiessen mit einem Maschinengewehr beibringt. Als dann 1940 Italien in den Krieg eintrat, machten Karikaturen die Feinde Italiens lächerlich. So zeigte man den englischen König Georg VI. oder Churchill als Witzfiguren, die durch italienische Soldaten so sehr in Angst und Schrecken versetzt wurden, dass sie als Beschützer einen Orang-Utan anheuerteten.

Ein Hauptanliegen der *Balilla* nach der Schule und an den Wochenenden war die Leibeserziehung. Die Faschisten wussten genau, wie beliebt Sport bei den Heranwachsenden ist, Fussball, Leichtathletik, Schwimmen, Boxen, Reiten, Kleinkaliberschüssen, und so sparte man nicht mit der Schaffung entsprechender Einrichtungen. Der Duce selbst setzte ein Beispiel. Er rühmte seine eigene körperliche Leistungsfähigkeit und bezeichnete das Boxen als typisch faschistische Methode der Selbstverwirklichung. In den Schulen wurden Berichte von Journalisten verlesen, die ihn in der Villa Torlonia besucht hatten und schilderten, wie der Duce mitten im Diktat der Tagesbefehle abbrach, um sechs Längen in seinem Schwimmbecken zurückzulegen, ein Tennismatch zu spielen oder auf seinem Pferd überein Dutzend Hindernisse zu setzen. Den Zeitungen wurde strengstens untersagt, eine Erkältung oder einen Magenkrampf des Duce zu melden, und sie durften nicht einmal erwähnen, dass er Grossvater geworden war. Der Duce musste hundertprozentig leistungsstark und hundertprozentig männlich sein.

Mit vierzehn Jahren kamen die Jugendlichen zu den *Avanguardisti*, wo zum Sport die vormilitärische Ausbildung kam. Der Heranwachsende lebte in einer Welt von politischen Schulungen, Grossveranstaltungen, Aufmärschen, Drill und Sportwettkämpfen. Mit achtzehn war er auf die *Giovani Fascisti* vorbereitet, die nach zwei weiteren Jahren beurteilten, ob er ein geeigneter Kandidat für die Partei war, ob er die dafür erforderlichen Tugenden der Zähigkeit, des Gehorsams, des blinden Mutes und des Selbstopfers besass. Jede der Aufnahmezeremonien von einer Organisation in die nächsthöhere war von einem pompösen Ritual begleitet, der *Leva Fascisti*, die wieder an das antike Rom anknüpfte.

Während dieser ganzen Indoktrination stand dem Heranwachsenden immer der Duce vor Augen. Sein Bild hing in jedem Schulzimmer und Hörsaal neben kleineren Bildern des Königs und des Papstes. Mit entschlossenem Kinn, geballten Fäusten, verschränkten Armen und gespreizten Beinen schien er das lebendige Abbild seiner eigenen Schlagworte zu sein: «Besser einen Tag wie ein Löwe als hundert Jahre wie ein Schaf leben», «Eine Minute auf dem Schlachtfeld wiegt ein Leben in Frieden auf» und «*Credere! Obbedire! Combattere!*» («Glauben! Gehorchen! Kämpfen!»). So hatte ein Junge, der 1923 als «Sohn der Wölfin» begonnen hatte, beim Kriegseintritt Italiens 1940 die ganze Skala faschistischer Erziehung in vier Stufen durchlaufen. Man musste schon aussergewöhnlich hartnäckig sein, um sich dieser Indoktrination zu entziehen.

Für die Mädchen gab es parallele Organisationen. Die *Piccole Italiane* war das Gegenstück zu den Söhnen der Wölfin. Dann folgte die Mädchen-*Balilla*, die zu den *Giovani Italiane* überleitete. Von den *Fasci Femminili* wurden regelmässige Vorträge für Erwachsene veranstaltet, in denen die Frauen faschistisch indoktriniert wurden. Die älteren Mädchen mussten an der Körperertüchtigung und sogar an der vormilitärischen Erziehung teilnehmen. Deshalb und wegen der Jugenderziehung generell kam es zur einzigen ernsthaften Auseinandersetzung mit der katholischen Kirche.

*Mussolini liebte theatralische Auftritte, mit denen er bei seinen Landsleuten gut ankam. Ihnen versprach er einen Anteil an der Weltherrschaft, die die Achsenmächte errichten wollten. Er knüpfte an das alte Römerreich an und wollte nach dem Untergang des Zweiten Roms ein Drittes Rom entstehen lassen, in dem er die glorreiche Tradition der Cäsaren fortführte. Hier sehen wir Jack Oakie als «Napolini» in Chaplins Film Der grosse Diktator (1940), in dem der Duce als Operettenfigur hingestellt wird, die neben Hitler die zweite Geige spielt, während Rom in Flammen steht.*





Unten: Paul Muni als «Narbengesicht» in Howard Hawks Film *Scarface: The Shame of a Nation* (1932). In Italien wurde der Film verboten, weil er die Italiener als Gangster hinstellte.

Rechts oben: Mussolini war ein Meister der Demagogie, der theatralische Auftritte liebte. Hier hält er mit nacktem Oberkörper eine Rede, um seine Männlichkeit unter Beweis zu stellen.

Rechts unten: Der italienische Film war freier, als es der deutsche unter Goebbels war. Einer der wenigen unverhohlenen Propagandafilme war *L'Uomo del Croce* (Der Mann des Kreuzes, 1941).

Die Zentralgestalt war ein italienischer Priester an der Ostfront, der mit der Waffe in der Hand gegen die Sowjets kämpft.



Die Kirche hatte stets die Jugenderziehung als ihre ureigenste Domäne angesehen. Papst Pius XI. liess in seiner Enzyklika *Non abbiamo bisogno* von 1926 erkennen, dass er sich durchaus der faschistischen Bemühungen auf diesem Gebiet bewusst war. Er schrieb: «Die zweifellos vorhandene Entschlossenheit, die Jugend von Kindesbeinen an bis zum Erwachsenenendasein zum vollen und ausschliesslichen Nutzen einer Partei oder eines Regimes in Beschlag zu nehmen, steht im offenen Konflikt nicht nur zu den natürlichen Rechten der Familie, sondern auch zu den übernatürlichen Rechten der Kirche.» Nach Ansicht der katholischen Kirche sollte die Jugend von drei «Gesellschaften» erzogen werden, der Familie, der Kirche und zuletzt dem Staat. Zuerst komme die Familie, deren natürliches gottgegebenes Recht es sei, die Nachkommenschaft aufzuziehen, zu nähren, zu lieben und die Grundregeln des gesellschaftlichen Umgangs zu lehren. Sollte die Familie nicht über die dazu notwendigen finanziellen Mittel verfügen, müsse der Staat einspringen, aber nur hilfsweise. Die Kirche besitze alle Gnadenmittel für die Erlösung des Menschen. Deshalb sei die sittliche und intellektuelle Erziehung des Menschen die Aufgabe der Kirche.

Die Dinge spitzen sich am 4. Mai 1928 zu, als im Stadion von Rom eine Massenveranstaltung abgehalten wurde, bei der Tausende von *Balilla-Mädchen* in Turnkleidung gymnastische und leichtathletische Übungen vorführten, darunter auch Speerwerfen. Dann marschierten sie in Formation und mit Gewehren durch Rom und sangen faschistische Lieder. Am 11. Mai schrieb der *Osservatore Romano*, die Zeitung des Vatikans, der Papst missbillige schärfstens «diese Gruppen faschistischer Weiblichkeit, die nicht mehr die für die Erziehung von Mädchen und jungen Frauen massgeblichen Grundsätze der Bescheidenheit und Zurückhaltung kennen». Es stimme nicht mit den christlichen Idealen der Erziehung von Mädchen zur Weiblichkeit überein, wenn sie anstrengende körperliche Übungen durchführen oder Feuerwaffen tragen müssten oder gezwungen würden, sich in knapper Bekleidung vor einer vorwiegend männlichen Zuschauerschaft zu produzieren. «Wenn Frauenhände zum Himmel erhoben werden», sagte der Papst bei einer öffentlichen Ansprache, «dann im Gebet, nicht aber mit Gewehren darin.»

Darauf entgegnete der Sekretär der faschistischen Partei, Turati, in *Il Tevere*, dass Leibesübungen sich günstig auf den Geist auswirkten. Für junge Mädchen sei es besser, an Sportveranstaltungen teilzunehmen als den Tag damit zu verbringen, sich zu schminken. Was die Gewehre angehe, beabsichtige die Regierung nicht, weibliche Hilfstruppen aufzustellen; sie wolle den Mädchen und Frauen nur beibringen, beim Anblick einer geladenen Waffe oder beim Knallen eines Schusses im Kriegsfall nicht in Ohnmacht zu fallen. Darauf erwiderte der *Osservatore Romano*, dass Mädchen in der Abgeschlossenheit einer Schule durchaus Leibesübungen durchführen könnten. Die Zeitung erinnerte an Mussolinis Rede vom 18. Mai 1927, in der der Duce gesagt hatte, er wünsche, dass die weibliche Jugend Italiens im Kern «römisch» bleibe und nicht «unter dem Einfluss des Kinos oder anderer Formen des Modernismus amerikanisiert werde». Aber genau dies, hiess es in der Vatikanzeitung, tue die Regierung mit solchen protzigen öffentlichen Veranstaltungen. Es sei eine angelsächsische Eigenheit, Frauen an sportlichen Wettkämpfen teilnehmen zu lassen. Der Streit ging monatelang weiter. Es spricht für die starke Position der Kirche in Italien, dass sich der Vatikan so offen äussern konnte gegenüber einem totalitären Regime, das jede andere







In allen kriegführenden Ländern gab es Plakataktionen zum Thema «Feind hört mit». Die Faschisten stellten auf ihren Plakaten einen britischen Soldaten als Feind dar und schürten die Angst vor einer «fünften Kolonne», die angeblich Sabotageakte verübte. Von den deutschen Plakaten (siehe S. 62) ging eine gespenstischere Atmosphäre aus. Die englischen Plakate (siehe S. 124 und 125) waren flotter, stellten zum Teil aber auch sehr drastisch die Folgen unbedachter Äusserungen dar.



kritische Stimme im Land zum Schweigen gebracht hatte. Schliesslich willigten die Faschisten, um den katholischen Empfindlichkeiten entgegenzukommen, ein, dass Mädchen in Zukunft bei solchen Veranstaltungen keine Gewehre mehr, sondern Pfeil und Bogen tragen sollten.

Auch bei einer anderen Gelegenheit zeigte die Kirche ihre Zähne, als die *Balilla-Jugend* bei einer auf dem Campo Dux unter freiem Himmel gefeierten Messe einen politischen Unterton hineinbrachte. Man begann mit dem Absingen der «*Giovinazza*», gefolgt von einer Anrufung Gottes, er möge Mussolini bei der Errichtung seines Reiches helfen. Am anstössigsten für den Vatikan war der Höhepunkt der Messe, als 15'000 Jungen ihre Dolche aus der Scheide zogen und dramatisch gen Himmel reckten. Das wurde vom *Osservatore Romano* schärfstens verurteilt.

Die propagandistischen Versuche der Faschisten, die Kirche als auf ihrer Seite stehend hinzustellen, waren oft ungeschickt. Bei einer Veranstaltung zur Erinnerung an tote Helden des Faschismus glaubte man offenbar, der Kirche dadurch schmeicheln zu können, dass man sich einer hagiographischen Sprache bediente. Eine Ausstellung über die faschistische Revolution wurde mit «Das Heilige Jahr des Faschismus» betitelt; gesprochen wurde vom «Blut unserer Märtyrer, das sich eines Tages ebenso verflüssigen wird wie das des heiligen Januarius in Neapel». Eine Zeitung im Trentino schrieb über die italienischen *irredentisti* Battisti und Sanro, die von den Österreichern erschossen worden waren: «Ein Heiligenschein umgibt den Kopf von Battisti, dessen Fahrt durch das Trentino auf dem Henkerwagen an den Kreuzweg Christi erinnert», und Sanros Mutter habe «an der Leiche ihres Sohnes wie Maria unter dem Kreuz geweint». Die fruchtbare Phantasie eines anderen Journalisten machte ihn fast zum Evangelisten, als er beschrieb, wie ein Faschist von den Kommunisten ermordet wurde: «Sein Martyrium war vielleicht noch ärger als das des blonden Nazareners, denn der Nazarener wurde von seiner Mutter und Maria Magdalena zur Richtstätte geleitet; aber unser Mann hatte niemanden, der ihm zur Seite stand.» Diese Anbieterungsversuche kommentierte der *Osservatore Romano* mit der bissigen Bemerkung, dass das Bemühen, Irdisches zu glorifizieren, genau die entgegengesetzte Wirkung habe. Göttliches und Menschliches auf diese Weise miteinander zu vermengen, schade natürlich nicht dem Göttlichen, mache jedoch das Irdische lächerlich.

Nicht nur die Jugend sollte durch Freizeit und Sport an den faschistischen Staat gebunden werden. Um die Freizeit der werktätigen Massen für das Regime in Beschlag zu nehmen, wurde eine Organisation namens *Dopolavoro* («Nach der Arbeit») gegründet, die viele attraktive kostenlose Möglichkeiten und Einrichtungen für die Freizeitgestaltung anbot. Ausser Sport gab es billige Urlaubsreisen und Ausflüge (wie bei der KdF in Hitlerdeutschland), aber auch Film- und Theateraufführungen. Die sportlichen Wettkämpfe waren oft pompöse Veranstaltungen, und den siegreichen Athleten schenkte man als Exponenten der neuen Männlichkeit des Regimes viel Aufmerksamkeit. *Dopolavoro* organisierte auch Vorträge und Diskussionsstunden über die Partei, die faschistische Revolution und die faschistischen Gewerkschaften. Erklärtes Ziel war «die gesunde und nutzbringende Ausfüllung der Freizeit der Werktätigen durch Einrichtungen zur Entfaltung ihrer körperlichen, geistigen und moralischen Fähigkeiten».

In abgelegeneren Gegenden entsandte die Partei Wandertheater, um faschistische Tendenzstücke aufzuführen, auf die gewöhnlich Ansprachen

der örtlichen Parteiführer folgten. Die Dreistheit der Führung zeigte sich in Mailand. Dort veranstaltete man einen Vortragszyklus mit dem Titel «Lectura Ducis» nach dem Vorbild von Dantes «Lectura Dantis», die der grosse Dichter in der Florentiner Orsanmichele-Kirche vor berühmten Gelehrten gehalten hatte. Bei diesen Vorträgen wurden Auszüge aus Mussolinis Reden verlesen und dann in einer an Dante anknüpfenden Phraseologie kommentiert. Der Duce sollte nicht nur ein neuer Cäsar sein, sondern auf intellektueller Ebene auch ein neuer Dante.

Als Propagandamittel wurde der Film in Italien nie im gleichen Masse benutzt wie im Dritten Reich. Bis zum Ende der faschistischen Ära blieben die italienischen Filmgesellschaften weitgehend in privater Hand. Das hatte seinen Grund in erster Linie im öffentlichen Desinteresse an Propagandafilmen wie dem von der Regierung herausgebrachten «Kampf ums Brot», in dem Mussolini gezeigt wurde, wie er zwischen jubelnden Bauern einen Traktor steuerte. Die Masse bevorzugte Filme im Hollywoodstil mit wunderschönen Liebespaaren, die in schicken Hotels Kaviar speisten oder in Cadillacs fuhren. Das war zwar zu bedauern, aber die Regierung wusste, dass sie daran nicht viel ändern konnte. Als in den dreissiger Jahren Mussolini vorgeschlagen wurde, er solle sich an Goebbels ein Beispiel nehmen und die Filmwirtschaft verstaatlichen, lehnte er ab. Das Regime betätigte sich zumindest im ersten Jahrzehnt nach der Macht ergreifung vornehmlich als Zensor; es ging eher darum, was nicht gezeigt werden durfte, als darum, was man zeigen sollte. So wurde ein «dekadenter» Hollywoodfilm wie «Wings over Honolulu» verboten, weil er vom sittenlosen Treiben einer Gruppe Geschiedener handelte. Obgleich man vielleicht mit diesem Verbot auch der Kirche einen Gefallen erweisen wollte, stand die Scheidung im Gegensatz zu den faschistischen Prinzipien von der Unauflösbarkeit der Ehe und dem wünschenswerten Kinderreichtum der Familien. Der Film «Scarface» wurde aus anderen Gründen verboten. Er handelte vom Gangsterleben in Chicago, und Hauptgestalt war der aus Sizilien stammende Bandit Al Capone; seine Landsleute in der Heimat hätten auf dumme Gedanken kommen können.

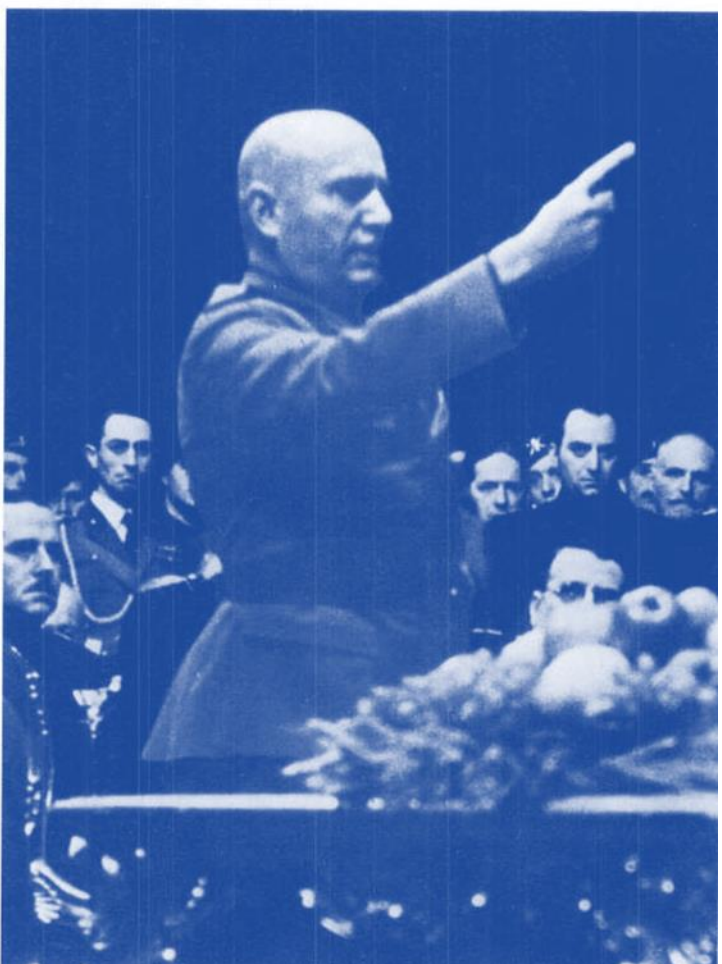
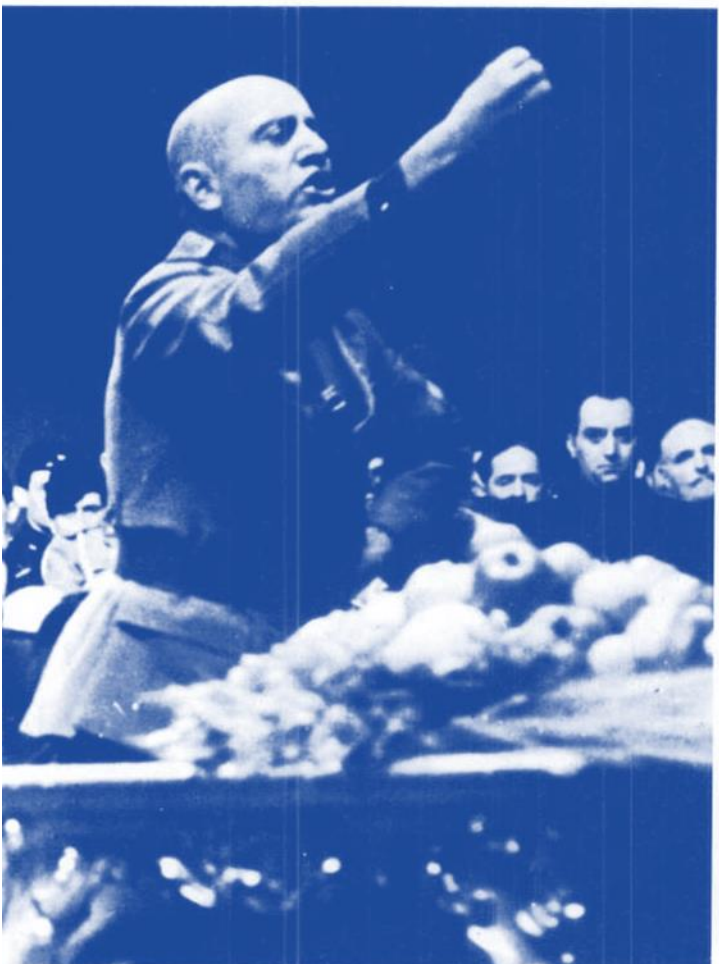
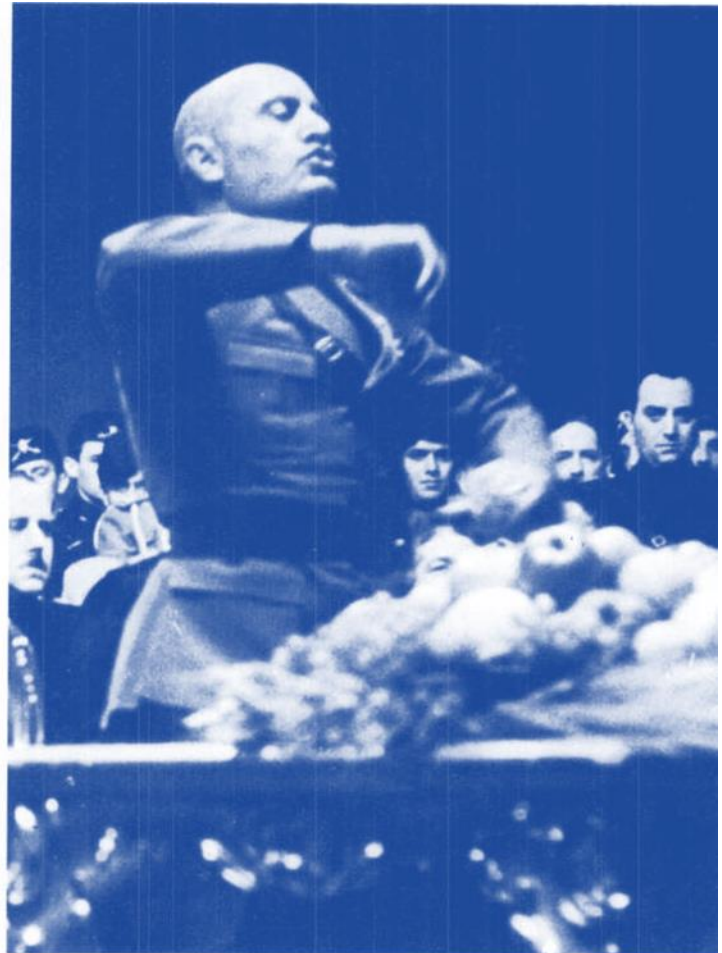
Trotzdem wusste der Duce sehr wohl, dass der Film ein wirksames Propagandainstrument ist. 1925 gründete er *L'Unione Cinematografica Educativa (LUCE)*, eine reine Regierungsbehörde zur Herstellung von Dokumentarfilmen über faschistische Errungenschaften. Um den High-life-Filmen amerikanischer Machart entgegenzuwirken, mussten alle Kinos in jedem Programm mindestens einen LUCE-Film zeigen. Wenn das Publikum Cary Grant und Mae West als Liebespaar sehen wollte, musste es sich auch einen alten Bauern in den Pontinischen Sümpfen ansehen, der überlegte, ob er neue Anbaumethoden übernehmen oder bei den Methoden der Väter bleiben sollte. Dies war der LUCE-Film *H Sole* (Die Sonne). Ein anderer LUCE-Film, *I ragazzi di Mussolini* (Mussolinis Jugend) führte vor Augen, was der Duce für die italienische Jugend tat. Auch Land-, See- und Luftmanöver wurden in den LUCE-Filmen gross herausgestellt, was diese Filme vielleicht für das italienische Publikum akzeptabler machte.

Erst 1937 wurde ein Film gedreht, der mit dem deutschen *Triumph des Willens* einigermaßen vergleichbar war. Der Film hiess *Credere, Obbedire, Combattere* (Glauben, gehorchen, kämpfen) und zeigte die Errungenschaften des Faschismus, begleitet von Zitaten aus Mussolinis Reden. Darauf folgte eine Reihe von patriotischen Filmen wie *Scipio Africanus*

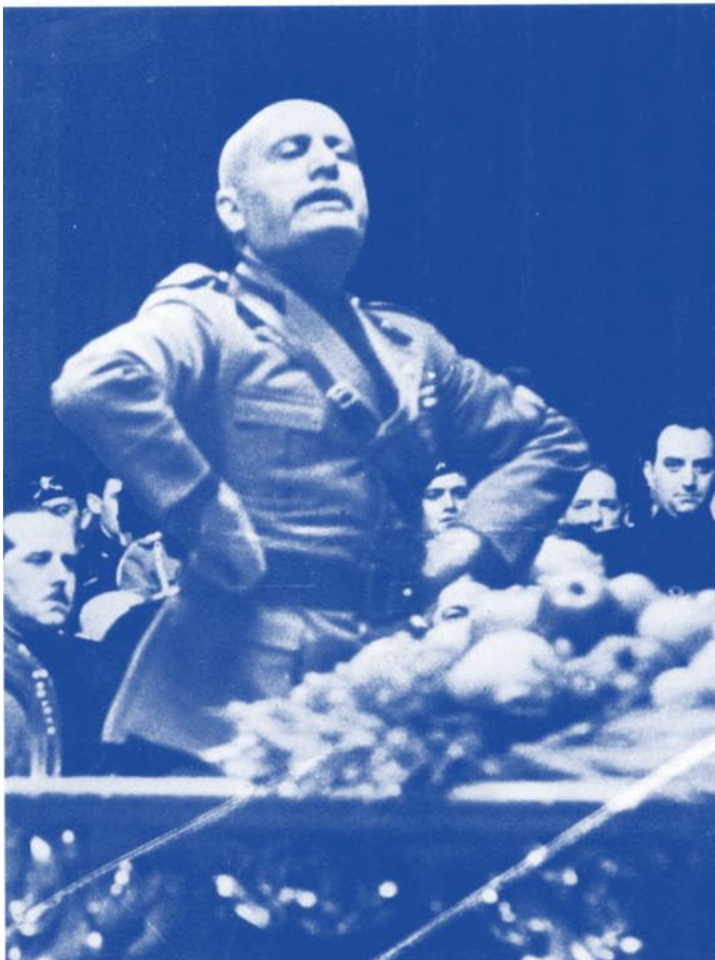
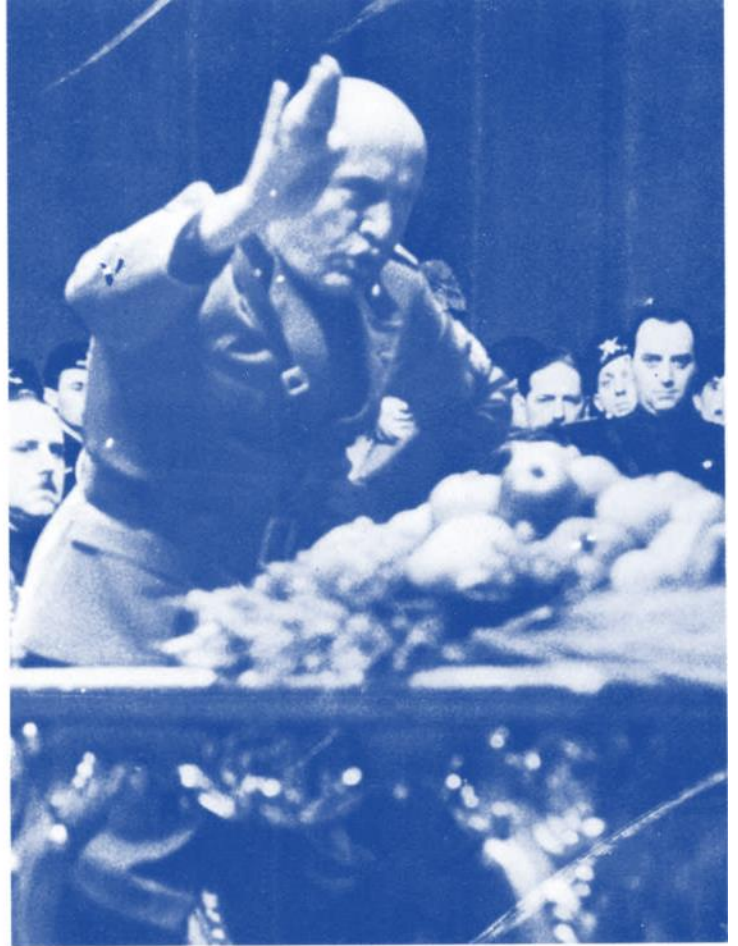
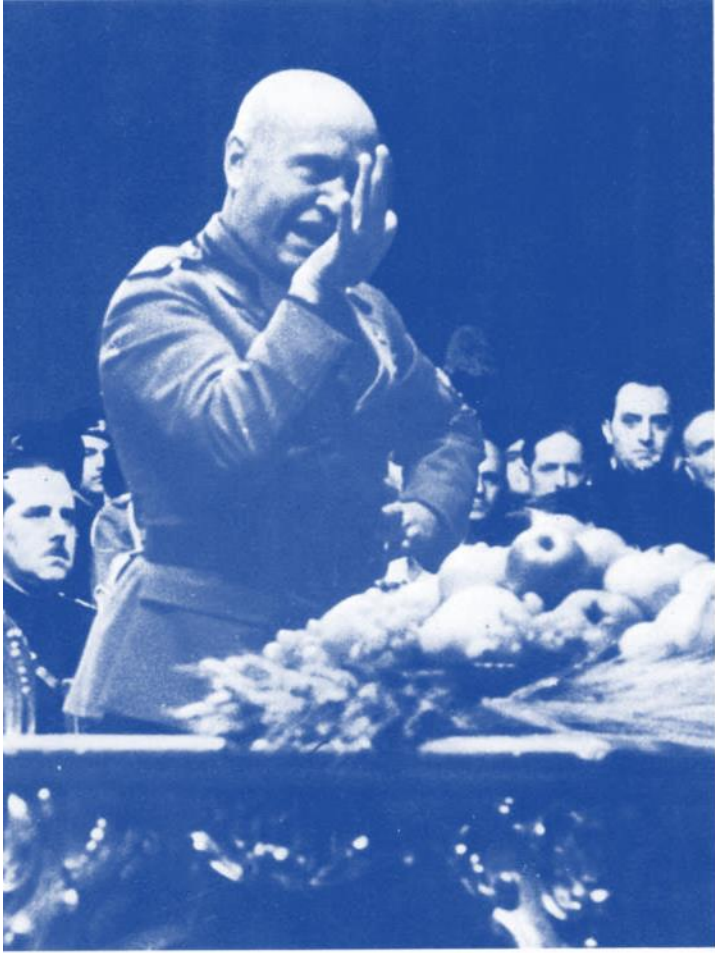
*Unten: «Zu den Waffen, Jugend Italiens, zu den Waffen zur Rettung des Vaterlands!» Dieses Plakat war Ende 1943 in den Strassen Roms zu sehen. Nun rief nicht mehr der Duce, sondern eine italienische Mutter zum Waffendienst auf. Folgende Doppelseite: Mit theatralischen Meisterleistungen gelang es Mussolini immer wieder, das Publikum in seinen Bann zu schlagen. Nicht minder eindrucksvoll als seine Worte waren seine Gestik und Körpersprache. Theatralisch waren auch die Denkmäler der Faschisten (Bild rechts unten).*













Der Duce war eine beliebte Zielscheibe der ausländischen Karikaturisten. 1937 nahm die sowjetische Künstlergruppe der Kukrinski Mussolinis «Neues Rom» auf Korn und machte den Vorschlag für ein Denkmal auf dem Foro Mussolini, das dem Forum Romanum nachgestaltet werden sollte. Der Diktator steht auf einem Gefängnisturm als Sockel.



(1937), der eine Parallele herstellte zwischen dem altrömischen Eroberer Karthagos und Mussolini, der eben erst Abessinien, einen anderen Teil Nordafrikas, erobert hatte. Gedreht wurde er in Rom, und bei der Uraufführung verwiesen Kritiker auf Anachronismen wie Telegrafentangen auf den Hügel und Armbanduhren an den Handgelenken römischer Legionäre.

Die Eroberung von Abessinien war auch Thema von *Luciano Serra Pilota* (1938), einem Film, in dem es um die angeborene Flugleidenschaft ging, die sich vom Vater auf den Sohn vererbt hatte; der Vater verlor in Abessinien das Leben, als er dort als Flieger seinen Sohn retten wollte. 1940 folgte *Die Belagerung des Alcazar*, ein Film, in dem die italienische Beteiligung am Spanischen Bürgerkrieg gross herausgestellt wurde. Als im Verlauf des Zweiten Weltkriegs die Lage für Italien immer prekärer wurde, drehte man einen Film, der weniger an die faschistischen als an die patriotischen Gefühle appellierte, *Uomo del Croce* (*Der Mann des Kreuzes*), in dem es um einen italienischen Priester an der Ostfront ging, der sein Kreuz gegen ein Gewehr eintauschte, um Seite an Seite mit den Schwarzhemden gegen die Sowjets zu kämpfen.

Geschickter ging man propagandistisch mit dem Rundfunk um. Er konnte zentral kontrolliert und zur Verbreitung der Meldungen der regierungsamtlichen Presseagentur Stefani gezwungen werden, die allein Auslandsmeldungen bringen konnte, weil sie das Monopol der Verbindung zu ausländischen Presseagenturen wie Reuters und Associated Press besass. Mussolini selbst benutzte zwar den Rundfunk kaum zur Verbreitung von im Studio aufgenommenen Reden, da er wie Hitler lieber sich direkt an sein Publikum wandte, aber er erkannte, dass dank dieses Mediums seine Reden in ganz Italien gehört werden konnten. Sein selbsterklärtes Ziel war es, «in jedem Haushalt einen Rundfunkempfänger zu sehen». Also wurde ein billiges Gerät namens *Balilla* auf den Markt gebracht. Es kostete 430 Lire, die man in 18 Monatsraten bezahlen konnte. Die Aktion war durchaus erfolgreich. 1927 gab es 40'000 Hörer der *Ente Italiano Audizione Radiofonica*; 1939 waren es 1'170'000. Für eine Bevölkerung von 43 Millionen war das freilich wenig im Vergleich mit den 12'500'000 Rundfunkempfängern, die es im gleichen Jahr in Deutschland gab. Erst 1937 wurde im Ministerium für Volkskultur ein Rundfunkinspektorat eingerichtet. Von Deutschland übernahmen die Faschisten die Einrichtung von Gemeinschaftsempfängern in den Sälen und Erholungszentren, in denen sich die Landbevölkerung am Abend einzufinden pflegte und wo sie die amtlichen Nachrichten hören konnte. Lautsprecher wurden auch auf öffentlichen Plätzen und vor den Büros der Lokalbehörden angebracht.

Ausgiebig nutzten die Faschisten den Rundfunk für die Beeinflussung der Jugend. Das «*Giornalino del Fanciullo*» («Kleine Kinderzeitung») sendete Geschichten, Gedichte, Lieder, Gottesdienste und dazwischen Berichte über die Taten Mussolinis und anderer italienischer Helden. Für die Landbevölkerung bestimmt war das *Ente Radio Rurale*, das Neuigkeiten aus der Landwirtschaft und Ratschläge für die Bauern verbreitete.

Die grösste Leistung des faschistischen Rundfunks diente der Vorbereitung der Invasion in Abessinien. Kurz vor dem Einmarsch, im Oktober 1935, organisierte die faschistische Partei in ganz Italien Massenveranstaltungen; in allen Städten und Dörfern erschollen Lieder, Musikkapellen, Sirenen und patriotische Reden der jeweiligen faschistischen Führer.

Als schätzungsweise 20 Millionen Menschen versammelt waren, verkündete über Rundfunklautsprecher die Stimme des Duce, dass auch Italien «seinen Platz an der Sonne» beanspruche. Auf Tausenden von Plätzen erweckte seine Stimme eine patriotische Massenhysterie, und alle schrien ihre Zustimmung heraus – wie fünfzehn Jahre früher d’Annunzio die Bevölkerung des Städtchens Fiume zu einer wahren Raserei aufgeputscht hatte. Danach konnten die Faschisten behaupten, dass diese einstimmige Akklamation einer Volksabstimmung gleichkäme und der Duce nur den Willen des Volkes vollstrecke.

Nach dem italienischen Sieg in Abessinien trat am 9. Mai 1936 Mussolini auf den Balkon des Palazzo Venezia, um die Gründung eines neuen italienischen Reiches unter Vittorio Emanuele III. zu verkünden, der jetzt als König Stil und Würde eines Kaisers annehmen werde. Rom sei wiedergeboren. Rundfunkgeräte und Lautsprecher verbreiteten die Worte des Duce in ganz Italien. Er rief: «Das italienische Volk hat das Reich mit seinem eigenen Blut geschaffen. Die Italiener werden es mit ihrer Arbeit stützen und gegen jeden Angreifer mit der Waffe in der Hand verteidigen. In dieser Sicherheit erhebt Eure Standarten, meine Legionäre, Eure Waffen und Eure Herzen, um nach fünfzehn Jahrhunderten die Wiedererstehung unseres Reiches auf den schicksalhaften Hügeln Roms zu begrüßen! Seid Ihr nicht dessen würdig?»

Eine andere Propagandaform der faschistischen Zeit war die Veranstaltung von gewaltigen Ausstellungen. Deren grösste war die *Mostra della Rivoluzione Fascista* (Schau der faschistischen Revolution), die anlässlich des zehnten Jahrestags der Machtergreifung in Rom organisiert wurde. In einem grossen Gebäude sah man Ausstellungsstücke aus den Jahren 1914-22, darunter die blutverschmierten Uniformen und Orden der Männer, die beim Marsch auf Rom gefallen waren. Ausserdem gab es ein «sacrarium», eine Gedächtniskapelle für die gefallenen Faschisten. Verstärkt wurde die quasi-religiöse Atmosphäre durch ein grosses Kreuz im Mittelpunkt eines Halbkreises mit den Worten «Per la Patria Immortale» und «Presente! Presente!» (etwa «unsere Toten sind noch bei uns»). Durch verbilligte Fahrpreise und von den faschistischen Lokalbehörden organisierte kostenlose Aufenthalte wurden Millionen von Italienern aus dem ganzen Land in die Ausstellung gelockt.

Führende italienische Künstler entwarfen für den Duce Plakate. Der bedeutendste unter ihnen war Gino Boccasile, der faschistische Themen veranschaulichte: den Mut der Schwarzhemden gegenüber den Alliierten, den Antisemitismus und die Darstellung der feindlichen Soldaten als Barbaren.

Hervorragend verstanden es die Faschisten, Schlagworte zu prägen; darin übertrafen sie sogar die Nationalsozialisten. Als früherer Journalist kannte Mussolini die Macht des geschriebenen Wortes und verfasste auch selbst Slogans. Man sah sie überall in Italien: «Wer Stahl hat, hat auch Brot», «Krieg ist für den Mann, was die Geburt für die Frau ist», «Alles im Staat, nichts ausserhalb des Staates, nichts gegen den Staat», «Der Faschist glaubt nicht an den ewigen Frieden», «Ohne Blutvergiessen ist nichts in der Geschichte erreicht worden», «Recht ohne Macht ist nutzlos», «Der Pflug zieht die Furche, aber das Schwert verteidigt sie». Der berühmteste Slogan lautete: «*Mussolini ha sempre ragione!*» («Mussolini hat immer recht!»).

Diese Manie für Schlagworte kommentierte Hitler bissig, als er 1938 zu einem Staatsbesuch nach Italien kam. Der ihn begleitende Albert Speer

*Ausserhalb Italiens liessen sich nur wenige Beobachter durch Mussolinis bombastisches Gerede über die Achse Berlin-Rom täuschen. Man erkannte, dass Mussolini inzwischen nur noch ein Lakai Hitlers war, und als solchen stellte ihn 1936 der sowjetische Karikaturist Boris Efimow dar.*





Oben: Eine englische Parodie in Form einer Briefmarke machte aus Mussolinis Schlagwort «Zwei Völker – ein Krieg» den Slogan «Zwei Völker – ein Führer». Unten: Wie zwei Filmstars führen Hitler und Mussolini durch die Strassen Berlins, die von dem renommierten Bühnenbildner Benno von Arendt geschmückt worden waren. Hier eine sehr boshafte Karikatur. Rechte Seite oben: Hitler und Mussolini auf der Fahrt durch Rom. Rechte Seite unten: Eine entsprechende Szene aus Chaplins Film Der grosse Diktator (1940).



schrieb später in seinen Memoiren, dass Hitler von den überall mit Schlagworten gepflasterten Mauern nicht im mindesten beeindruckt war. «Wir brauchen das nicht», meinte er, «das deutsche Volk ist hart genug, wenn es zum Krieg kommt. Diese Art der Propaganda mag für Italien richtig sein. Ob sie etwas bewirkt, sei dahingestellt.» Hitler wusste wenig über andere Länder und Völker, und sein Kommentar sagt mehr über ihn und sein übersteigertes Selbstbewusstsein als über die italienische Propaganda aus. Diese wurde von Menschen gemacht, die ihre Landsleute genau kannten.

Während Hitlers Besuch geriet Mussolini völlig in den Bann seines mächtigeren Diktator-Kollegen. Kennengelernt hatte er Hitler 1934 in Venedig. Damals hatte er ihn nicht sehr beeindruckt, und zu *Mein Kampf* sagte der Duce, es sei ein langweiliges Buch, das er nie habe lesen können. Aber als 1936 Hitler seine Macht konsolidiert hatte und den italienischen Einmarsch in Abessinien unterstützte, änderte der Duce seine Meinung. In diesem Jahr bezeichnete er bei einer Rede in Mailand das Bündnis Berlin-Rom als «eine Achse, um die sich alle europäischen Staaten drehen können, die Zusammenarbeit und Frieden wünschen».

Bei einem Besuch in Deutschland im September 1937 war Mussolini tief von der deutschen Armee beeindruckt, die vor ihm und dem Führer vorbeimarschierte. Bei diesem Anlass sagte er zu Ciano: «Wir müssen die Italiener härter, verbissener, bissiger, preussischer machen.» Zu diesem Zweck führte er den preussischen Stechschritt in der italienischen Armee ein, sei doch dieser «stark, selbstsicher, unerbittlich» und mache «jeden Marsch zu einer Eroberung»; zudem sei er so anstrengend, dass «ein träger oder schwacher Mensch ihn nicht auszuführen vermag». Dem italienischen König, der alles andere als deutschenfreundlich war, gefiel das ganz und gar nicht. Aber Mussolini wischte seine Einwände beiseite und befahl, den deutschen Stechschritt in Italien *inpasso romano* umzubenennen.

Mussolini wünschte, dass Hitler bei seinem Gegenbesuch in Italien ebenso beeindruckt werden sollte, wie er es in Deutschland gewesen war. Die Vorbereitungen begannen schon ein halbes Jahr früher, und Mussolini opferte viele Stunden, um die geplanten Militärparaden abzunehmen und bis ins Detail zu regeln. Prächtig geschmückt werden sollten die Strassen, um Hitler einen gebührenden Empfang zu bereiten. Obleich sich einige römische Geschäftsleute weigerten, in ihre Schau-fenster Hitlerbilder zu stellen, war doch der deutsche Diktator recht beeindruckt. Italien war zwar nach seiner Meinung militärisch nicht besonders stark, aber doch ein Verbündeter, den er nicht verlieren wollte.

Ernsthafter und unheilvoller war der Antisemitismus, den Mussolini nach deutschem Vorbild Ende der dreissiger Jahre einführte. Bis 1938 hatte er jede antisemitische Aktion entrüstet abgelehnt. Aber jetzt, da er den «eisernen Pakt» mit Hitler geschlossen hatte, wurde offiziell eine antisemitische Politik eingeschlagen. Zwar gab es nur etwa 50'000 Juden in Italien, und das Volk war kaum judenfeindlich. Dennoch erliess das faschistische Regime Weisungen nach deutschem Vorbild, nach denen das italienische Volk reinrassig war und die Juden nicht zu diesem Volk gehörten, wie lange auch ihre Familien bereits in Italien ansässig waren. Man veröffentlichte rassistische Zeitschriften wie *La Difesa della Razza* (Die Verteidigung der Rasse) und hielt Vorträge über Themen wie «Die Bewahrung der rassistischen Reinheit», «Die Gefahr von rassistischen Mischehen», «Die Reinheit der italienischen Rasse seit der Römerzeit»,







*Nach Mussolinis Deutschlandbesuch 1937 wurde der italienischen Armee befohlen, den in «passo romano» umbenannten preussischen Stechschritt zu übernehmen, der nach Mussolinis Worten die Entschlossenheit und Kraft der Jugend symbolisierte und nichts für Faulpelze und Schwächlinge war. Dennoch wurden die italienischen Soldaten in Filmen wie Billy Wilders Five Graves to Cairo als Feiglinge lächerlich gemacht.*



«Die Juden und die moderne Kultur». Behandelt wurden diese Themen auch im Rundfunk und in der Presse, und einige der Vorträge wurden in Buchform für den Schulgebrauch veröffentlicht. Gesetzlich verboten wurde die Aufnahme von Juden in die Schulen und ihre Niederlassung in Italien. Später wurde den Italienern verboten, Juden zu heiraten, und die Armee stiess alle Juden aus. Aber noch so viel Propaganda konnte in einem Land, das wahrscheinlich weniger jüdenfeindlich war als jedes andere europäische Land, keinen richtigen Antisemitismus ins Leben rufen. Als der Krieg ausbrach, wurde viel Energie, die man anderweitig hätte nützlicher einsetzen können, für dieses fruchtlose Bemühen aufgewandt.

Einerseits bemühte sich die faschistische Propaganda, die Italiener zu einem kriegertischen Volk zu machen, das so tapfer sein sollte, wie es die Legionäre des alten Römerreichs gewesen waren, und andererseits wollte man die Kriegsgegner als feige und moralisch verkommen hinstellen. Ende der dreissiger Jahre war Mussolini zur Überzeugung gelangt, dass sich vor allem Grossbritannien seinen expansionistischen Gelüsten widersetzen werde. 1936 hatten die Briten alles getan, um ihn vom Einmarsch in Abessinien abzuhalten, und die vom Völkerbund gegen Italien verhängten Wirtschaftssanktionen unterstützt. Dass diese erfolglos blieben, lieferte Mussolini den von ihm erwünschten Vorwand, um den italienischen Nationalismus noch stärker zu schüren. Er behauptete, der italienische Sieg in Eritrea beweise, dass die britische Herrschaft über das Mittelmeer zu Ende sei. Vorbei seien die Blütezeiten des Kolonialismus, als Männer wie Rhodes, Kitchener und Lord Roberts das Britische Empire gross gemacht hätten. Jetzt werde England von gewinnsüchtigen Businessmen regiert, deren einzige Waffe der Regenschirm sei. Italien werde die Engländer aus Nordafrika und dem Mittelmeergebiet vertreiben.

Mit welcher Gehässigkeit man sich gegen Grossbritannien wandte, zeigt ein Aufsatz, der im Januar 1938 in der faschistischen Zeitschrift *Gerarchia* erschien:

«Engländer sind unfähig, grosse Ideen zu begreifen, und verabscheuen alles Theoretische und Abstrakte... Ihnen fehlt es an echter Intelligenz... Getrieben werden sie nur durch materielle Beweggründe und auf unmittelbaren Erfolg gerichtete Interessen... Um des persönlichen Vorteils willen verhalten sie sich oft widersprüchlich und absurd... Ihr Land ist ohne Literatur, Kunst und Musik... Echte Gelehrsamkeit wird in England lächerlich gemacht, und nie unterhält man sich über intellektuelle Themen... Nur die schiere Dummheit John Bulls und die Unterwürfigkeit offizieller Schreiberlinge konnten je glauben machen, dass ein so chaotischer Zusammenschluss wie das Britische Empire dem Reich des alten Rom gleichen könnte...»

Neben Journalisten wurden bedeutende Biologen und Anthropologen angeheuert, um darzulegen, dass die angelsächsische Rasse verweichlicht und degeneriert sei. Unmittelbar vor dem Zweiten Weltkrieg stellten die Faschisten die angelsächsische Gesellschaft als ausschliesslich vom «Gold» regiert dar. Ihre Schlagworte spielten auf die bevorstehende Auseinandersetzung zwischen dem Gold (den bürgerlichen Demokratien) und der Arbeit (den «proletarischen» Achsenmächten) an. Es wurde behauptet, die westlichen Plutokratien könnten ihre Herrschaft in der Welt nur durch Gold aufrechterhalten, denn auf allen anderen Gebieten seien sie unterlegen. Mit

ihrem Gold wollten sie jetzt aber auch die neuen, jungen und lebenskräftigen Gesellschaften erdrosseln, die in Deutschland und Italien entstanden waren und deren Stärke nicht in Gold, sondern in der Arbeit liege. Der Duce wurde als «Schöpfer der Zivilisation der Arbeit» gefeiert. Wenn es zur Auseinandersetzung käme, würden die arbeitenden Völker siegen, denn Arbeit sei der höchste, edelste und geistigste Ausdruck des Lebens.

Als die internationalen Spannungen wuchsen, mussten die Italiener immer mehr von dieser englandfeindlichen Propaganda schlucken. Der Journalist Ermanno Amicucci behauptete sogar: «Dank des Heldentums unserer Soldaten wird es dem Gold nicht gelingen, die Arbeit zu unterjochen – in einem heiligen Krieg gegen den Sklavenhalter, das Gold, und den erbitterten Egoismus unseres Erbfeindes, des Britischen Empires, das jahrhundertlang vom Blut und Schweiß anderer profitiert hat.» Man beschuldigte die Engländer jeden Lasters und aller Bosheit. Sie bezögen ihre Kraft nicht nur aus der Verehrung Mammons, sondern auch aus so perversen Süchten wie Psychoanalyse und Spiritismus, Fünfuhrtee, Golf (dem «mittelmeerfeindlichen Sport») und sogar aus der unmännlichen Gewohnheit, sich täglich zu rasieren. Man wollte den Italienern weismachen, dass an den höheren Schulen in England junge Mädchen ge- und verkauft würden; Hauptkäufer seien anglikanische Bischöfe und Parlamentsmitglieder. Der Historiker Alessandro Luzzio verkündete, die Engländer seien ein Volk von Trunkenbolden, Drogensüchtigen und Homosexuellen; zum letztgenannten Laster würden sie durch «die vielen günstig im Hyde Park stehenden Gebüsch» ermutigt, aber auch durch die Hässlichkeit der Engländerinnen. Es gäbe in England sieben Millionen unverheiratete Frauen, deren sexuelle Frustration nur durch ein die Polygamie erlaubendes königliches Gesetz gemildert werden könne.

Was die Kampfkraft der Engländer angehe, so bestehe ihre Armee hauptsächlich aus indischen Söldnern und australischen Ex-Sträflingen, die eher meutern als im Regen paradieren würden und die alles unterbrächen, um den Fünfuhrtee zu trinken. Sogar der gewöhnlich gut informierte italienische Botschafter in London, Graf Grandi, unterstützte diesen Unsinn. Er unterrichtete seine Regierung, dass die englische Gardebrigade ihrem italienischen Gegenstück keine Sekunde trotzen könne. Er behauptete, die Engländer seien «ein Volk ohne jede kriegerischen Tugenden».

Aus diesen masslosen Ausfällen könnte man schliessen, dass die italienischen Propagandisten den Verstand verloren hätten und ihre Anwürfe keiner Antwort würdig gewesen seien. Aber dies sind nur einige wenige der Behauptungen über englische Dekadenz, die der bedeutende englische Historiker und Fachmann für das faschistische Italien, Professor Dennis Mack Smith, in seiner Arbeit über englandfeindliche Propaganda, *Inghilterra e Italia nel '900*, zusammengetragen hat.

Die potentiellen Alliierten Grossbritanniens, Frankreich und später die Vereinigten Staaten, wurden ähnlich, wenn auch weniger heftig, angegriffen. Frankreich mit seiner Volksfrontregierung stand nach faschistischer Lesart offenkundig unter der Herrschaft einer Fremdmacht, der Sowjets, und dürfe sich deshalb nicht mehr als souveränen Staat bezeichnen. Auch Frankreich sei durch zahllose moderne Laster verdorben – Empfängnisverhütung und niedere Geburtenrate, die sittenlosen Schriften von Marcel Proust und André Gide, durch Pernod, kurze Badehosen, Dauerwellen. Bei den ersten

*Der Text auf diesem italienischen Plakat lautet: «Deutschland ist Euer wahrer Freund.» Nach Mussolinis Sturz schickte Hitler sofort Truppen nach Italien, um das verbündete Land zu besetzen, doch nach zähem Widerstand wurden die Deutschen 1945 besiegt. Die kriegsmüden Italiener begrüßten die alliierten Truppen als Befreier.*





Die sowjetische Künstlergruppe der Kukriniksi, die schon 1936 Hitler im Stehschritt mit dem italienischen Stiefel gezeigt hatte, stellte ihn nach der alliierten Invasion in Italien beim Versuch dar, seinen Fuss aus diesem Stiefel zu befreien. Hitlers Befehl an die deutschen Truppen in Italien, die Alliierten um jeden Preis südlich von Rom aufzuhalten, erwies sich als ein weiterer taktischer Fehler des Führers.

Schüssen würde Frankreich wie ein Kartenhaus zusammenfallen. Auch sei es unfähig, nordafrikanische Gebiete wie Tunesien zu verwalten, das sowieso «eine von französischen Bürokraten verwaltete italienische Provinz» sei.

Ähnlichen Angriffen ausgesetzt wurden die Vereinigten Staaten erst ab Frühjahr 1940, als die amerikanische Unterstützung für die westlichen Alliierten erkennbar wurde. Jetzt richteten sich Kurzwellensendungen von Radio Rom an die grosse italienische Gemeinde in den USA, um isolationistische Tendenzen zu verstärken. Roosevelt wurde beschuldigt, sein Land in einen Krieg zu treiben, der nur allen Amerikanern Leid und Unheil bringen würde.

Diese Art von Propaganda war in Friedenszeiten in den angelsächsischen Ländern einigermaßen erfolgreich, die nicht darauf reagierten, weil sie vollauf mit ihren wirtschaftlichen Problemen beschäftigt waren. Im Krieg jedoch zeigte sich, dass sie nicht nur sich verteidigen konnten, sondern mit ihren vorhandenen Waffen sogar in die Offensive gingen, und dadurch wurden die Dekadenz-Vorwürfe der Propaganda unglaublich. Die Italiener sind zynischer als die Deutschen, und sie hatten keinen Goebbels, der ihnen sagte, was sie zu denken hatten. In den ersten Wochen nach dem italienischen Kriegseintritt stellten die italienischen Zeitungen die lächerliche Behauptung auf, Italien besitze die totale Seeherrschaft im Mittelmeergebiet. Innerhalb von drei Tagen habe die italienische Luftwaffe die halbe englische Kriegsflotte versenkt und wende sich nun England zu, um die Royal Air Force am heimatlichen Himmel zu vernichten. Die erste Behauptung wurde bald durch die Schlacht bei Kap Matapan widerlegt, in der die englische Kriegsmarine den Italienern eine solche Abreibung verpasste, dass sich ihre Flotte im weiteren Verlauf des Krieges kaum ausserhalb der Heimatgewässer blicken liess. Bald klangen auch die faschistischen Berichte über die Schlacht um England und den italienischen Anteil an der Bombardierung Londons ebenso unglaubwürdig. Am 16. Januar 1941 behauptete *Il Tempo*: «London, das Bollwerk des britischen Kommerzes, steht in Flammen. Bald wird ganz England bis zum letzten Haus, zum letzten Baum, zum letzten Mann verbrannt sein.» Man prägte den Ausdruck *coventrizzare* nach der Stadt Coventry, deren Kathedrale durch deutsche Bomben zerstört worden war, und benutzte ihn, um die Vergeltung zu bezeichnen, die bald alle englischen Städte treffen werde. Dennoch schien sich die britische Luftwaffe dadurch nicht beeindruckt zu lassen und begann, norditalienische Städte nachts zu bombardieren und über ihnen immer grössere Bombenlasten abzuladen.

Die beste Propaganda der Welt kann militärische Niederlagen nicht aus der Welt schaffen. Hitlers schwerster Propagandafehler war es vermutlich, dass er Ende 1941 lauthals verkündete, die Sowjetunion sei geschlagen und der Krieg gewonnen. Selbst Goebbels konnte den Schaden dieser Behauptung nicht mehr ausbügeln. Je mehr Niederlagen die italienischen Truppen erlitten, die durch «dekadente» Engländer und Amerikaner an allen Fronten geschlagen wurden, und das italienische Reich in Afrika vor aller Augen zerbröckelte, desto mehr verloren die Italiener den Glauben an die Worte ihre Führung. Mussolini hatte im Verlauf des Krieges seine wachsende Zuversicht in das Bündnis mit Deutschland beteuert, doch das Volk wollte immer weniger von der italienisch-deutschen Allianz wissen. Bald waren die Deutschen verhasster als die Alliierten.



Als besonders wirksam erwies sich die alliierte Propaganda in Form von Flugblättern, die von Flugzeugen über Italien abgeworfen wurden. Die Engländer kamen auf den glänzenden Einfall, auf ihren Flugblättern den sakrosankten Namen Garibaldi zu verwenden. Garibaldi hatte einmal in einer berühmten Rede gesagt, Italiens Schicksal nach der Einigung werde stets mit dem Schicksal Englands verbunden bleiben. Das Flugblatt trug folgenden Text:

#### **DER FLUCH GARIBALDIS!**

Giuseppe Garibaldi, dessen Name von jedem freien Menschen der Welt verehrt wird, hat 1854 gesagt: «Sollte England je nach einem Bundesgenossen rufen, sei der Italiener verflucht, der dem Ruf nicht Folge leistet.» Benito Mussolini, der Euch unter das Joch Eures alten germanischen Feindes gebracht hat, hat diesen Fluch über Euch gebracht!

#### **DER FLUCH GARIBALDIS LASTET AUF EUCH!**

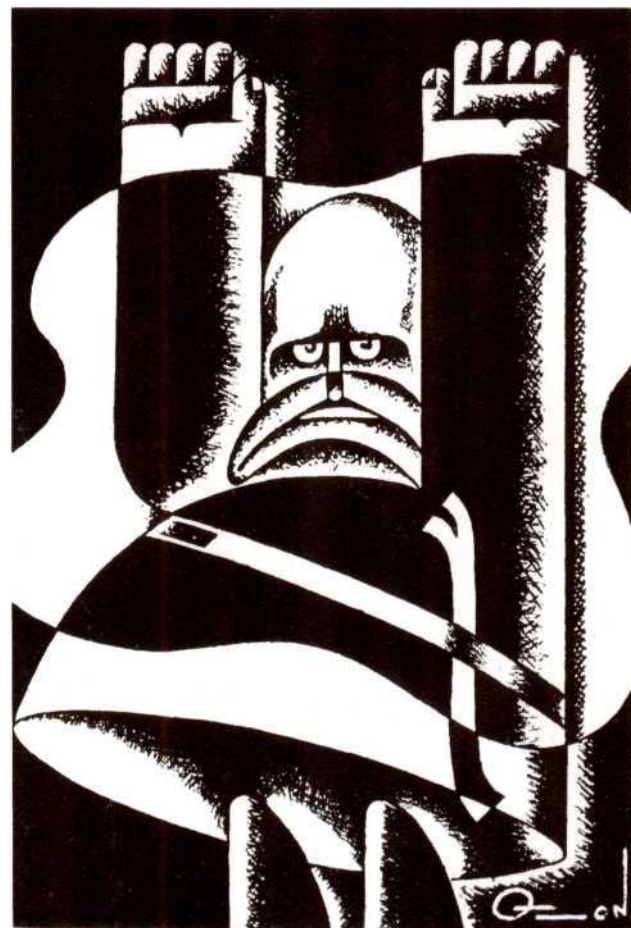
Der den Befehlen Hitlers gehorchende Benito Mussolini hat zu Euch gesagt, die Niederlage Frankreichs bedeute auch die Niederlage Englands. Aber Hitler konnte England nicht besiegen. Er hat im Krieg Euch deshalb auf seine Seite gebracht, damit die für Deutschland bestimmten englischen Bomben auf Euch herabfallen.

#### **JETZT TRIFFT EUCH DER FLUCH GARIBALDIS IN DER FORM VON BOMBEN!**

Darauf reagierten die italienischen Propagandisten mit Plakaten, die ein weit schlimmeres Schicksal als auf Italien fallende Bomben für den Fall verkündeten, dass die Angelsachsen den Krieg gewönnen – den Rückfall in die Barbarei. Ergänzt wurden die Darstellungen barbarischer Söldlinge in der englischen Armee nach dem Kriegseintritt der USA durch Boccasiles berühmtes Plakat, auf dem ein schwarzer amerikanischer Soldat die mit einem 2-Dollar-Preisschild versehene Marmorstatue der Venus von Milo wegschleppt. Die Botschaft lautete, dass die Amerikaner den kulturell höherstehenden Erdteil Europa plündern und zerstören würden. Ein anderes Plakat zeigte einen brutal aussehenden englischen Soldaten. Der bekannte italienische «Mama-Kult» wurde für ein rührseliges Plakat herangezogen, auf dem eine würdevolle italienische Bäuerin in Schwarz auf der Brust stolz den Tapferkeitsorden ihres gefallenen Sohnes trägt. «Verratet nicht meinen Sohn!», lautet ihr feierlicher Aufruf.

Für die für die USA bestimmte Propaganda bedienten sich die Faschisten des amerikanischen Dichters Ezra Pound, der Mussolini bewunderte und ein fanatischer Antisemit war. Er wandte sich zweimal wöchentlich über Kurzwelle von Radio Rom an die Amerikaner und verfasste auch Propagandatexte für die Faschisten. Manchmal griff er Roosevelt als «Kriegstreiber» an; in anderen Sendungen, bei denen er aus undurchsichtigen Gründen als «Dichter und Wirtschaftswissenschaftler» angekündigt wurde, forderte er eine Reform des Geldwesens, um die USA vor der Katastrophe zu bewahren. Manchmal las er eigene Gedichte vor oder sprach über befreundete Literaten (worauf natürlich die meisten Radiohörer abschalteten). Er behauptete, weniger gegen die derzeitigen Zustände als gegen ein System zu sein, «das einen Krieg nach dem anderen vom Zaun bricht». Er blieb bis zum Ende des Kriegs in Italien; dann wurde er von den amerikanischen Truppen

*Eine Mussolini-Karikatur des brasilianischen Künstlers José Ozon, 1944. Der Duce war bereits entmachtet und nach seiner Befreiung aus der Hand italienischer Partisanen nur noch eine machtlose Marionette Hitlers in Norditalien, wo er zum Schatten seiner selbst wurde.*





*Auf dieser 1943 entstandenen Mussolini-Karikatur der russischen Künstlergruppe der Kukriniksi wird sehr eindrucksvoll der Diktator dargestellt, der im Juli 1943 entmachtet worden war. Zwar beging ein hoher Faschistenführer Selbstmord, als er von Mussolinis Absetzung hörte, aber ansonsten war man eher erleichtert, und keine einzige Stimme erhob sich zu seinen Gunsten. Wenige Monate später meinte der Duce gegenüber einem Freund, das Volk hasse ihn als Verlierer ebenso sehr, wie es ihn als Sieger geliebt habe.*



gefasst und wegen Landesverrats verurteilt. Eine Untersuchung ergab, dass er geistesgestört war, und so wurde er in ein psychiatrisches Krankenhaus eingewiesen. Nach gebührender Wartezeit wurde er entlassen und starb in seiner italienischen Wahlheimat. Dies war eine der tristesten Propagandaepisoden des Zweiten Weltkriegs.

Im Kampf gegen die Sowjetunion riefen die faschistischen Propagandisten die Italiener dazu auf, an der Ostfront Seite an Seite mit der Waffen-SS zu kämpfen. Damit hatten sie guten Erfolg, solange die Deutschen in den heißen Sommermonaten vorrückten, aber die ersten Niederlagen im russischen Winter raubten den italienischen Legionären rasch alle Illusionen. Manche von ihnen wurden auch durch die gute Bezahlung in die Organisation Todt gelockt, in der technische Geschicklichkeit gefragt war. Auch sie wurden bald enttäuscht, als sie feststellen mussten, dass sie von den Deutschen als rassistisch minderwertig angesehen wurden.

Nach dem Sturz Mussolinis im Herbst 1943 bildeten Badoglio und einige faschistische Renegaden eine Interimsregierung. Einige Monate lang versuchten sie, den Anschein eines fortdauernden Bündnisses mit Deutschland aufrecht zu erhalten und die Alliierten als «barbarische Invasoren» zu brandmarken. Aber die Italiener waren jetzt kriegsmüde. Sie begrüßten die Alliierten nicht als Barbaren, weil dieses Propagandawort abgenutzt war, sondern als Befreier, und Badoglio wurde gezwungen, diesen Standpunkt zu übernehmen.

In der hier untersuchten Phase faschistischer Propaganda von 1922 bis 1945 sind Vergleiche zwischen faschistischen und nationalsozialistischen Methoden unvermeidlich, da beide Staaten ähnlich strukturiert waren. Obgleich die Faschisten fast doppelt so lang an der Macht waren – zwanzig Jahre im Vergleich zu den zwölf Jahren der Nazis –, kann man nicht sagen, dass sie ebenso erfolgreich waren. Massenveranstaltungen und gezielte Indoktrination durch die Medien gab es hier wie dort, aber alles in allem liess sich der realistischere Italiener weniger an der Nase herumführen. Im Vergleich mit der allumfassenden Propagandamaschinerie eines Goebbels' waren die italienischen Propagandamethoden dilettantisch, waren die Macher dieser Propaganda oft überraschend schlecht über andere Völker informiert und machten sich deshalb nicht selten lächerlich.



# GIOVENTÙ FASCISTA

**A.IX**  
**ERA FASCISTA**  
**ANNO 1:-N: 28**  
**27 SETTEMBRE**



**IL FASCISMO NON VI PROMETTE NE' ONORI NE' CARICHE NE' GUADAGNI MA IL DOVERE E IL COMBATTIMENTO**  
**MUSSOLINI**

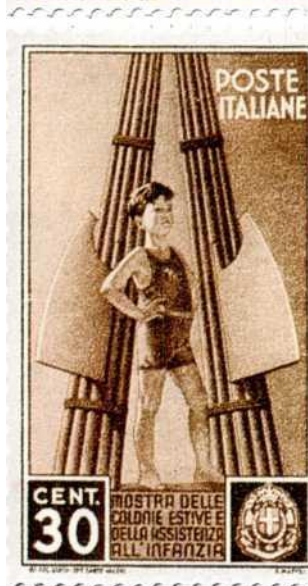
A. CANEVARI

*Titelblatt der faschistischen Jugendzeitschrift Gioventù fascista, 1930, Entwurf von A. Canevari.*





Sonderbriefmarke zur Sommerausstellung für Kinderwohlfahrt, 28. Juni 1937.



Oben und unten links: Drei weitere Kinderwohlfahrts-Sondermarken.

Unten rechts: Sonderbriefmarke anlässlich der Errichtung von Italienisch-Ostafrika, 1938.





Alliierte Parodie der links unten gezeigten Briefmarke mit dem abgeänderten Slogan «Zwei Völker – ein Führer».

Drei Briefmarken zum Preis der Achse Berlin-Rom, zwei davon mit dem Slogan «Zwei Völker – ein Krieg», 1940 und 1941.



# X<sup>a</sup> FLOTTIGLIA MAS

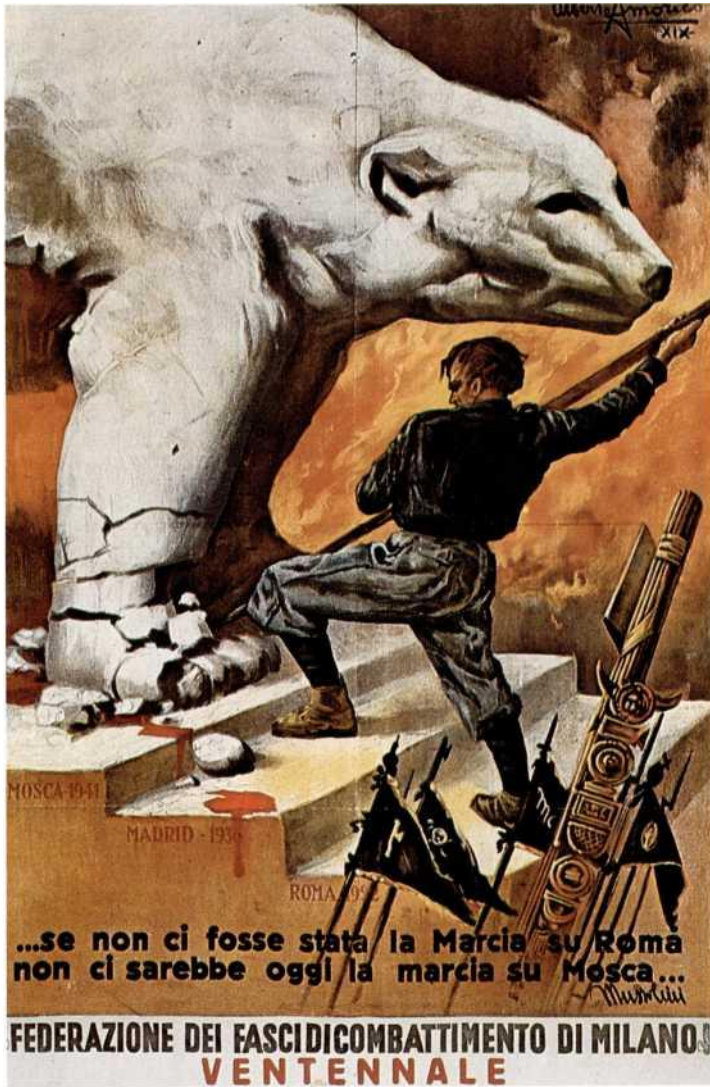
## SERVIZIO AUSILIARIO



CENTRI DI ARRUOLAMENTO - X<sup>a</sup> FLOTTIGLIA, MAS

*Aufruf zum Hilfsdienst  
in der X. Flottiglia MAS.*





«Ohne den Marsch auf Rom gäbe es heute keinen Marsch auf Moskau», Plakat von Alberto Amorico, 1942.



«Alles und alle für den Sieg», Plakat von 1941.



«Zeichnet Schuldverschreibungen der Bank von Rom!», Plakat von A. Capitani, 1942.



«Melde Dich zur italienischen SS-Legion», Plakat von Gino Boccasile, um 1943.





Englandfeindliche Postkarten von A. Bertiglia, um 1941.



# NOTIZIE DA ROMA

VE LE MANDA LA FEDERAZIONE FASCISTA DELL'URBE

**Non è soltanto con l'oro che si vincono le guerre. Oltre all'oro è più importante la volontà e ancora più importante il coraggio.**



## SPAZIO VITALE

L'unità economica, l'omogeneità politica, la collaborazione spirituale e sociale europee che l'Inghilterra era sempre riuscita ad impedire, con la marcia vittoriosa dell'Asse diventano di giorno in giorno realtà splendide. Alle porte dell'Europa, verso l'Asia, si sta costituendo un immenso

spazio destinato a servire come territorio di colonizzazione, di investimenti, di produzione per le eccedenze demografiche ed economiche continentali.

Per tale spazio, ricchissimo di risorse minerarie, agricole, zoologiche, forestali la nuova Europa si renderà del tutto indipendente nei

confronti degli altri continenti. E l'America del Nord, che attraverso il bolscevismo e l'aiuto interessato presta all'Inghilterra la leva appropriarsi di queste ricchezze costringendo alla fame e alla servitù tutti i popoli della Europa, sarà la prima a scontare la nuova situazione di fatto creata dalla illuminata volontà del due Condottieri, il Duce e il Fuehrer, dall'eroismo dei popoli italiano e germanico e loro alleati.

## Qual'è quel Paese..?

Qual'è quel Paese dove la base della Nazione non è la famiglia, ma... il divorzio?  
Gli Stati Uniti d'America.

Dove è in uso la rapina e l'uccisione dei bambini a scopo di ricatto?  
Gli Stati Uniti d'America.

Dove l'alcoolismo è una... istituzione?  
Dove lo Stato non è nelle mani del Capo, ma della di lui moglie?

Dove la Presidentessa fa la sguattera dell'ebraismo imperante e il Presidente il ragazzo dell'ascensore...?

Dove la polizia fa a mezzo con i gangsters? Dove si sovvenzionava il comunismo russo, la barbarie tartara, la delinquenza serba - facendo in questo concorrenza all'Inghilterra - per rendere schiavi i popoli del lavoro, del genio e dell'arte, i veri «civilizzatori», e cioè l'italiano, il germanico e il giapponese? Dove la fame di oro e di lusso è tale che non basta più il continente americano e si vuole impadronirsi dell'Europa, dell'Asia e dell'Africa? Dove si vuol dichiarare la guerra alla... Finlandia? Dove si ignorano la storia, la luce, la verità di Roma?

Gli Stati Uniti, sempre gli Stati Uniti. E questa gente vorrebbe dettar legge proprio a noi.

Ma la storia non è fatta dai gangsters, nè da Giuda, nè dalla coppia Roosevelt, nè da Churchill, da Stalin ecc.: è fatta dai popoli che credono nella giustizia di Dio e nel Suo nome combattono.

## Certe benedizioni No, non lo faranno

Durante un banchetto di 37 portate - che razza di comunismo! - Stalin ha invocato la benedizione di Dio sul capo di Roosevelt.

Dio pronunciato dalla bocca di Stalin? Questi sono scherzi del diavolo.

Stalin è furibondo: lo fanno o no gli inglesi? lo sbarco sul Continente europeo? E' proprio rimbambito questo svaligiatore di diligenza: non sa ancora che gli inglesi sono specialisti in "reimbarchi"...



I convogli di Roosevelt verso la tragica meta





Antiamerikanisches Plakat von Gino Boccasile zum Thema «Kulturbarbarei», um 1942.





Antisemitisches Plakat von Gino Boccasile mit dem Klischee des jüdischen Bolschewisten, um 1942.





»Arbeiter, baut das Vaterland wieder auf!«,  
Plakat von 1943.



»Gutes Blut verleugnet sich nicht!«,  
Plakat von 1944.





«Italienische Arbeiter, meldet Euch! Grossdeutschland wird Euch schützen», deutsches Plakat für Italien, 1943.





«Brot und Wohlfahrt gibt Euch die Organisation Todt», deutsches Plakat für Italien, 1944.