
BACHELORARBEIT

Lukas Hemmelskamp

Umgang mit Medien im Dritten Reich

**Medien- und Propaganda-
strategien der national-
sozialistischen Regierung**

2017

BACHELORARBEIT

Umgang mit Medien im Dritten Reich

Medien- und Propaganda- strategien der national- sozialistischen Regierung

Autor:
Herr Lukas Hemmelskamp

Studiengang:
Film und Fernsehen

Seminargruppe:
FF14wS3-B

Erstprüfer:
Prof. Susanne Günther

Zweitprüfer:
Dr. phil. Verena Jahn

Einreichung:
Mittweida, 05.06.2017

BACHELOR THESIS

The handling with media in the Third Reich

Media- and propaganda strategies of the national socialist government

author:
Mr. Lukas Hemmelskamp

course of studies:
Film and Television

seminar group:
FF14wS3-B

first examiner:
Prof. Susanne Günther

second examiner:
Dr. phil. Verena Jahn

submission:
Mittweida, 05.06.2017

Bibliografische Angaben

Hemmelskamp, Lukas:

Umgang mit Medien im Dritten Reich – Medien- und Propagandastrategien der nationalsozialistischen Regierung

The handling with media in The Third Reich – Media- and propaganda strategies of the national socialist government

51 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Die vorliegende Arbeit untersucht und analysiert Medien- und Propagandastrategien im Zeitraum des Dritten Reiches. Hierzu werden die drei Medienkanäle Print, Hörfunk und Fernsehen herangezogen. Ziel dieser Arbeit ist es, Taktiken zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch die nationalsozialistische Regierung aufzuzeigen sowie Unterschiede im Umgang mit den verschiedenen Medien herauszuarbeiten. Die Untersuchung exemplarischer Beispiele der einzelnen Kanäle unterstützt dabei die Aufstellung unterschiedlicher Hypothesen und bekräftigt diese. In dieser Arbeit wird in erster Linie die Gewichtung indirekter, unterbewusster Beeinflussung in der nationalsozialistischen Propaganda deutlich. Neben diesem Ergebnis werden die Aufgabenrollen der einzelnen Medien festgestellt und die Hintergründe dieser Rollen erläutert.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
1.1 Hinführung zur Thematik	1
1.2 Fragestellung und Vorgehensweise	2
2 Theoretische Rahmenbedingungen	3
2.1 Die NS-Ideologie und ihre Propaganda	3
2.2 Umgang mit Medien im Dritten Reich	7
3 Printmedien und Strategien im Dritten Reich	9
3.1 Printmedien und Inhalte	9
3.2 Strategieanalyse und Ziele	18
4 Hörfunk und Strategien im Dritten Reich	24
4.1 Hörfunk und Inhalte	24
4.2 Strategieanalyse und Ziele	30
5 Fernsehen und Strategien im Dritten Reich	37
5.1 Fernsehen und Inhalte	37
5.2 Strategieanalyse und Ziele	41
6 Schlussbetrachtung	47
Literaturverzeichnis	IX
Eigenständigkeitserklärung	XIII

Abkürzungsverzeichnis

- NSDAP – Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
- NS – Nationalsozialismus
- RMVP – Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda
- SPD – Sozialdemokratische Partei Deutschlands
- KPD – Kommunistische Partei Deutschlands
- VB – Völkischer Beobachter
- NSV – Nationalsozialistische Volkswohlfahrt
- UFA – Universal Film AG

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Titelseite des „Völkischen Beobachters“ vom Mai 1933.....	14
Abbildung 2: Titelseite der Wochenzeitung „Das Reich“ von 1943	15
Abbildung 3: Plakat für die Nationalsozialistische Volkswohlfahrt (NSV)	16
Abbildung 4: Antisowjetisches Propagandaplakat, um 1944	17

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Tages- und Wochenzeitungen mit täglicher Druckauflage11

Tabelle 2: Jährliche Auflage des „Völkischen Beobachters“ von 1933 - 1941 ..13

1 Einleitung

1.1 Hinführung zur Thematik

Als Zeitraum des Dritten Reiches ist die diktatorische Herrschaft Adolf Hitlers beginnend mit der Machtergreifung der NSDAP und der Ernennung Hitlers zum Reichskanzler am 30. Januar 1933¹ bis zum 30. April 1945 mit dem Selbstmord Hitlers² zu bezeichnen.

In der Fachliteratur befassten sich bereits zahlreiche Arbeiten mit dieser Zeit. Ein besonderer Aspekt in diesem Zusammenhang spielt dabei seit jeher die Volkspropaganda, welche vermutlich durch keine historische Epoche so geprägt wurde, wie durch die der Herrschaft der Nationalsozialisten in Deutschland. Die Möglichkeiten der Propaganda wurden dabei in jeglichen medialen Kanälen genutzt. Die Bekanntesten bilden dabei die Printmedien und der, in dieser Zeit stetig weiterentwickelte, Hörfunk.

Der Begriff Propaganda bzw. Volkspropaganda verbindet sich mit vielen Vorstellungen und Klischees. Noch heute denken wahrscheinlich viele Menschen, wenn sie das Wort Medienpropaganda hören, an hetzerischen Reden von Hitler, welche über den Volksempfänger durch die deutschen Haushalte hallten.

Inwieweit diese Vorstellungen zu den tatsächlichen Strategien der nationalsozialistischen Regierung passen, ist zunächst zu erörtern. Klar ist, dass der Propagandaapparat der Regierung Hitlers viele Facetten umfasste und mit Joseph Goebbels als Propagandaminister detailliert geplant und dauerhaft überarbeitet wurde. Die genauen Ziele und Strategien der Nationalsozialisten sind allerdings nicht immer deutlich und zeigen in den jeweiligen Medien deutliche Unterschiede auf.

¹ Vgl. (Hildebrand, 2012, S. 7)

² Vgl. Ebd., S. 142

1.2 Fragestellung und Vorgehensweise

Diese Arbeit soll sich mit der nationalsozialistischen Propaganda des Dritten Reiches im Zeitraum von 1933 bis 1945 befassen. Der Umgang mit den Medien sowie die einzelnen Medienkanäle Print, Hörfunk und Fernsehen werden dabei untersucht und zusammengefasst. Daraufhin können die Strategien der NS-Regierung zur Beeinflussung der Bevölkerung und der öffentlichen Meinung analysiert werden. Mit der Schlussbetrachtung soll abschließend die Forschungsfrage beantwortet werden: Inwieweit wurden Medien- bzw. Propagandastrategien im Dritten Reich eingesetzt, um die Meinung der deutschen Bevölkerung zu beeinflussen?

Um diese Frage analytisch beantworten zu können, muss zunächst ein grober Überblick über die NS-Ideologie geschaffen und der Umgang mit den Medien ab dem Zeitpunkt der Machtergreifung 1933 geschildert werden. Beide Abschnitte begrenzen sich auf eine zusammenfassende Darstellung, um im formalen Rahmen der Arbeit bleiben zu können. Daran schließen sich die einzelnen Betrachtungen der Medien in den jeweiligen Kapiteln an.

Für die Strategieanalyse der Medien- bzw. Propagandastrategien wurden die drei Medienkanäle Print, Hörfunk und Fernsehen herangezogen. In ihnen wird einzeln ihre Organisation sowie die inhaltlichen Aspekte mit exemplarischen Beispielen betrachtet und erläutert. Als darauffolgenden Schritt können die Ziele und Strategien der Nationalsozialisten erarbeitet und analysiert werden. Da diese im Zeitraum bis 1945 unterschiedlichen Situationen und Parametern ausgesetzt waren, werden die einzelnen Wandlungen und Änderungen chronologisch dargestellt.

Zuletzt zieht der Autor in seiner Schlussbetrachtung ein Fazit, um die gestellte Forschungsfrage zu beantworten. Dabei können mögliche Unterschiede zwischen den einzelnen Medien sowie den Erwartungen des Autors und dem Forschungsergebnis aufgezeigt bzw. erläutert werden.

2 Theoretische Rahmenbedingungen

2.1 Die NS-Ideologie und ihre Propaganda

„Die nationalistische Ideologie basierte auf Ideen des 19. Jahrhunderts, entwickelte sich aber auch als Reaktion auf die liberalen und parlamentarischen Errungenschaften des 20. Jahrhunderts weiter.“³ Diese Ideen übernahmen die Nationalsozialisten in Deutschland in ihrer extremsten Form. Zum klaren Ausdruck kommen die einzelnen Punkte dabei unter anderem in Adolf Hitlers Buch „Mein Kampf“.⁴ Die nationalsozialistische Ideologie Hitlers und der NSDAP ist daher in einzelne Elemente zu unterteilen.

Als einer der ersten und wichtigsten Punkte ist „Hitlers manische Fixierung auf die Rassenfrage“⁵ zu nennen. Diese lässt sich wiederum als Rassenlehre beschreiben und unterteilt Menschen aufgrund ihrer erblichen Merkmale in hochwertige und minderwertige Rassen ein.⁶

Die nordisch-arische Rasse stellte dabei die hochwertigsten aller Menschen dar, während Juden sowie Sinti und Roma als minderwertige Rasse klassifiziert wurden.⁷ „Hitler ging von der Schädlichkeit jeder ‚Vermischung‘ zwischen höheren und niedrigeren Rassen aus.“⁸ In „Mein Kampf“ beschreibt er die vermeintlichen Möglichkeiten einer strikten Verhinderung von „Rassenvermischung“: „Ein Staat, der im Zeitalter der Rassenvergiftung sich der Pflege seiner besten rassischen Elemente widmet, muss eines Tages zum Herren der Erde werden.“⁹

Einhergehend mit diesem Grundsatz der Ideologie kommt die Elitenvorstellung der eigenen Rasse und der Reinheit dieser. Nach der Meinung der Nationalso-

³ (Stapelberg & Aichinger, S. 1)

⁴ Vgl. (Bauer, 2008, S. 105f)

⁵ (Bauer, 2008, S. 107)

⁶ Vgl. (Stapelberg & Aichinger, S. 2)

⁷ Vgl. Ebd.

⁸ (Bauer, 2008, S. 107)

⁹ Zitiert nach Ebd., S. 9

zialisten würden die Deutschen der „germanisch-nordischen Herrenrasse (Arier) angehören.“¹⁰ Da diese Rasse die vermeintlich hochwertigsten Menschen beinhaltete, hatten sie die Aufgabe die Reinheit ihrer höheren Rasse sicherzustellen.¹¹

Die Reinheit beinhaltete dabei auch die Ermordung und Sterilisation kranker und behinderter Menschen, um ebenfalls die Reinhaltung der Gene zu sichern. Vermeintlich „gute Gene“ sollten wiederum gezüchtet und verbreitet werden.¹² „Das deutsche Volk als biologische Gesamtheit sollte nicht nur vor genetischem Verfall durch ‚Verunreinigung‘ seines Erbguts bewahrt, sondern durch gezielte ‚Auslese‘ zu Höherwertigem gezüchtet werden.“¹³

Eine weitere Folge der Rassenlehre lässt sich im Antisemitismus erkennen. Als minderwertige Rasse machen die Nationalsozialisten die Juden „für alle negativen Erscheinungen der modernen Welt, für alle erdenklichen Missstände und Übel verantwortlich.“¹⁴ Der daraus folgende „Vertreibungs- und Vernichtungs-Antisemitismus“ [wurde] zum Wesenskern ihrer rassenutopischen Erlösungsbotschaft.“¹⁵

Als weiteren Punkt der nationalistischen Ideologie, welche Hitler ebenfalls in „Mein Kampf“ ansprach, ist die „Vergrößerung des Lebensraumes“ der Deutschen im Osten Europas zu nennen.¹⁶ Hierfür sollten Gebiete in Russland und deren Umgebungsstaaten erobert werden, um die laut Hitler für die deutsche Bevölkerung dringend benötigten Rohstoff- und Nahrungsressourcen zu erlangen. Die dort ansässigen Menschen slawischer Abstammung waren laut der

¹⁰ (Bauer, 2008, S. 109)

¹¹ Vgl. (Stapelberg & Aichinger, S. 2)

¹² Vgl. (Bauer, 2008, S. 111)

¹³ (Husemann, 2016)

¹⁴ (Bauer, 2008, S. 110f)

¹⁵ Ebd.

¹⁶ Vgl. Ebd., S. 107f

Rassenlehre minderwertig und konnten somit vertrieben werden.¹⁷ Hitler äußerte sich dazu bereits 1936 in seiner Denkschrift zum Vierjahresplan:

„Wir sind überbevölkert und können uns auf der eigenen Grundlage nicht ernähren. [...] Die endgültige Lösung liegt in einer Erweiterung des Lebensraumes bzw. der Rohstoff- und Ernährungsbasis unseres Volkes. Es ist die Aufgabe der politischen Führung, diese Frage dereinst zu lösen.“¹⁸

Neben diesem Punkt sollte die Eroberung anderer Länder durch die Blut-und-Boden-Ideologie legitimiert werden. Diese besagte, dass durch die vermeintliche Abstammung eines Volkes, also dessen Blut, das Recht auf den Besitz gewisser Gebiete, „dem Boden“, entsteht.¹⁹ Konkreter ist hier wahrscheinlich die vermeintlich germanische Abstammung der Deutschen gemeint, welche dadurch ein Recht auf die Gebiete des vorchristlichen Germaniens erheben dürfen.

Ein weiterer Grundsatz der Nationalsozialisten war das Führerprinzip:²⁰ „Alle Autorität in Partei und Staat sollte von einer zentralen, von den Volksmassen per Akklamation bestätigten Führerpersönlichkeit ausgehen und sich pyramidenförmig nach unten ausbreiten.“²¹ Die Umsetzung dieses „Führerkult-Prinzips“ zeigt sich in der Verehrung und Bewunderung des Führers Adolf Hitler.²² Zusammenfassend galt: „Im Willen des Diktators war alle hoheitliche Gewalt des Reiches verkörpert.“²³

Die deutsche Bevölkerung sollte in der Weltanschauung zu einer Gemeinschaft zusammenschmelzen, welche ohne Klassengegensätze als ein Volk dem Führer folgte.²⁴ „Den Gegensatz zwischen Kapital und Arbeit hoben die Nationalsozialisten in der rassenexklusiven Volksgemeinschaft auf [...] und setzten an die

¹⁷ Vgl. (Bauer, 2008, S. 112f)

¹⁸ Zitiert nach (Rothfels & Eschenburg, 1955, S. 206)

¹⁹ Vgl. (Stapelberg & Aichinger)

²⁰ Vgl. (Bundeszentrale für politische Bildung, 2006)

²¹ (Bauer, 2008, S. 112)

²² Vgl. (Bundeszentrale für politische Bildung, 2006)

²³ Ebd.

²⁴ Vgl. (Stapelberg & Aichinger, S. 3)

Stelle des Klassenkampfes den Rassenkampf zwischen Ariern und Juden.“²⁵ Die Nationalsozialisten sahen „die Volksgemeinschaft als Lösung aller politischen und sozialen Gegensätze der Weimarer Republik“²⁶ an. Dieser Punkt lässt sich als Volksgemeinschaft-Ideologie zusammenfassen.

Zuletzt ist der Nationalismus als Grundelement dieser Ideologie zu nennen. Dieser nahm an, dass „sich Nationen nur in ihren eigenen Staaten mit eigenen Regierungen voll entwickeln können.“²⁷ Die angeblich natürliche Aufteilung von Menschen auf Völker und die daraus resultierende Loyalität der eigenen Nation gegenüber stand über allem anderen. Dabei wurde vorausgesetzt, dass die Regierung nur legitim handelt, wenn sie ausschließlich nach dem vermeintlichen Staatswillen handelt.²⁸

Diese Zusammenfassung der nationalsozialistischen Ideologie nennt die Hauptpunkte der Weltanschauung, wie sie später im Dritten Reich oft in jeglichen Medien propagiert werden sollten. So beschreibt es Clemens Zimmermann zu Beginn seines Buches „Medien im Nationalsozialismus“:

„Demnach sei [es] in allen Medien ständig darum gegangen, NS-Ideologie im Bewusstsein der Deutschen zu verbreiten, Schlagworte und nazistische Grundfassungen wie der Überlegenheit der germanischen Rasse, den Führerstaat, die Vorzüge deutscher Kultur, die Notwendigkeit einer schonungslosen Behandlung von ‚Feinden‘, die Stilisierung der (sowohl rassistisch wie sozialharmonisch konstruierten) ‚Volksgemeinschaft‘ oder die Formung der Jugend zu einem eisernen und spartanischen, eher sportlich als gebildeten Volk.“²⁹

Natürlich lässt sich die Ideologie im Dritten Reich weitreichend erörtern, doch soll dieses Kapitel lediglich einen kurzen Überblick über die wichtigsten Punkte der NS-Regierung geben, um diese für die folgenden Abschnitte verständlicher zu machen.

²⁵ (Bauer, 2008, S. 111)

²⁶ (Scriba, 2014)

²⁷ (Stapelberg & Aichinger, S. 3)

²⁸ Vgl. (Stapelberg & Aichinger, S. 3)

²⁹ (Zimmermann, 2007, S. 16)

2.2 Umgang mit Medien im Dritten Reich

Schon vor der Machtergreifung sahen die Nationalsozialisten und Hitler die Medien als vermutlich wichtigstes Mittel zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Dies zeigt sich auch durch den frühen Kauf des „Völkischen Beobachters“ 1920. Nach der Machtergreifung stellten die Massenmedien unter Kontrolle des Regimes „äußerst geeignete Instrumente der Macht“ dar.³⁰ Aus diesem Grund lässt sich auch die radikale und strukturierte Medienpolitik und -lenkung erklären, auf die in dieser Arbeit detailliert eingegangen wird.

Der erste und deutlichste Eingriff der NS-Regierung in das gesellschaftliche Leben nach der Machtergreifung ist in der Gleichschaltung aller Systeme zu sehen. Diese Gleichschaltung galt natürlich auch für die Medien und ist als Paradebeispiel für den Umgang mit den Medien festzumachen. Der Beginn dieses Prozesses zeigt sich mit der Errichtung des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) unter Führung des Reichsministers Joseph Goebbels am 13. März 1933.³¹ Mit dieser Institution „war ein neues und weltweit einzigartiges Ressort zur Kontrolle der öffentlich Meinung [...] geschaffen worden.“³² Die genaue Zuständigkeit des RMVP beschrieb eine Verordnung des Reichskanzlers am 30. Juni 1933 folgend:

„Der RMVP ist zuständig für alle Aufgaben der geistigen Einwirkung auf die Nation, der Werbung für Staat, Kultur und Wirtschaft, der Unterrichtung der in- und ausländischen Öffentlichkeit über sie und der Verwaltung aller diesen Zwecken dienenden Einrichtungen.“³³

Zur genauen Lenkung und Kontrolle aller Medien und dem kulturellen Leben folgte am 22. September 1933 das Gesetz zur Errichtung der Reichskulturkammer.³⁴ Diese fasste alle kulturellen sowie medialen Institutionen, wie z.B. den Hörfunk und den Film unter einer Dachorganisation zusammen und ermög-

³⁰ (Zimmermann, 2007, S. 10)

³¹ Vgl. (Schmitz-Berning, 2007, S. 479)

³² (Benz, 2000, S. 25)

³³ Zitiert nach (Deutsche Digitale Bibliothek, 2015)

³⁴ Vgl. (Hildebrand, 2012, S. 14f)

lichte nun ohne Hindernisse die Kontrolle und Steuerung aller Medien durch den Reichsminister und gleichzeitigem Präsidenten der Reichskulturkammer Joseph Goebbels.³⁵ Denn alle Bürger, welche in kulturellen Institutionen arbeiteten oder arbeiten wollten, mussten den jeweiligen Unterkammern angehören.³⁶ „Eine Nichtaufnahme oder Ausschluss bedeutete faktisch ein Berufs- und Veröffentlichungsverbot, und dies galt von Beginn an ausdrücklich für alle Personen ohne ausreichenden Ariernachweis.“³⁷

Die späteren Verordnungen „zum Schutz des deutschen Volkes“ und die nach dem Reichstagsbrand folgende Anordnung „zum Schutz von Volk und Staat“ sowie das Schriftleitergesetz führten diese Gleichschaltung fort. Sie schafften die freie Meinungsäußerung auch in jeglichen Medien ab und verboten nicht regimetreue Zeitungen.³⁸ Auf die genauen Folgen der Verordnungen und dem Schriftleitergesetz für die einzelnen Medien wird in den folgenden Kapiteln verstärkt eingegangen.

Es ist also bereits festzustellen, wie rigoros und streng die Medien und Medien-schaffenden mit Beginn des Dritten Reiches behandelt wurden. Unterschiedlichste Gesetze und Institutionen sollten eine lückenlose Befolgung von Befehlen sicherstellen. Diese Handhabung lässt schon zu Beginn eine erste Taktik der Nationalsozialisten erkennen.

Die strikte Linientreue der Massenmedien war für die NS-Regierung essenziell. Denn zur „Verwirklichung der nationalsozialistischen Machtansprüche war es notwendig, möglichst alle Teile der Bevölkerung und sämtliche Bereiche des gesellschaftlichen und politischen Lebens in die ‚Bewegung‘ zu integrieren.“³⁹

³⁵ Vgl. (Bauer, 2008, S. 209)

³⁶ Vgl. (Hoor, 2015)

³⁷ Ebd.

³⁸ Vgl. (Pürer & Raabe, 1994, S. 68f)

³⁹ Ebd., S. 63f

3 Printmedien und Strategien im Dritten Reich

3.1 Printmedien und Inhalte

Die Printmedien spielten eine zentrale Rolle im Dritten Reich und boten eine ungewohnte, wenn auch scheinende Pluralität. Unterschieden werden muss hierbei zwischen der Presse in Form von Tages- und Wochenzeitungen und anderen Printmedien wie Plakaten.

Zunächst ist die Organisation und Entwicklung des Pressewesens ab der Machtergreifung zu betrachten. „Unmittelbar nach [der] Machtübernahme im Januar 1933 hatte das nationalsozialistische Regime [...] damit begonnen, die Presse teilweise aus- und sukzessive gleichzuschalten.“⁴⁰ Dies verdeutlicht den bereits im vorigen Abschnitt beschriebenen Eingriff der Regierung in das Pressewesen. Allerdings fand neben der „Gleichschaltung“ auch die genannte „Aus-schaltung“ der Presse statt. Dabei wurde „die linke Publizistik rasch zerschlagen“⁴¹ und ungewollte Zeitungen verboten. Durch „offene und versteck-te Repression [wurden] zumindest einige hundert Journalisten aus Deutschland von ihren bisherigen Posten vertrieben“.⁴² Insgesamt 1.473 Verlegern entzog das Regime bis Ende 1934 die Verlagsrechte.⁴³

Diese Handhabung wurde zunächst durch die Verordnung „zum Schutz des deutschen Volkes“ am 4. Februar 1933 legitimiert. „Die Verordnung gab dem Kabinett und den gleichgeschalteten Länderregierung die Möglichkeit, Zeitun-gen nach Belieben zu unterdrücken. Es hagelte Verbote vor allem gegen die Blätter der KPD und der SPD.“⁴⁴ Mit der kurz darauf folgenden Verordnung „Zum Schutz von Volk und Staat“ und mit dem am 1. Januar 1934 in Kraft getre-tenen Schriftleitergesetz wurde letztendlich jegliche Pressefreiheit sowie das

⁴⁰ (Pürer & Raabe, 1994, S. 63)

⁴¹ (Zimmermann, 2007, S. 85)

⁴² Ebd.

⁴³ Vgl. (Schmidt, 1948, S. 19)

⁴⁴ (Koszyk, 1972, S. 355)

Recht auf freie Meinungsäußerung abgeschafft und eine vollständige Gleichschaltung der Presse erreicht.⁴⁵ Dieses Gesetz hat für die Presse die wohl schwerwiegendsten Folgen gehabt. Dies zeigt sich in einem Auszug aus §14 des Schriftleitergesetzes zur Beschränkung der Inhalte. Verboten war:

„was eigennützige Zwecke mit gemeinnützigen in einer die Öffentlichkeit irreführenden Weise vermengt, was geeignet ist, die Kraft des Deutschen Reiches nach außen oder im Innern, den Gemeinschaftswillen des deutschen Volkes, die deutsche Wehrhaftigkeit, Kultur oder Wirtschaft zu schwächen oder die religiösen Empfindungen anderer zu verletzen, was gegen die Ehre und Würde eines Deutschen verstößt, was aus anderen Gründen sittenwidrig ist“⁴⁶

Dieser Paragraph ist soweit umfassend, dass schon auf den ersten Blick die Gefahr des Missbrauchs durch Willkür offensichtlich ist. Bereits am 14. Februar 1933 sagte Hitler zu Vertretern der nationalsozialistischen Presse:

„An die Stelle des Prinzips der unverantwortlichen Sensationsmache und der Popularitätshascherei, [...] müsse in Zukunft die deutsche Presse zu einem wörtlichen Ausdruck und zu einem getreuen Spiegelbild des deutschen Wesens und deutschen Geistes werden.“⁴⁷

Diese Forderung hatte entscheidende Folgen für die Journalisten, welche Heinz Pürer und Johannes Raabe in ihrem Buch „Medien in Deutschland Band 1 – Presse“ beschreiben: „Es war eine ‚Gleichschaltung‘ der Journalisten selbst, indem sie des Rechts der freien Meinungsäußerung gegenüber dem Staat geraubt und zu beamtenähnlichen Trägern der öffentlichen Aufgabe gemacht worden waren.“⁴⁸ Dementsprechend passt die Parole, die der „Völkische Beobachter“ 1933 ausrief: „Die Presse hat sich der Ethik des neuen Staates zu fügen, oder sie hat zu verschwinden.“⁴⁹

Neben diesen Lenkungs- und Zensurmaßnahmen spielen auch die Aufkaufspolitik und die Neugründung von Presstiteln eine große Rolle in der Entwicklung

⁴⁵ Vgl. (Pürer & Raabe, 1994, S. 68f)

⁴⁶ Zitiert nach (Kessler, 1981, S. 29)

⁴⁷ Zitiert nach (Koszyk, 1972, S. 356)

⁴⁸ (Pürer & Raabe, 1994, S. 69)

⁴⁹ Ebd.

des Pressewesens im Dritten Reich.⁵⁰ Hiermit wurden ungewollte Blätter durch wirtschaftlichen Druck vertrieben. Dazu wurden Verleger zunächst eingeschüchtert, um dann zum Verkauf gezwungen zu werden.⁵¹ Größeren Zeitungen entzog man die „[öffentlichen] Druckaufträge und konnte so die kleine zentrumsnahe Presse im starken Maße vernichten. An deren Stelle gelang es den NS-Funktionären, ihre Gauzeitungen zu etablieren.“⁵² Die Entwicklung der Tages- und Wochenzeitungen im Dritten Reich zeigt sich auch in folgender Tabelle:

Jahr	Zeitungen	davon NSDAP	Auflage in Millionen	
			gesamt	davon NSDAP
1932	4703	94	26,0	1,0
1939	2288	200	16,0	6,1
1944	977	352	25,1	20,7

Tabelle 1: Tages- und Wochenzeitungen mit täglicher Druckauflage⁵³

Die Folgen der Regulierungs- und Aufkaufspolitik der NSDAP spiegeln sich in den Anteilen der Partei an Zeitungen wieder. Die rasche Zunahme der Auflagenanteile war daraufhin ein wichtiger Faktor, um die propagandistischen Ziele der NS-Führung realisieren zu können.

An dieser Stelle ist auf einige Beispiele für nationalsozialistische Presstitel und deren Inhalte im Einzelnen einzugehen. Hierbei kann zunächst auf eine der erfolgreichsten Wochenzeitungen Bezug genommen werden: „Das Schwarze

⁵⁰ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 90)

⁵¹ Vgl. Ebd., S. 94

⁵² Ebd.

⁵³ (Meyn, 1992, S. 17)

Korps“. Dies fiel eher in die Gestaltung eines populistischen Boulevardblatts.⁵⁴ Zum Großteil bestand die Zeitung aus „Artikeln, die, optisch modern aufgemacht, ‚Hetze gegen Kirche, Juden, Bolschewisten, Freimaurern, Homosexuelle, Demokraten sowie gegen Bürokratie und Justiz‘ verbreiteten.“⁵⁵ Die Gestaltungsmerkmale in der Sprache ähneln derer anderer nationalsozialistischer Blätter, zum Beispiel in „[der] ‚Propagierung‘ eines Purismus mit den Erscheinungsformen Denunziation und Diffamierung der Gegner“⁵⁶.

Öffentlich gab sich die Zeitung „das Image, auf die Sorgen und Nöte der kleinen Leute einzugehen und gegen Korruption vorzugehen.“⁵⁷ Allerdings kann bereits hier „das Erreichen weitestgehender [sic!] Linientreue der Leser, [...] als wahre Intention des Blattes eruiert werden.“⁵⁸ Die Auflage des Blatts entwickelte sich dennoch von 1935 mit 70.000 Titeln auf über eine Million Exemplare im Jahr 1939.⁵⁹

Als weitere wichtige Zeitung ist der „Völkische Beobachter“ (VB) zu nennen. Natürlich hat der VB bereits weit vor der Machtergreifung eine wichtige Rolle für den Nationalsozialismus gespielt. Allerdings soll das Blatt, gemäß der thematischen Eingrenzung für die Beantwortung der Forschungsfrage nun in der Zeit von 1933 bis 1945 betrachtet werden:

Da der VB bis zum Machtantritt schon die Zeitung der NSDAP war, „wurde er [mit der Machtergreifung] nun das parteioffizielle – und da Partei und Staat identisch wurden – auch das staatsoffizielle Organ.“⁶⁰ „Der Völkische Beobachter nannte sich selbst nicht Zeitung, sondern ‚Kampfblatt‘, also ein Mittel zu Agitation und Propaganda.“⁶¹ Dies lässt bereits vermuten, wie konzentriert die

⁵⁴ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 90)

⁵⁵ Ebd., S.93

⁵⁶ (Zeck, 2002, S. 113)

⁵⁷ (Zimmermann, 2007, S. 90)

⁵⁸ (Zeck, 2002, S. 113)

⁵⁹ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 90)

⁶⁰ (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

⁶¹ (Noller & von Kotze, 1967, S. 13)

Propaganda das Blatt durchdringt. Alle Bereiche der Zeitung beinhalteten nationalistisches Gedankengut in seiner stärksten Ausprägung.⁶² Deutlich wird dies dadurch, dass „Antiparlamentarismus, Antikommunismus, Antisemitismus und übersteigerter Nationalismus“⁶³ die Schwerpunkte des Blattes darstellten. „Marxismus, Kommunismus, Bolschewismus, Judentum und Sozialdemokratie [...] wurden undifferenziert in einem Atemzug als Feinde Deutschlands angeprangert“.⁶⁴ Auch die „sinnlose und katastrophenreiche Geschichte des Dritten Reiches kommt im Völkischen Beobachter nur in propagandistischer Verzerrung zum Ausdruck“.⁶⁵

Die Auflage des „Völkischen Beobachters“ stieg mit dem Beginn des Dritten Reiches sehr stark an und entwickelte sich bis 1941 auf über eine Millionen Exemplare (siehe Tabelle 2).

Jahr	Auflage
1933	127.500
1934	313.428
1940	982.310
1941	1.192.542

Tabelle 2: Jährliche Auflage des „Völkischen Beobachters“ von 1933 - 1941⁶⁶

„Die Sprache des Völkischen Beobachters entspricht seinem Propaganda- und Kampf-Stil. Sie ist aggressiv, brüllend, hart, grob und zynisch.“⁶⁷ Dies spiegelt sich in der häufigen Benutzung von Wörtern „wie Aktion, Sturm, Bewegung,

⁶² Vgl. (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

⁶³ (Kessler, 1981, S. 31f)

⁶⁴ Ebd., S. 32

⁶⁵ (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

⁶⁶ Eigene Darstellung, vgl. (Noller & von Kotze, 1967, S. 13)

⁶⁷ (Noller & von Kotze, 1967, S. 13)

Trommler, Kampf, [...] Härte, Kraft [und] Disziplin“⁶⁸ wieder. „Wichtig war die Vermittlung pseudoreligiöser Gefühle. [...] Der Mythos vom Vaterland, von der guten Rasse, von dem von der Vorsehung gesandten Führer wurde geschickt gepflegt.“⁶⁹ Allgemein wirkte der VB

„mehr gesprochen als geschrieben und trug alle Zeichen des Plakathaften: schreiende Überschriften, reißerische Aufmachung, Zusammenballung von Schlagworten, auf das Gefühl abgestellte Phrasen und Meinungen, überredende, verführende Wortkraft, Radau und Aggressivität.“⁷⁰

Dies wird vor allem auch in seiner Gestaltung deutlich. Die Titelseiten des Völkischen Beobachters erinnern in ihrer Gestaltung an heutige Boulevardzeitungen. Eine große, dickgedruckte, rot unterstrichene und meist Aufmerksamkeit erregende Überschrift⁷¹ (siehe Abb. 1).



Abbildung 1: Titelseite des „Völkischen Beobachters“ vom Mai 1933⁷²

⁶⁸ (Noller & von Kotze, 1967, S. 13)

⁶⁹ Ebd.

⁷⁰ Ebd.

⁷¹ Vgl. (Koop, 2012, S. 100)

⁷² (Koop, 2012, S. 99)

Im Gegensatz zu der Gestaltung des VB verzichtete die Wochenzeitung „Das Reich“ hingegen auf übermäßig dicke Schrift, rote Unterstreichungen und wirkte auf den ersten Blick seriöser⁷³ (siehe Abb. 2).



Abbildung 2: Titelseite der Wochenzeitung „Das Reich“ von 1943⁷⁴

Wie schon zu Beginn erwähnt, sind die Printmedien in Presse und anderen Printerzeugnissen wie Plakaten zu unterteilen. Diese sollen nun noch einmal betrachtet werden.

Plakate stellen für politische Parteien bis heute ein wichtiges Instrument für Werbung, Aussagenübermittlung oder auch Beeinflussung von Meinungen dar. Gerade für die Anfangszeit der Printmedien boten Plakate und Printerzeugnisse aufgrund ihrer großen Reichweite die beste Möglichkeit zur Beeinflussung der Bevölkerung. Radio und Fernsehen bzw. Film übten zwar den emotional stärkeren Einfluss aus, doch war die Reichweite zu Anfang noch sehr beschränkt.⁷⁵

⁷³ Vgl. (Koop, 2012, S. 99f)

⁷⁴ (Koop, 2012, S. 99)

⁷⁵ Vgl. (Koop, 2012, S. 98)

Der grundsätzliche Aufbau der Plakate folgte einem sehr ähnlichen Grundriss. Sie bestanden aus einem Bildmotiv und einer klar formulierten Aussage oder Aufforderung.⁷⁶ Auch die Themen der jeweiligen Plakate ähnelten sich. „Die Motive waren vor allem die Werbung für Veranstaltungen, Spendenaufrufe und Aufforderungen im Sinne von ‚Geboten‘ und Parolen.“⁷⁷ Die inhaltliche Gestaltung folgte der, in allen Medien propagierten, NS-Ideologie und Weltanschauung. Demnach findet sich ebenso bei den Plakaten die Vorstellung der idealen, nationalsozialistischen Familie. Diese Vorstellung zeigt sich in dem Idealbild „der starken, treu sorgenden Mutter mit Kind auf dem Arm [...], dem tapferen, nie den Mut verlierenden Soldaten, [also] der glücklichen Familie [...]. Die Personen [sind] immer hoch gewachsen, kraftvoll, blond, blauäugig“⁷⁸ (siehe Abb. 3).



Abbildung 3: Plakat für die „Nationalsozialistische Volkswohlfahrt“ (NSV)⁷⁹

⁷⁶ Vgl. (Koop, 2012, S. 113)

⁷⁷ Ebd., S. 112f

⁷⁸ Ebd., S. 31

⁷⁹ (Koop, 2012, S. 33)

Eine andere Form der Propagierung mithilfe von Plakaten fand in dem Schüren von Ängsten vor dem vermeintlich barbarischen Feind statt. Die Angst vor „dem ‚Einfall asiatischer Horden‘ ins Deutsche Reich [...] sollten die deutsche Bevölkerung an der ‚Heimatfront‘ sowie die Frontsoldaten noch einmal zu Höchstleistungen für den ‚Endsieg‘ animieren“⁸⁰ (siehe Abb. 4).

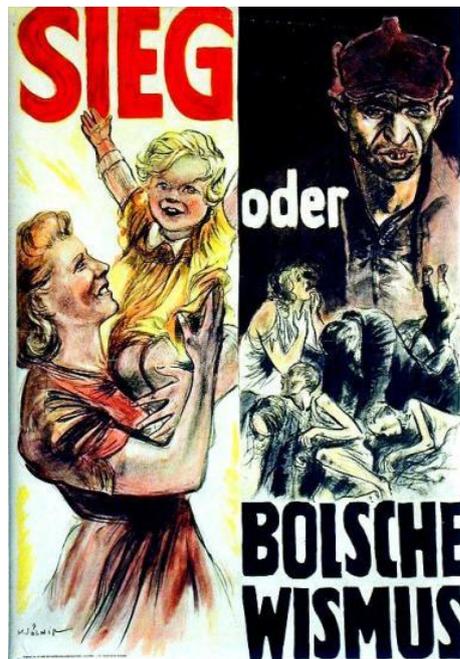


Abbildung 4: Antisowjetisches Propagandaplakat, um 1944⁸¹

Natürlich könnte an dieser Stelle noch auf diverse andere Printerzeugnisse wie z. B. Zeitschriften eingegangen werden. Um aber im Rahmen dieser Arbeit zu bleiben und da ihre Untersuchung nicht essenziell für die Beantwortung der Forschungsfrage ist, beschränkt sich dieser Abschnitt zunächst auf die Betrachtung der Presse und der Plakate im Dritten Reich.

⁸⁰ (Scriba, 2015)

⁸¹ (Deutsches Historisches Museum, 2015)

3.2 Strategieanalyse und Ziele

„Sie muß [sic!] ein Klavier sein, auf dem die Regierung spielen kann.“⁸² Dieses Zitat von Joseph Goebbels über die Presse in der Rhein-Mainischen Volkszeitung am 16. März 1933 beschreibt ziemlich deutlich das Ziel, welches Goebbels mit seiner Medienpolitik erreichen wollte. Die Presse sollte keine Informations- und Meinungsbildungsfunktion einnehmen, sondern als Instrument der Regierung alle Maßnahmen des Regimes positiv in der Bevölkerung propagieren.

Heinz Pürer und Johannes Raabe beschreiben die Wunschfunktion der Presse für die Nationalsozialisten in ihrem Buch „Medien in Deutschland Band 1 – Presse“ wie folgt: „Als eines der zentralen Instrumente der Propaganda sollte die Presse [...] der Massenbeeinflussung bzw. der Erziehung der Deutschen im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie dienen.“⁸³ Die Printmedien in ihrer Gesamtheit sollten also „die Volksgemeinschaft propagandistisch [...] festigen und an ein entsprechendes Verhalten [...] appellieren [sic!].“⁸⁴

Um dies in allen Kanälen zu ermöglichen, musste das Regime alle Printerzeuger kontrollieren und lenken. Dies wurde zunächst durch die im vorigen Kapitel erläuterten Verordnungen und der Gleichschaltung versucht. Die Gleich- und vor allem die Ausschaltung unerwünschter Zeitungen waren natürlich oft nur mit der Androhung oder Anwendung von Gewalt möglich.

Allerdings bedurfte es neben einer organisatorischen Kontrolle auch einer inhaltlichen Lenkung. „Die Tageszeitungen erhielten ihr Nachrichtenmaterial durch die amtlichen oder halbamtlichen Agenturen, insbesondere das Deutsche Nachrichtenbüro.“⁸⁵ Die Anweisungen zur Gestaltung und Kommentierung dieser Nachrichten erhielten die Pressevertreter in den täglichen Pressekonferen-

⁸² Zitiert nach (Wulf, 1989, S. 84)

⁸³ (Pürer & Raabe, 1994, S. 64)

⁸⁴ (Koop, 2012, S. 113)

⁸⁵ (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

zen.⁸⁶ Durch diesen Prozess wurde die „Feinsteuerung der Inhalte der direkten politischen Berichterstattung perfektioniert.“⁸⁷

Neben der inhaltlichen Lenkung der Zeitungen war ebenso die Konzentration von Presstiteln im Eigenbesitz der NSDAP ein wichtiger Schritt, um die gewünschte Zielfunktion zu erreichen. Dieser Prozess fand, wie sich an Tabelle 1 erkennen lässt, über die gesamte Zeit des Dritten Reiches statt. Bis 1944 waren nahezu alle Zeitungsauflagen im Besitz der Partei (siehe Tabelle 1). Clemens Zimmermann beschreibt die Folgen dieses Vorgehens in seinem Buch „Medien im Nationalsozialismus“ folgendermaßen:

„Den Hauptakteuren Goebbels und Amann gelang es, die deutsche Tagespresse weitgehend in den Besitz der Partei zu bringen, Opposition auszuschalten und inhaltlichen Pluralismus sowie kontroverse Themen in der Presse zurückzudrängen.“⁸⁸

Zusammen mit den Pressekonferenzen ermöglichte diese Maßnahme also jegliche oppositionelle Inhalte in den Zeitungen zu vertreiben, welche die Bevölkerung und die öffentliche Meinung am totalitären Regime zweifeln lassen könnten.

Die eigenen Zeitungen der Partei spielten ebenfalls eine wichtige Rolle, da sie die direkteste Form der Werbung und Propaganda für die Regierung ausübten. Ein gutes Beispiel dafür ist der bereits im vorigen Abschnitt erwähnte „Völkische Beobachter“. Dieser erreichte höchstwahrscheinlich nicht durch seine qualitativ hochwertigen journalistischen Inhalte die in Tabelle 2 dargestellte Auflage, stattdessen ist diese Entwicklung hauptsächlich „durch den indirekten Zwang der Faschisten [zu] erklären, den sie auf alle neuen Parteigenossen und Staatsbeamte ausübten, den VB zu kaufen oder besser noch zu abonnieren.“⁸⁹

⁸⁶ Vgl. (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

⁸⁷ (Zimmermann, 2007, S. 87)

⁸⁸ (Zimmermann, 2007, S. 265)

⁸⁹ (Kessler, 1981, S. 32)

Der VB war durch seine immer wiederholenden Phrasen nicht besonders angesehen.⁹⁰ Dennoch übte er dauerhaft direkte Propaganda auf einen Großteil der Bevölkerung aus. Gerade weil der VB „für einen möglichst breiten Leserkreis geschrieben [war], [...] drückte [er] sich derb und volkstümlich aus. Alle politischen Probleme wurden in der oberflächlichsten Weise vereinfacht.“⁹¹ Dieses Prinzip folgte ganz den Vorstellungen Hitlers von „guter“ Propaganda. Denn schon in „Mein Kampf“ schrieb dieser:

„Jede Propaganda hat volkstümlich zu sein und ihr geistiges Niveau einzustellen nach der Aufnahmefähigkeit des Beschränktesten unter denen, an die sie sich zu richten gedenkt. Damit wird ihre rein geistige Höhe um so tiefer zu stellen sein, je größer die zu erfassende Masse der Menschen sein soll. [...] Aus diesen Tatsachen heraus hat sich jede wirkungsvolle Propaganda auf nur sehr wenige Punkte zu beschränken und diese solange zu verwenden, bis auch bestimmt der letzte unter einem solchen Worte das Gewollte sich vorzustellen vermag.“⁹²

Auch die bereits erwähnte „Vermittlung quasi-religiöser Empfindungen [...] [und] die Einwirkung auf das Gemüt der Leser mittels pseudoheroischer und mythischer Elemente“⁹³ folgte den Vorstellungen Hitlers. Dieser „schrieb [ebenfalls] in ‚Mein Kampf‘, daß [sic!] sich eine neue Weltanschauung nur durchsetzen könne, wenn sie sich in die Formen eines Glaubens kleide.“⁹⁴

Es zeigt sich also wie vor allem die parteieigenen Zeitungen durch die klar gegebenen Anweisungen die Propaganda genau nach den Vorstellungen des Führers umsetzten. Die wichtigsten Elemente waren dabei, eine möglichst große Leserschaft zu erreichen und die Menschen emotional anzusprechen.

Allerdings birgt diese Form der offensichtlichen direkten Propaganda und Beeinflussung auch Gefahren. Diese kann von der Bevölkerung durchschaut werden und dadurch stark an Einfluss verlieren. Dies sahen wahrscheinlich auch die Nationalsozialisten und lösten es mithilfe scheinender Pluralität. Wie zuvor

⁹⁰ Vgl. (Noller & von Kotze, 1967, S. 12f)

⁹¹ Ebd., S. 13

⁹² Zitiert nach (Bracher, 1970, S. 165)

⁹³ (Pürer & Raabe, 1994, S. 85)

⁹⁴ (Noller & von Kotze, 1967, S. 13)

beschrieben, waren auch die parteieigenen Zeitungen unterschiedlich in ihrer Gestaltung und in Teilen ihres Inhalts aufgebaut.

Als gutes Beispiel hierfür zeigt sich der VB im Vergleich zur Wochenzeitung „Das Reich“. Beide schürten die gleiche Propaganda. Der VB formulierte sehr aggressiv und direkt. „Das Reich“ schrieb dagegen in etwas seriöserer Form oder einfach mithilfe dem Verschweigen von negativen Ereignissen.⁹⁵ Auch waren sie in ihrer äußeren Gestaltung komplett verschieden. Diese Praxis „beispielte sozusagen einen gesamten Zeitschriften-Kiosk aus praktisch einer streng zensierten Hand.“⁹⁶ Es wurde also eine scheinende Pluralität geschaffen, in der es verschiedene Zeitungen mit unterschiedlicher Aufmachung und anderen thematischen Schwerpunkten gab, obwohl alle die letztendlich gleiche Ideologie predigten.

Dass der VB den politischen Plakaten sehr ähnelte, lag unter anderem auch an seiner ständigen Verwendung ideologiekonformer Bilder. Diese waren in ähnlicher Form auf unterschiedlichen Plakaten zu finden, wie sie Andreas Koop in seinem Buch „Das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920 – 1945“ beschreibt:

„[Hier] der edle, reine, deutsche Mensch, dort der falsche, hinterlistige Jude, hier der darbende, ausgeplünderte Deutsche, dort der reiche mächtige Bank- und Börsenfürst, der ausgemergelte deutsche Erholungssuchende, der in den Kurorten nur prassende, vollgefressene Juden trifft“.⁹⁷

Diese Bilder und auch alle anderen Plakate sollten den dauerhaft radikalen Antisemitismus vor der Bevölkerung rechtfertigen und ihren Glauben an die Maßnahmen des Regimes weiter befeuern.

Plakate mit den Sätzen „Ganz Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger“⁹⁸ ließen die Menschen an den unterbewussten Zwang glauben, sie

⁹⁵ Vgl. (Frei & Schmitz, 1999, S. 117)

⁹⁶ (Koop, 2012, S. 99f)

⁹⁷ (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

⁹⁸ Vgl. (Koop, 2012, S. 115)

müssten um „dazuzugehören“ ebenfalls einen Volksempfänger kaufen und den Reden des Führers lauschen. Durch die imperativen Aussagen wurde also eine scheinend allgemeingültige öffentliche Meinung und Norm geschaffen, der die Bevölkerung folgte, um eine Ausgrenzung aus der Volksgemeinschaft zu vermeiden.

Die in den späteren Kriegsjahren eingesetzten Plakate zum Schüren von Ängsten vor dem Feind (siehe Abb. 4) waren nun nur noch die letzten Versuche zur Aufrechterhaltung des Kampfeswillens und der Loyalität gegenüber der Regierung.

Zusammenfassend ist in den Printmedien des Dritten Reiches viel direkte Propaganda zu finden. Das Ziel des Regimes war es, mithilfe der Printerzeugnisse die nationalsozialistische Ideologie zu verbreiten und ihre Normen in der Gesellschaft zu festigen. Als vorherrschendes Medium war die Presse essenziell für die öffentliche Meinung.

Durch die Maßnahme der organisatorischen Kontrolle in Form der Gleichschaltung unter dem RMVP und der Reichspressekammer sowie den Verordnungen und dem Schriftleitergesetz sollte die Presse zunächst schnell und radikal unter nationalsozialistische Kontrolle gebracht werden. Dies ermöglichte, dass jede Maßnahme von Vertretern des NS-Regimes genehmigt werden musste und nahezu nur regimetreue und der Rassen-Ideologie entsprechende Mitarbeiter für diesen Kanal beschäftigt wurden.

Die Lenkung und Kontrolle der veröffentlichten Inhalte erfolgte über die Pressekonferenzen und den Aufkauf von Presstiteln in den eigenen Besitz. In den Pressekonferenzen wurde entweder die genaue Kommentierung von Ereignissen diktiert oder gewisse Geschehnisse wurden einfach verschwiegen oder verzerrt.⁹⁹ Durch dieses Verfahren konnten jegliche Informationen, welche über

⁹⁹ Vgl. (Noller & von Kotze, 1967, S. 12)

die Printmedien an die Öffentlichkeit gelangten, genau gefiltert und kontrolliert werden.

Die eigenen Zeitungen und Zeitschriften übten direkte Propaganda für die Regierung Hitlers auf die Bevölkerung aus. Sie wurden für eine möglichst große Zielgruppe geschrieben, thematisierten die Probleme der breiten Masse und wiesen diese einem ausgewählten Feindbild zu. Die besser gebildete Schicht konnte diese Propaganda vielleicht durchschauen, hatte aber wenig bis keine Möglichkeit dies großflächig zu veröffentlichen oder zu verbreiten.

Um die strenge Regulierung der Inhalte bestmöglich zu verschleiern, versuchte man einen Scheinpluralismus durch unterschiedliche Gestaltung und Wortwahl zu erschaffen. Plakate unterstützten wiederum die Verbreitung der Ideologie und setzten gültige Normen in der deutschen Bevölkerung fest bzw. versuchten die im Krieg aufkommende Kriegsmüdigkeit zu verhindern.

4 Hörfunk und Strategien im Dritten Reich

4.1 Hörfunk und Inhalte

Ähnlich wie die Presse erlebte auch der Rundfunk eine schnelle und radikale Gleichschaltung. Nach der Machtübernahme wurden die leitenden Positionen mit Nationalsozialisten besetzt, Mitarbeiter ausgetauscht oder bedroht sowie föderale Strukturen und, zumindest die meisten, regionalen Rundfunkgesellschaften abgeschafft.¹⁰⁰ Aus diesen Maßnahmen ergab sich die Reichsrundfunkgesellschaft als staatliches Lenkungsinstrument. Diesem vorausgestellt waren die Rundfunkintendanten, über welche Joseph Goebbels mittels Intendantenkonferenzen Einfluss auf die grundsätzliche Organisation und das Programm nehmen konnte.¹⁰¹

Als prägendste Person für den Hörfunk des Dritten Reichs und dessen Programm ist neben Joseph Goebbels als Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda auch Eugen Hadamovsky zu nennen, der im Dritten Reich bis 1942 die Position des Reichssendeleiters einnahm.¹⁰²

Neben der emotionalen Wirkung war das Radio auch aufgrund seiner möglichen Reichweite ein sehr wirkungsvolles Propagandainstrument. Dies wird an der Zahl der Haushalte mit einem Radioempfänger deutlich. Von 4,3 Millionen angemeldeten Geräten am 1. Januar 1933 ist die Zahl bis zum 1. Januar 1938 auf 9,1 Millionen Geräte gewachsen.¹⁰³ Dies war natürlich unter anderem durch die vergünstigten Geräte wie dem Volksempfänger möglich. Durch diese Politik

¹⁰⁰ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 129f)

¹⁰¹ Vgl. Ebd., S. 130

¹⁰² Vgl. (Deutsches Historisches Museum)

¹⁰³ Vgl. (Pohle, 1955, S. 333)

„hatten 1941 bereits 65 Prozent aller Haushalte ein Radio.“¹⁰⁴ Der Höchststand war 1943 erreicht mit 16,4 Millionen angemeldeten Geräten.¹⁰⁵

Abgesehen von der Organisation des Hörfunks spielte vor allem das Programm eine große Rolle in der Propaganda. Aufgrund der unterschiedlichen Situationen und Stimmungen der Bevölkerung musste sich dieses über den Zeitraum von 1933 bis 1945 ebenso anpassen. Konrad Dussel hat das Programm in seinem Buch „Deutsche Rundfunkgeschichte“ zunächst in vier Phasen gegliedert: „Die erste Phase umfasst das Jahr 1933, die zweite das Jahr 1934, die dritte die Jahre 1935 bis 1938 und die vierte die Jahre 1939/40“¹⁰⁶

Das Rundfunkprogramm der ersten Phase im Jahr 1933 bleibt vermutlich vielen Menschen bis heute als Klischee für NS-Propaganda im Kopf. Wie sich auch aus dem Buch des damaligen Reichsendeleiters Eugen Hadamovsky aus dem Jahr 1934 lesen lässt, bestand das Programm zum Großteil aus direkter Propaganda, politischer Beeinflussung und Reden des Reichskanzlers.¹⁰⁷ Deutlich wird diese Linie am Beispiel des Hörfunkprogramms vom 1. Mai 1933, welches eine nahezu bloße Aneinanderreihung von Kundgebungen und Wortprogrammen umfasste.¹⁰⁸ Von „morgens bis nach Mitternacht [wurde] ein fast lückenloses Wortprogramm ausgestrahlt“.¹⁰⁹ Allerdings zeigte sich schon nach kurzer Zeit, dass das Programm bei der Bevölkerung nicht gut ankam.¹¹⁰ Goebbels selbst war schon zu Beginn gegen einen „totalen nationalsozialistischen Propagandafunk“ wie ihn zunächst Eugen Hadamovsky in der Rolle des Reichsendeleiters vorantrieb. Doch aufgrund der langsamen Kompetenzverteilung konnte er seine Idee erst in den folgenden Jahren durchsetzen.¹¹¹

¹⁰⁴ (Koop, 2012, S. 116)

¹⁰⁵ Vgl. (Dussel, 2010, S. 95)

¹⁰⁶ (Dussel, 2010, S. 84)

¹⁰⁷ Vgl. Ebd.

¹⁰⁸ Vgl. (Pohle, 1955, S. 293f)

¹⁰⁹ (Lersch & Dussel, 1999, S. 121)

¹¹⁰ Vgl. (Dussel, 2010, S. 85)

¹¹¹ Vgl. Ebd., S. 120

Nach den schlechten Reaktionen aus der Bevölkerung zum neuen Programm und nachdem Goebbels seine Vorstellung durchsetzen konnte, setzte die zweite Phase ein. Das Programm sollte nun aus deutscher Kulturmusik gestaltet werden. Als Beispiel hierfür können die langen und jeden Tag wiederkehrenden Opern von Beethoven im Januar 1934 angesehen werden.¹¹² Allerdings gelang es mit diesem Programm nicht, die „breite Volksmasse“ zu erreichen, so dass Ende 1934 erneut ein Umdenken der Reichsrundfunkführung stattfand.¹¹³

Die daraus resultierende dritte Phase der Programmentwicklung des Hörfunks wollte zwar die großen Werke der vermeintlich deutschen Kulturmusik beibehalten, allerdings wurde der Schwerpunkt mehr und mehr auf Unterhaltung gelegt. Diese Schwerpunkte in der Programmgestaltung werden speziell in einer Rede Hadamovskys vor Rundfunkmitarbeitern im Januar 1935 deutlich:¹¹⁴

„[Das Programm] berücksichtigt die zwei wesentlichen Grundlagen der Programmarbeit:

1. die Entspannung des Hörers durch leichte Unterhaltungssendungen in den dafür geeigneten Stunden und
2. die Pflicht zu künstlerischer und weltanschaulicher Aufbauarbeit im Geiste des Nationalsozialismus.“¹¹⁵

Die Programmänderung wurde rasch umgesetzt. „Zur ‚Basis‘ wurde ‚ein großes Unterhaltungsprogramm von 6.30 Uhr in der Frühe bis zum anderen Morgen um 3.00 Uhr [...] erklärt.“¹¹⁶ Neben Unterhaltungssendungen wurde auch die Musik immer größerer Bestandteil des neuen Programms. „Der Musikanteil stieg von 57,4% (1933) auf 69,4% (1938)“.¹¹⁷ Die neue Programmgestaltung wurde im Gegensatz zu den vorherigen Versuchen wesentlich besser von der Bevölkerung unterstützt und angenommen.

¹¹² Vgl. (Dussel, 2010, S. 85f)

¹¹³ Vgl. Ebd., S. 86

¹¹⁴ Vgl. Ebd., S. 86f

¹¹⁵ (Lersch & Dussel, 1999, S. 131)

¹¹⁶ (Lersch & Dussel, 1999, S. 121)

¹¹⁷ (Zimmermann, 2007, S. 132)

Die vierte Phase ist kurz vor Kriegsbeginn einzuordnen. Die Propaganda nahm erneut zu und sollte die Bevölkerung für den kommenden Krieg begeistern. Deutlich wird diese Maßnahme in einer Rede Hitlers am 10. November 1938 vor Vertretern der Presse, welche aber ebenso für den Rundfunk galt.¹¹⁸ Laut Hitler hatten die Medien nun die Aufgabe:

„das deutsche Volk psychologisch umzustellen und ihm langsam klarzumachen, daß [sic!] es Dinge gibt, die, wenn sie nicht mit friedlichen Mitteln durchgesetzt werden können, mit den Mitteln der Gewalt durchgesetzt werden müssen“¹¹⁹

Diese Programmgestaltung setzte sich mit dem Beginn des Krieges weiter fort. Doch neben dem Programm fand ebenfalls eine neue Veränderung in der Organisation des Hörfunks statt. „Am 9. Juli 1940 wurden die letzten Reste der Programmautonomie der Sender beseitigt; seit diesem Tag wurde nur noch ein einheitliches Reichsprogramm ausgestrahlt“.¹²⁰ Regionale Sendegesellschaften waren ab nun nicht mehr vorhanden. Durch diese Maßnahme und der dadurch folgenden „Schaffung des ‚[Großdeutschen] Rundfunks‘, der für das gesamte eroberte Europa zuständig war, ließ sich [...] eine deutliche Expansion der Hörerzahl erreichen.“¹²¹

Clemens Zimmermann beschreibt in seinem Buch „Medien im Nationalsozialismus“ die Veränderungen im Programm des einheitlichen „Volksrundfunks“ in zwei Richtungen: „Einerseits als Anpassung an den populären Geschmack und andererseits als verstärkte Interaktion mit den Hörern.“¹²² Die Anpassung an den Geschmack zeigt sich in der gewählten Auswahl von Musik entsprechend verschiedener Stimmungen und Tageszeiten. Die Interaktion mit den Hörern wird in Unterhaltungssendungen wie dem „Wunschkonzert“ deutlich.

Die Propaganda im Programm des Hörfunks stellte in der Anfangsphase des Krieges keine Probleme dar, weil nahezu ausschließlich Erfolgsmeldungen zu

¹¹⁸ Vgl. (Dussel, 2010, S. 92f)

¹¹⁹ (Thamer, 1994, S. 600)

¹²⁰ (Lersch & Dussel, 1999, S. 122)

¹²¹ (Diller, 1980, S. 162f)

¹²² (Zimmermann, 2007, S. 131)

verkünden waren. Doch schon mit dem Russlandfeldzug trat in der Bevölkerung Kriegsmüdigkeit ein, welche zu einer fünften Phase der Programmentwicklung im Rundfunk führte. Der Schwerpunkt wurde erneut auf Unterhaltung sowie leichte, fröhliche Musik gelegt.¹²³

Goebbels forderte den Rundfunkintendanten Heinrich Glasmeier dazu auf, diese Änderung an die Hörfunkmitarbeiter weiterzugeben. Im Oktober 1941 sprach dieser zu den Leitern der Musikabteilung: „Heiter, unbeschwert, unvoreingenommen, unbelastet soll das Rundfunkprogramm im Kriege sein.“¹²⁴ Zu den beliebtesten Formaten im Rundfunk, welche die Interaktion mit den Hörern einsetzte, gehörte lange das „Wehrmachtswunschkonzert“. Dieses gab den Soldaten und ihren Familien daheim eine gewisse Verbundenheit.¹²⁵

Das Konzept der „Wunschkonzerte“ war bereits in den 20er Jahren aufgekommen und bot den Bürgern die Möglichkeit, ihre Wünsche an den Rundfunk zu stellen.¹²⁶ Doch zu „einer Institution eigener Art wurden Wunschsendungen jedoch erst im ‚Dritten Reich‘.“¹²⁷ Das hier thematisierte „Wunschkonzert für die Wehrmacht“ hat seine Ursprünge in dem „Wunschkonzert für das Winterhilfswerk“, welches am 14. Januar 1936 erstmals übertragen wurde.¹²⁸ „Ab 1936/37 veranstaltete der Deutschlandsender in jedem Winterhalbjahr vier solcher Konzerte.“¹²⁹ Den Erfolg und die starke positive Resonanz der Sendung in der Bevölkerung erklärt Hans-Jörg Koch in seinem Buch „Wunschkonzert“ wie folgt: „Zum einen brachte sie eine Mischung [aus] populären Musikstücken und Gesprächen, zum anderen bot sie einem Massenpublikum zu einem festen Sendeplatz am Wochenende kurzweilige Entspannung.“¹³⁰

¹²³ Vgl. (Dussel, 2010, S. 94ff)

¹²⁴ (Lersch & Dussel, 1999, S. 144)

¹²⁵ Vgl. (Koch, Das Wunschkonzert im NS-Rundfunk, 2003, S. 341)

¹²⁶ Vgl. (Koch, 2006, S. 98)

¹²⁷ Ebd., S. 100

¹²⁸ Vgl. Ebd.

¹²⁹ Ebd., S. 104

¹³⁰ Ebd. S. 104f

Mit Beginn des Krieges und der Erweiterung der Reichweite für den Rundfunk wurde das „Wunschkonzert“ immer beliebter und erfolgreicher. Vor allem Soldaten schickten viele Wünsche an den Deutschlandsender. Die politischen Wortmeldungen im „Wunschkonzert“ nahmen leicht zu und der Name wurde in „Wunschkonzert für die Wehrmacht“ geändert. Die Sendung entwickelte sich zu einem Vermittler zwischen Front und Heimat.¹³¹ Die positiven Reaktionen der Menschen und der Soldaten an der Front zeigten sich auch in der wachsenden Anzahl der Übertragungen. „Bis Ende 1939 fanden 25 ‚Wunschkonzerte für die Wehrmacht‘ statt“.¹³² Besonders Goebbels sah das „Wunschkonzert“ als wichtiges Instrument an, da er „in jedem scheinbar noch so bedeutungslosen Bereich bis ins Detail“ Kontrolle ausübte.¹³³ Auch wenn das „Wunschkonzert“ nach seiner 75. Übertragung am 25. Mai 1941 eingestellt wurde, blieb es dennoch eine der erfolgreichsten Sendungen im Dritten Reich, welches auch seine Verfilmung im Jahr 1940 deutlich macht. Neue Unterhaltungsshow und Imitationen folgten den Beispielen des „Wunschkonzerts“.¹³⁴

Mit dem weiteren Verlauf des Krieges und dessen dauernd wechselnden Situationen entstand in der Bevölkerung ein immer größer werdendes Bedürfnis nach Information.¹³⁵ Die wöchentlich 190 Stunden Sendezeit im Radioprogramm 1943 bestanden aus: leichter Musik (47 Stunden), Unterhaltung (45 Stunden), Soldatensendungen (38 Stunden), ernster Musik (30 Stunden), Nachrichten (30 Stunden) und politischen Wortsendungen (30 Stunden).¹³⁶ Unterhaltung und Musik nahmen zwar weiterhin den Großteil des Programms ein, aber auch Nachrichtensendungen kam immer mehr Bedeutung zu. Allerdings schuf die scharfe Informationslenkung ein Problem im Rundfunk. Das Informationsangebot war, nicht wie in der Presse, komplett kontrollierbar.¹³⁷ „Das entschei-

¹³¹ Vgl. (Koch, 2006, S. 108ff)

¹³² Ebd., S. 115

¹³³ Vgl. Ebd., S. 140

¹³⁴ Vgl. Ebd., S. 153ff

¹³⁵ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 147)

¹³⁶ Vgl. (Drechsler, 1988, S. 108)

¹³⁷ Vgl. (Dussel, 2010, S. 100)

dende Problem bildete das System selbstempfangender Geräte, die es jedem Nutzer gestatteten, auch anderes als das von den Herrschenden Gewünschte zu hören.¹³⁸ Solche, die diese Funktion nutzten und ausländische Sender hörten, wurden als „Schwarz Hörer“ bezeichnet. „Vor allem diejenigen, die das Radio vorrangig zu Informationszwecken nutzten [...] wollten sich selbst ein Bild der Lage verschaffen. Man verfolgte das Programm ausländischer Sender, wenn man sich selbst schlecht informiert fühlte“¹³⁹ Zu Anfang sollen nur etwa die Hälfte aller Haushalte mit Radioempfänger zu dieser Gruppe gehört haben, 1941 gehörten schon zwei Drittel zu den „Schwarz Hörern“.¹⁴⁰

In den letzten Jahren des Dritten Reichs war das Programm des Rundfunks hauptsächlich von Unterhaltung und Musik durchzogen. Die Organisation fiel allerdings durch immer größere Personaleinsparungen schwer.¹⁴¹

4.2 Strategieanalyse und Ziele

Bereits im März 1933 sagte Hitler vor Rundfunkintendanten, dass er den Hörfunk „für das allerwichtigste Massenbeeinflussungsinstrument [halte] [...] das es überhaupt gibt“.¹⁴² Dies zeigt deutlich, welche Hoffnungen für die Volkspropaganda Hitler und das Regime im Hörfunk sahen. Dadurch lässt sich auch erklären, weshalb die Nationalsozialisten so umfangreich in den Hörfunk investierten. Das Ziel, welches Hitler mit dem Hörfunk erreichen wollte, formulierte er bereits in „Mein Kampf“: Mit dem Radio wolle er die Bevölkerung „innerlich [...] durchtränken mit den geistigen Inhalten unserer Zeit, damit niemand mehr ausbrechen kann“.¹⁴³ Er wollte also die emotionale Wirkung des, über das Radio übertragenen Wortes nutzen, um die Menschen dauerhaft mit der nationalsozialistischen Ideologie zu beeinflussen.

¹³⁸ (Dussel, 2010, S. 100f)

¹³⁹ (Zimmermann, 2007, S. 249)

¹⁴⁰ Ebd.

¹⁴¹ Vgl. (Dussel, 2010, S. 98ff)

¹⁴² (Reichel, 1991, S. 159)

¹⁴³ Zitiert nach (Reichel, 1991, S. 159)

Neben den Printmedien war der Hörfunk das Medium mit der größten Reichweite bzw. Reichweitenerweiterungsmöglichkeit. Dies sah auch Propagandaminister Joseph Goebbels. In einer Rede zur Eröffnung der 13. Großen Rundfunk-Ausstellung 1936 erklärte er: „Im Rahmen einer ganz neuartigen Menschenführung, [...] ist der Rundfunk dazu eines der modernsten und wichtigsten Mittel.“¹⁴⁴

Die Chance, die Reichweite des Hörfunks zu erweitern, sahen wohl auch die Nationalsozialisten. Die schnelle Entwicklung und Einführung des „Volksempfängers“ ist das eindeutigste Indiz hierfür. Bereits am „18. August 1933 wurde auf der 10. Deutschen Funkausstellung der im Auftrag des Reichspropagandaministeriums entwickelte Volksempfänger ‚VE 301‘ präsentiert.“¹⁴⁵ Diese schnelle Weiterentwicklung des Hörfunks führte dazu, dass in wenigen Jahren die Zahl der Haushalte mit einem Radioempfänger extrem anstieg und dem Regime so die Möglichkeit gab, mit ihrer Propaganda eine immer größere Zielgruppe direkt anzusprechen. „Die Zahl der Rundfunkteilnehmer stieg von 4,3 Millionen Haushalten Anfang 1933 auf 11,5 Millionen Ende 1938“.¹⁴⁶ Durch diese Maßnahme und deren Folgen „gelang es der NS-Führung, ihre Botschaften direkt in die Wohnung, in den Kreis der Familie hinein zu senden.“¹⁴⁷

Die Organisation des Hörfunks ist ähnlich zu sehen wie die der Presse. Ebenso wie bei der Presse wurde mit der Gleichschaltung auch die Leitung des Hörfunks schnell mit den gewünschten Personen besetzt und ungewollte Personen von ihren Posten vertrieben. Ähnlich schnell wie die Weiterentwicklung der Technik vorangetrieben wurde, wurde auch dieser Prozess umgesetzt. „Es dauerte beispielsweise kein halbes Jahr, da waren zehn von elf Intendanten ersetzt worden“.¹⁴⁸ Diese Maßnahmen ermöglichten die sofortige Okkupation des Mediums, um die umfangreichen Ideen umzusetzen. Die starke Zentralisie-

¹⁴⁴ (Lersch & Dussel, 1999, S. 138)

¹⁴⁵ (Koop, 2012, S. 116)

¹⁴⁶ (Schneider, 2000, S. 27)

¹⁴⁷ (Koop, 2012, S. 116)

¹⁴⁸ (Lersch & Dussel, 1999, S. 119)

rung des Rundfunks und Abschaffung der regionalen Sendergesellschaften stellten die überregionale Verbreitung des exakt gleichen Programms sicher. Ebenso konnte die Sendelandschaft besser überblickt werden und ermöglichte eine genauere Kontrolle der Inhalte.

Die Ideen, welche sich hauptsächlich im Programm widerspiegeln, teilten sich zu Anfang allerdings in die von Eugen Hadamovsky und die von Joseph Goebbels auf. Die erste Phase der Programmentwicklung folgte eher denen Hadamovskys. Goebbels hingegen erklärte bereits im März 1933 vor Rundfunkintendanten: „Der Rundfunk soll niemals an dem Wort kranken, man merkt die Absicht und wird verstimmt.“¹⁴⁹ Er war demnach strikt gegen die Gewichtung auf direkte Wortpropaganda im Hörfunk wie sie Hadamovsky plante. Laut ihm sei diese zu eindeutig und lasse sich von der Bevölkerung als bloße Beeinflussung erkennen. Diesem folge dann eine Ablehnung gegen die Inhalte der Propaganda. Die Reaktionen der Bevölkerung sollten ihm Recht geben. Dies ermöglichte Goebbels u. a. die Änderungen des Programms nach seinen Vorstellungen durchzusetzen.

„An die Stelle direkter politischer Wort-Propaganda trat zunächst einmal der Versuch, mit sogenannter Kulturpropaganda zu überzeugen.“¹⁵⁰ Dies beschreibt die Strategieänderung des Regimes mit der Umsetzung der Ideen Goebbels. Mit diesem Strategiewechsel kann auch eine abgewandelte Zielsetzung festgestellt werden. Zwar sollte das Volk weiterhin propagandistisch beeinflusst werden, doch wurde dies, mit den Mitteln der Musik, nun wesentlich unterbewusster versucht. Nicht die direkte Wortpropaganda sollte die Menschen zu überzeugten Nationalsozialisten erziehen und Feindbilder schaffen, sondern vermeintlich wahre deutsche Kulturgüter den gewünschten Nationalstolz erzeugen. Auch führte die vermittelte Heiterkeit zu einer Ablenkung der breiten Masse von dem radikalen Vorgehen der Regierung.

¹⁴⁹ (Lersch & Dussel, 1999, S. 120)

¹⁵⁰ Ebd., S. 120f

Auch wenn diese Strategie später zu Teilen abgewandelt wurde, so blieb dennoch das Prinzip der unterbewussten Propaganda mithilfe von Musik und Unterhaltungssendungen. Der Aufbau des Unterhaltungsprogramms wurde genau geplant. Wahrscheinlich auch, um dieses Mal eine breitere Zielgruppe anzusprechen. Deutlich werden die Überlegungen in einer Rede Joseph Goebbels zur Eröffnung der 13. Großen Deutschen Rundfunk-Ausstellung 1936:

„Das Programm muß [sic!] so gestaltet werden, daß [sic!] es den verwöhnteren Geschmack noch interessiert und dem anspruchslosen noch gefällig und verständlich erscheint. Es soll in einer klugen und psychologisch geschickten Mischung Belehrung, Anregung, Entspannung und Unterhaltung bieten.“¹⁵¹

Auch hier zeigt sich die neue Strategie der Nationalsozialisten die Propaganda im Hörfunk im Gegensatz zur Presse nur indirekt und „vermischt“ einzusetzen.

Die Zunahme der Propaganda kurz vor Kriegsbeginn ist eine erneute Abweichung der Strategie Goebbels. Sie ist der Wunsch Hitlers und soll der Vorbereitung des Krieges dienen. Diese war für das NS-Regime wichtig, um die benötigte Kriegsbegeisterung in der Bevölkerung zu erreichen. Die darauf folgende Kriegsberichterstattung folgte zum einen den Wünschen der Frauen, welche Informationen über Männer und Söhne verlangten, zum anderen förderte diese Maßnahme auch die Verkündung von vermeintlichen „Heldentaten“ der deutschen Wehrmacht. Diese bekräftigten die Ideologie der Überlegenheit der „deutschen Rasse“ und verhinderten die Ausbreitung von Kriegsmüdigkeit in der öffentlichen Meinung. Dennoch blieben Unterhaltungssendungen erhalten und sollten positive Stimmung in der Bevölkerung verbreiten.

Ein Beispiel für diese Praxis ist das bereits thematisierte „Wunschkonzert“. Vor allem seine Rolle während Kriegsbeginn als Vermittler zwischen Front und Heimat ist hierbei als kriegswichtig anzusehen. Hans-Jörg Koch beschreibt in seinem Buch „Wunschkonzert“ sehr genau den Effekt, welchen die „Wunschkonzerte“ auf die Menschen in der Heimat und die Soldaten an der Front ausübte:

¹⁵¹ (Lersch & Dussel, 1999, S. 136)

„Mit der Beschwörung von ‚Treue und Liebe der Heimat‘ über ‚Raum und Zeit‘ wurde trotz großer räumlicher Distanzen wirkungsvoll eine kurzzeitige Nähe inszeniert, die den im Rundfunk oft propagierten Gedanken der ‚Volksgemeinschaft‘ popularisierte: Für die Dauer der Sendung wurden das Saalpublikum, die Hörer am heimischen Apparat und die Soldaten in der Ferne zu einer Gemeinschaft, die sich an einem imaginären Ort versammelte.“¹⁵²

Goebbels muss diesen Effekt schnell erkannt haben. In einem Eintrag vom 27.4.1940 in seinem Tagebuch wird die Wichtigkeit, die er dem Format zukommen ließ, deutlich:

„Mit Glasmeier und Goedecke Neugestaltung der Wunschkonzerte besprochen. Sie sind sehr wichtig für die Stimmung des Volkes und müssen deshalb mit größter Sorgfalt vorbereitet und durchgeführt werden. Nicht zu hohes Niveau, aber immer gute Haltung und beste Ausführende. Da darf nichts zu gut und zu schade sein.“¹⁵³

Seine Anforderungen an die Inhalte des „Wunschkonzertes“ sind nach seiner Wortwahl vergleichbar mit denen an das Programm des Rundfunks 1936, also die inhaltliche Ausrichtung an ein möglichst breites Publikum.

Die Einstellung des „Wunschkonzertes“ im Mai 1941 lässt sich aufgrund seines andauernden Erfolges schwer erklären, doch liegt dies wahrscheinlich an den verstärkten Investitionen in den Krieg bzw. die, unter dem Kriegsalltag, immer schwerer werdende Planung von großen Live-Veranstaltungen.¹⁵⁴ Allerdings setzten die Nachfolger und Imitationen des „Wunschkonzertes“ die gleichen Prinzipien um.

Aufgrund der brisanten Informationen im Kriegsgeschehen förderte die totale Zentralisierung des Rundfunks mit der Abschaffung aller restlichen regionalen Sender die totale Kontrolle der ausgegebenen Informationen.

Nachdem die Verluste größer wurden und die Verkündung dauerhafter Siege unglaubwürdig wurde, sollte die Unterhaltung wieder die Propaganda übernehmen und die Menschen von möglichen kritischen Gedanken gegenüber dem

¹⁵² (Koch, 2006, S. 113f)

¹⁵³ Zitiert nach (Koch, 2006, S. 140)

¹⁵⁴ Vgl. (Koch, 2003, S. 157)

NS-Regime ablenken. Es wird deutlich, dass fröhliche Musik und beliebte Unterhaltungssendungen dabei die wichtigsten Instrumente waren, um eine regierungskritische Stimmung in der Bevölkerung zu vermeiden. Interaktive Shows wie das „Wunschkonzert“ und seine Nachfolger gaben dabei die Möglichkeit, die Zuhörer nicht nur mit „Frohsinn“ zu betören, sondern sie aktiv in die Sendung miteinzubeziehen und so eine größere Ablenkung von den katastrophalen Geschehnissen zu erzeugen.

In den letzten Jahren des Krieges ist auch die Strategie der strengen Informationskontrolle und dem Verschweigen von Ereignissen als nahezu gescheitert anzusehen. Zu viele Informationen gelangten durch den persönlichen Austausch und dem, anscheinend in der Planung übersehenen, Problem der „Schwarz Hörer“ an die Öffentlichkeit. Auch die dauerhafte Überwachung und harte Sanktionierung konnten die Verbreitung von „feindlichen“ Informationen und Propaganda nicht verhindern.¹⁵⁵ An dem steigenden Anteil der „Schwarz Hörer“ ist ebenfalls das Misstrauen der Bevölkerung gegenüber der landeseigenen Berichterstattung klar zu erkennen.

Mit diesem Verlust von Kontrolle und dem fehlenden Vertrauen der Menschen konnte der Rundfunk mit Unterhaltungsshow's zwar noch seine „Ablenkungsstrategie“ fortführen und versuchen die Moral wenigstens in Teilen der Bevölkerung aufrechtzuerhalten, doch ist hier bereits ein Ende der breiten Volkspropaganda vorherzusehen.

Zusammenfassend ist das Ziel der Nationalsozialisten für die Propaganda im Rundfunk zunächst im Wandel zu sehen. Diverse NS-Persönlichkeiten sahen unterschiedliche Strategien der psychologischen Beeinflussung der Bevölkerung. Allgemein sollte aber, besonders durch die große Reichweite und den schnellen Weg der Kommunikation, das Volk positiv gegenüber der Regierung und der NS-Ideologie eingestellt werden.

¹⁵⁵ Vgl. (Zimmermann, 2007, S. 249)

Zentralisierung und Organisation des Rundfunks erfolgten nach dem gelungenen Prinzip der Gleichschaltung, welches gleichzeitig in den Printmedien angewendet wurde. Die schnelle Umsetzung in der dieser Prozess verlief, zeigt, dass der Begriff „Machtergreifung“ nicht nur die Entwicklung in politischen Institutionen beschreibt, sondern auch auf die diversen Medienkanäle zutrifft.

Die spätere Entwicklung zu einem moralaufbauenden Programm unterscheidet sich stark zu der Propagandastrategie der Presse. Wie Goebbels forderte, sollte das Volk unterbewusst beeinflusst werden. Dies stellt eine starke Abweichung zu der bis hierhin vertretenen Form der dauerhaften und direkten Wortpropaganda mittels Auftritten und Reden dar. Allerdings kam der Rundfunk nicht komplett ohne direkte politische Propaganda aus. Geschuldet der Kriegsvorbereitung sowie den Verläufen der verschiedenen Feldzüge nahm diese entsprechend phasenweise zu bzw. ab. Der Unterhaltungscharakter des Hörfunks blieb dennoch eine dauerhafte Säule des Programms im Dritten Reich.

Das Außerachtlassen des Problems des „Schwarzhörens“ und der im weiteren Kriegsverlauf unglaublichen Berichterstattung sind als größte Schwächen der Propagandastrategie des Hörfunks zu eruieren.

5 Fernsehen und Strategien im Dritten Reich

5.1 Fernsehen und Inhalte

Würde man das Medium Fernsehen in der Zeit des Dritten Reichs nur nach seiner Reichweite beurteilen, wäre es als Propagandainstrument außer Acht zu lassen. Die wenigen privaten Geräte und Empfänger, welche in öffentlichen Fernsehstellen standen, waren eine große Seltenheit.¹⁵⁶ Dennoch ist das Medium Fernsehen als hochmoderne Technik dieser Zeit aufgrund seiner starken emotionalen Wirkung auf die Rezipienten zu beachten. Auch die Hoffnungen des NS-Regimes in das neue Medium, welche durch die Ankündigung des „Volksfernsehers“ deutlich werden, geben dem Fernsehen eine gewisse Bedeutung für die Propagandastrategien der Nationalsozialisten.¹⁵⁷

„Von Anfang an hatte man beim Fernsehen im NS-Staat auf den Gemeinschaftsempfang gesetzt.“¹⁵⁸ Dies zeigt sich in der schnellen Errichtung von Fernsehstellen mit dem Beginn des Fernsehbetriebs. „Gleich nach Eröffnung des Programmdienstes [am 22. März 1935] war eine erste öffentliche Fernsehstelle im Berliner Reichssportmuseum eröffnet worden.“¹⁵⁹ Bis 1936 waren es bereits 25 öffentliche Fernsehstellen. Allerdings beschränkten sich diese auf den Bereich in und um Berlin, da dort der einzige Fernsehsender stand.¹⁶⁰ Diese Fernsehstellen entwickelten sich im Laufe der Zeit zu sogenannten „Fernsehstuben“, hierbei wurden Fernsehgeräte meist in Postämtern aufgestellt.¹⁶¹

„Die frühen Fernsehprogramme wurden aus zwei Bereichen gespeist: dem Film und den eigentlichen Fernsehproduktionen, vor allem live übertragenen Fern-

¹⁵⁶ Vgl. (Lersch & Dussel, 1999, S. 319)

¹⁵⁷ Vgl. (Dussel, 2010, S. 113ff)

¹⁵⁸ Ebd., S. 117

¹⁵⁹ Ebd.

¹⁶⁰ Vgl. Ebd.

¹⁶¹ Vgl. (Lersch & Dussel, 1999, S. 319)

sehspielen.“¹⁶² Allerdings waren Fernsehproduktionen aufgrund des frühen Stands der Technik noch recht rudimentär. Erst mit der Zeit war es möglich größere Bühnenshows zu übertragen.¹⁶³ „Das Fernsehprogramm wurde in den Jahren nationalsozialistischer Herrschaft fast durchweg täglich außer sonntags nur von 20-22 Uhr ausgestrahlt.“¹⁶⁴ Die Gestaltung des Programms bestand dabei aus vielen Wiederholungen, da es sich, im Gegensatz zu heute, eher als Aufführungsmedium an ein ständig wechselndes Publikum richtete.¹⁶⁵ In den Vorkriegsjahren war politische Propaganda im täglichen Fernsehprogramm nur sehr gering vertreten: „Verteilt man das Programm der Vorkriegszeit auf die drei großen Rubriken ‚Unterhaltung‘, ‚Direktpropaganda‘ und ‚Belehrung‘, so erhält man beispielweise für den Januar 1938 ein Verhältnis von 65:22:13.“¹⁶⁶ Dieses Verhältnis zeigt sich auch in einer Zusammenfassung von Erwin Reiss über das Fernsehprogramm im Januar 1938:

„Außer dem täglich [...] ausgestrahlten 13minütigen Bildbericht der UFA-Tonwoche bestand das Programm [...] hauptsächlich aus Varieté- oder Kabarett-Live-Veranstaltungen, ‚Kultur‘- und Spielfilm-Konserven des UFA Konzerns und anderer privaten Gesellschaften“.¹⁶⁷

Erst mit dem Kriegsbeginn sollte über Ausschnitte der „Wochenschau“ wieder mehr direkte Propaganda in das Fernsehprogramm eindringen.¹⁶⁸ Zudem wurden Fernsehgeräte nun vermehrt in Lazaretten aufgestellt.¹⁶⁹ Während der Kriegsjahre setzte das Programm vor allem den Schwerpunkt auf Aktualität, auch aufgrund der Weiterentwicklung im Bereich der technischen Übertragung und Aufzeichnung.¹⁷⁰ Dies wird bereits im Programm im Sommer 1939 deutlich in dem:

¹⁶² (Dussel, 2010, S. 118)

¹⁶³ Vgl. Ebd., S.119

¹⁶⁴ (Lersch & Dussel, 1999, S. 320)

¹⁶⁵ Vgl. (Dussel, 2010, S. 119f)

¹⁶⁶ (Lersch & Dussel, 1999, S. 320f)

¹⁶⁷ (Reiss, 1979, S. 104)

¹⁶⁸ (Dussel, 2010, S. 120)

¹⁶⁹ Ebd., S. 117

¹⁷⁰ Vgl. (Lersch & Dussel, 1999, S. 321)

„zwei längere Informations- und Servicekomplexe am Anfang und am Ende des Hauptprogramms eingeführt worden. Davor gab es 60-70 Minuten lang neben einem kurzen ‚Leitwort‘, Nachrichten-, Wetter- und Zeitdienst einen ‚Aktuellen Bildbericht‘ und danach noch einmal eine 20minütige Kurzfassung.“¹⁷¹

Dennoch blieben Unterhaltungssendungen der Grundstein des Fernsehprogramms im Dritten Reich, wie auch in der nationalsozialistischen Rundfunk-Korrespondenz vom 1. November 1939 deutlich wird:¹⁷²

„Der Deutsche Fernseh-Rundfunk will keine Probleme aufrollen und zur Diskussion stellen, er will wie ein guter Freund Freude in unser Dasein tragen und so helfen, die dunklen Tage des Winters mit Licht und Wärme zu erfüllen.“¹⁷³

Im Jahr „1942 wurden schließlich alle öffentlichen Fernsehstuben geschlossen und der Fernsehempfang den Lazaretten [...] vorbehalten.“¹⁷⁴ Das Programm in den späten Kriegsjahren, welches sich nun hauptsächlich an die Verwundeten richtete, plante Fernsehintendant Herbert Engler am 15. Februar 1942 zunächst wie folgt:

„Wir werden in Zukunft das tägliche Fernsehprogramm so vielseitig und abwechslungsreich wie irgend möglich zu gestalten versuchen. Unsere vornehmste Aufgabe wird auch künftig die Übertragung aktuellen Geschehens sein. Wir geben heute in unserem Zeitdienst täglich ein ungefähres Profil dieser großen Zeit. Die Soldaten in den Lazaretten können also, ohne daß [sic!] sie die Möglichkeit haben, in ein Lichtspielhaus zugehen, die Bilder der Kriegsschauplätze im Osten, Norden und Süden sehen, ja, sie erleben zuweilen die Kämpfe, in denen sie selbst verwundet wurden, noch einmal durch jenes Wunder der Technik.“¹⁷⁵

Allerdings entsprachen Englers Vorstellungen nicht den Wünschen der Verwundeten. Diese wünschten sich mehr Unterhaltungsprogramme und weniger Berichte von Kriegsgeschehnissen. Dementsprechend wurde das Programm angepasst und der Schwerpunkt blieb bei Unterhaltungssendungen.¹⁷⁶

¹⁷¹ (Lersch & Dussel, 1999, S. 321)

¹⁷² Vgl. Ebd.

¹⁷³ Ebd., S. 326

¹⁷⁴ (Dussel, 2010, S. 117)

¹⁷⁵ (Lersch & Dussel, 1999, S. 327)

¹⁷⁶ Vgl. (Dussel, 2010, S. 121f)

Eines der beliebtesten Formate im Fernsehen war eine Reihe, welches sehr dem „Wunschkonzert“ aus dem Hörfunk ähnelte. Nach mehreren Namensänderungen lief das Format ab dem 4. März 1941 als Show „Wir senden Frohsinn – wir spenden Freude“. Die Reihe blieb sehr erfolgreich und verzeichnete bis zum 12. März 1943 100 Folgen von je 60 bis 90 Minuten Dauer.¹⁷⁷

An dieser Stelle muss noch einmal auf die „Deutsche Wochenschau“ eingegangen werden. Zwar ist diese vornehmlich im Kinoprogramm gelaufen, jedoch finden sich öfter Ausschnitte dieses Formates im Fernsehprogramm des Dritten Reiches wieder und benötigen daher eine separate Betrachtung.

Bereits in der Weimarer Republik wurde versucht mit der „Wochenschau“ einen regelmäßigen Nachrichtenfilm zur Beeinflussung der Massen entstehen zu lassen. Die Fortsetzung dieses Ziels lässt sich ebenfalls, vor allem ab 1935, im Dritten Reich feststellen.¹⁷⁸ Da alle Verantwortlichen und Institutionen für die „Wochenschau“, genauso wie alle Filmschaffenden im Dritten Reich, Mitglied der Reichsfilmkammer unter dem Dach der Reichskulturkammer sein mussten, war die Lenkung und Kontrolle der Produktion durch NS-Vertreter vorausgesetzt.¹⁷⁹

Die am 10. Januar 1942 gegründete „Ufa-Film GmbH“ hatte zur Folge, dass keinerlei Filmproduktionen im Deutschen Reich außerhalb des staatlichen Konzerns ablaufen konnten und gaben die totale Kontrolle aller Arbeitsschritte in die Hände der Nationalsozialisten.¹⁸⁰

Im Dritten Reich wurde die „Wochenschau“ oftmals zur Berichterstattung von nationalen „Feierlichkeiten, die der Vermittlung der nationalsozialistischen Ideologie und der weltanschaulichen Ausrichtung der Bevölkerung dienen soll-

¹⁷⁷ Vgl. (Dussel, 2010, S. 121)

¹⁷⁸ Vgl. (Bartels, 2004, S. 76f)

¹⁷⁹ Vgl. Ebd., S. 43ff

¹⁸⁰ Vgl. Ebd., S. 61ff

ten“¹⁸¹, genutzt. Der Wunsch der imposanten Inszenierung solcher Aufnahmen wird in einem Bericht eines Redakteurs der Ufa deutlich: Die Kameramänner hatten „ein Bild [zu gestalten], das Auge und Gefühl in gleicher Weise befriedigt und packt.“¹⁸² Die bildliche Inszenierung der Aufnahmen wurde durch Schnitte, Musik und dem Kommentar der Redakteure propagandistisch unterstützt.¹⁸³

Diese Gestaltungsmerkmale sollten in der Kriegsberichterstattung der „Wochenschau“ weiter fortgesetzt werden. Der Einmarsch deutscher Truppen konnte wirkungsvoll gemäß der Propaganda aufbereitet werden sowie vermeintlich historische und heroische Geschehnisse aktuell und authentisch in der Bevölkerung verbreitet werden.¹⁸⁴

Diese Zusammenfassung der langen Geschichte der „Wochenschau“ soll einen Überblick der Aspekte für den Propagandaapparat schildern. Vor allem aufgrund ihrer Vielzahl an Gestaltungs- und Propagandamöglichkeiten ist die Verwendung von Ausschnitten dieser im Fernsehen nicht verwunderlich und bot ebenfalls eine Erweiterung der Einflussgruppe für das Format selbst.

5.2 Strategieanalyse und Ziele

Die gerade zu Beginn des Dritten Reiches vergleichsweise kleine Rolle des Fernsehens lässt an dieser Stelle nur schwer die Ziele in Bezug auf die inhaltliche Propaganda für das Fernsehen erörtern. Zu Anfang lassen sich zudem keine konkreten Aussagen der Verantwortlichen über dieses Thema finden.

Ansatzweise zeigen sich erste Ziele bzw. Hoffnungen der Nationalsozialisten für das neue Medium in der Eröffnungsrede Eugen Hadamovskys zum Beginn des Fernsehbetriebs am 22.3.1935:

¹⁸¹ (Bartels, 2004, S. 76)

¹⁸² Zitiert nach (Bartels, 2004, S. 88)

¹⁸³ Ebd., S. 91ff

¹⁸⁴ Ebd., S. 218ff

„Während wir hier im Saale atemlos lauschen und schauen, hat die Zeit eines neuen, unbegreiflichen Wunders begonnen. Nach dem 30. Januar 1933 hat der Rundfunk das Wort des Führers allen Ohren gepredigt. In dieser Stunde wird der Rundfunk berufen, die größte und heiligste Mission zu erfüllen: nun das Bild des Führers unverlöschlich in alle deutschen Herzen zu pflanzen.“¹⁸⁵

Dieses vermutlich eher als Wunschtraum zu bezeichnende Ziel bestärkt die These, dass das Fernsehen, in einer weiterentwickelten Form, die Stärken der nationalsozialistischen Massenbeeinflussung bestens umgesetzt hätte. Die für die NS-Größen wichtige emotionale Wirkung des gesprochenen Wortes, welche bereits durch den Hörfunk umgesetzt werden konnte, würde durch eine visuelle Unterstützung voraussichtlich die stärkste Beeinflussung auf die Menschen ausüben. Denn die, zu den Anfängen Hitlers, zumeist genutzte Form der Massenversammlungen würde so bestens medial umgesetzt werden, aber eine wesentlich höhere Reichweite erlangen. Doch ließen sich diese Möglichkeiten aufgrund des frühen technischen Stands des neuen Mediums Fernsehen weder in der Gestaltung noch in der Reichweite in dieser Form umsetzen.

Jedoch war in den ersten Jahren viel für die Weiterentwicklung des Mediums getan worden. In der Eröffnung immer weiterer Fernsehstuben und der Entwicklung besserer Kameras und Empfänger zeigen sich die Versuche der Verantwortlichen, dem Fernsehen eine größere Rolle in der Propaganda des Dritten Reiches einzuräumen. Neben der Weiterentwicklung für die eigene Volkspropaganda lässt sich die Ausbreitung des Fernsehens hin zu den Olympischen Spielen auch als außenpolitisches Prestigeprojekt erahnen. Der technische Vorsprung des Deutschen Reiches konnte so international propagiert werden.

Die Gewichtung der Unterhaltung im frühen Fernsehprogramm lässt darauf schließen, dass sie den ähnlichen Richtlinien folgte wie denen, die auch an den Hörfunk gestellt wurden. Die Betonung auf unterhaltende Sendungen und Reportagen lassen jedoch unterschiedliche Strategien und Gründe des Regimes vermuten.

¹⁸⁵ Zitiert nach (Reiss, 1979, S. 34)

Zum einen boten die hauptsächlich, aufgrund der Technik, live übertragenen Aufnahmen schlechte Inszenierungsmöglichkeiten für direkt propagandistische Veranstaltungen und Reden. Im Gegensatz zu der „Wochenschau“ und Filmen konnten Einstellungen nicht lange geplant werden, es waren weniger Schnitte möglich und es gab keine Kontrolle der Inhalte, bevor sie an die Öffentlichkeit gelangten. Aus diesem Grund wurden längere politische Interviews und Veranstaltungen wohl vermieden. Zum anderen konnten die beliebten Unterhaltungssendungen zu Anfang auch als Lockmittel genutzt werden, um mehr Menschen in die Fernsehstuben zu bringen.

Diese Hindernisse und Möglichkeiten muss die NS-Führung erkannt haben und forderte stets die Förderung von Unterhaltung und Entspannung im Rundfunk. Auch wenn dabei selten das Fernsehen explizit erwähnt wurde, galten diese Anordnungen wohl dennoch auch diesem.¹⁸⁶ In seiner Rede zur Rundfunkausstellung 1939 fordert Goebbels:

„Besonders angesichts des Ernstes der Zeit, die wir augenblicklich durchleben, hat der Rundfunk ganz bestimmte Aufgaben zu erfüllen. Es geht nicht so sehr darum, ein schweres und ernstes Programm, das am Ende nur ein Bruchteil des Volkes erfassen kann, zu senden, sondern vielmehr darum, den breiten Millionenmassen unseres Volkes in ihrem schweren Daseinskampf soviel wie möglich Entspannung, Unterhaltung, Erhebung und Erbauung zu vermitteln.“¹⁸⁷

Hier wird die bereits in der Analyse der Hörfunkstrategien thematisierte Taktik der indirekten Propaganda deutlich. Unterhaltung und vermeintlich fröhliche Stimmung sollte die Bevölkerung von der offensichtlichen Durchführung von Angriffskriegen, Verbrechen, Unterdrückungen sowie von Kriegsverlusten oder Ängsten ablenken, den Kriegswillen aufrechterhalten und die Überlegenheit deutscher Kultur propagieren.

Die Unterhaltung wandte sich vermutlich zunächst an die einsamen Hausfrauen, beschäftigte sie und lenkte davon ab, dass ihre Männer an der Front ihr Leben riskierten. Doch kann davon ausgegangen werden, dass das Fernsehen

¹⁸⁶ Vgl. (Reiss, 1979, S. 82)

¹⁸⁷ Zitiert nach (Reiss, 1979, S. 120)

aufgrund seiner vergleichsweise kleinen Reichweite keine entscheidende Rolle in dieser Phase der Propaganda spielte, sondern dies hauptsächlich über den Hörfunk, die Presse und dem Film umgesetzt wurde.

„Wochenschau“-Ausschnitte, wie sie öfter im Fernsehprogramm vorkamen, boten erfolgreiche Möglichkeiten zur Manipulation der Bevölkerung und inhaltliche Verzerrung von Geschehnissen. „Mit [einer] ‚realistischen‘ Berichterstattung, schmetternden Fanfaren und dem kollektiven Erleben [...] wurde eine hohe Authentizität und Emotionalität erreicht.“¹⁸⁸ Aufgrund dieser vermeintlich hohen Glaubwürdigkeit der selbst gesehenen Bilder konnten diese ausgiebig für die Erzählung von Heldentaten der Wehrmacht und militärischen Erfolgen genutzt werden.¹⁸⁹ Es wurde also versucht, das erfolgreiche Format der „Wochenschau“ aus dem Kino auch im Medium Fernsehen einzusetzen.

Mit der Unterbringung von Empfängern in Lazaretten ist hier die erste entscheidende und kriegswichtige Funktion des Fernsehens zu sehen. Mit der Taktik verwundete Soldaten im Lazarett mit Unterhaltungssendungen aufzumuntern und von den katastrophalen Folgen des Krieges abzulenken, konnte die Ausbreitung von Kriegsmüdigkeit und Pessimismus verhindert werden. Dies ist auch der erste wichtige Punkt, der das Fernsehen in seiner Propagandafunktion vom Hörfunk und anderen medialen Kanälen unterscheidet. Zudem vermag das Fernsehen in seiner modernen Art und vor allem in dem visuellen Erscheinungsbild womöglich eine größere emotionale Wirkung auf die Verwundeten gehabt haben, als der Hörfunk, welchen sie bereits vom Einsatz im Krieg kannten.

Die dauerhafte Nutzung von Wochenschauberichten vom Krieg, wie sie erst Fernsehintendant Herbert Engler plante, waren, wie vorherzusehen, bei den Verwundeten nicht erfolgreich, da sie zu einer gegenteiligen Wirkung von Ablenkung führten.

¹⁸⁸ (Koop, 2012, S. 117)

¹⁸⁹ Vgl. Ebd.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Fernsehen in seiner Organisation und seiner Rolle in der Propaganda stark mit dem Hörfunk zusammenhing. Im Gegensatz zum Hörfunk war seine Funktion allerdings in den ersten Jahren des Dritten Reiches eher ein Prestigeobjekt, als dass es eine große Wirkung auf die öffentliche Meinung ausübte.

Der frühe technische Stand des neuen Mediums verhinderte eine größere Erweiterung der Reichweite und bot in seiner inhaltlichen Gestaltung nicht die Möglichkeiten der Inszenierung, wie sie die Nationalsozialisten im Film oder Hörfunk zu nutzen versuchten.

Aus diesen Gründen lässt sich auch die eher zurückhaltende Position von NS-Größen wie Joseph Goebbels gegenüber dem Medium Fernsehen erklären. Diese Zurückhaltung zeigt sich unter anderem in der vergleichsweise geringen Anzahl der Anordnungen für das Fernsehen. Man konzentrierte sich mehr auf die Kanäle, welche nicht erst in ein paar Jahren vielleicht ausreichende Möglichkeiten für die Volkspropaganda bieten würden. Spätestens mit dem Ausbruch des Krieges war die Ausbreitung des Fernsehens für die ganze Bevölkerung zunächst nicht umsetzbar und stellte damit eine untergeordnete Rolle im Propagandaapparat des Dritten Reiches.¹⁹⁰

Die Rettung des Fernsehens ist daher in seiner Rolle als aufmunterndes und beschäftigendes Medium für verwundete Soldaten zu sehen. Aufgrund dieser Maßnahme ist das Fernsehen neben seiner Funktion als außenpolitisches Prestigeprojekt auch interessant für die Betrachtung der Medienstrategien im Dritten Reich.

Die Nutzung von „Wochenschau“-Ausschnitten lässt sich neben dem Senden geplanter Propagandafilme vor allem durch den Wunsch nach Information und Aktualität aus der Bevölkerung erklären. Dieser entstand besonders kurz vor bzw. mit Ausbruch des Krieges. Folgend konnte eine vermeintliche Berichter-

¹⁹⁰ Vgl. (Koop, 2012, S. 119)

stattung aller aktuellen Geschehnisse vorgetäuscht werden. Die eigentliche, meist angewendete Taktik, war dabei die Unterstützung der Glaubwürdigkeit der zumeist verzerrten Informationen, um eine vermeintliche „Echtheit“ der Aussagen zu bekräftigen und so eine positive Kriegsstimmung weiterhin aufrechtzuerhalten.

Der Versuch durch Imitationen von erfolgreichen Formaten anderer Medien lassen die Bemühung der Verantwortlichen erahnen, dem Fernsehen doch noch eine wichtige Rolle in der Bevölkerung und der Volkspropaganda zukommen zu lassen. Ein Beispiel hierfür ist die Show „Wir senden Frohsinn – wir spenden Freude“, welche in ihrem Aufbau und ihrer Funktion für die Propaganda sehr den Formaten aus dem Hörfunk, wie beispielweise dem „Wunschkonzert“ ähnelte.¹⁹¹

Die mit dem späteren Verlauf des Krieges einhergehende Zerstörung ließ allerdings die letzten Möglichkeiten des Fernsehens verstummen.¹⁹²

¹⁹¹ Vgl. (Reiss, 1979, S. 186ff)

¹⁹² Vgl. (Dussel, 2010, S. 121)

6 Schlussbetrachtung

In der Gesamtbetrachtung spielten die Printmedien, der Hörfunk und das Fernsehen im Dritten Reich eine entscheidende Rolle für die Propaganda. Ohne die teils große emotionale Wirkung der einzelnen Medienkanäle auf die deutsche Bevölkerung hätte sich die Propaganda wohlmöglich nie in dieser Form durchsetzen und ihre wahre Absicht vor dem Großteil der Bevölkerung verstecken können.

In der Betrachtung aller in dieser Arbeit analysierter Medien fällt auf, dass den Printmedien im Gegensatz zum Hörfunk und Fernsehen eine andere Rolle im Propagandaapparat Joseph Goebbels zukam. In der Presse ist der Schwerpunkt der Unterhaltung und Interaktion mit dem „Konsument“ in wesentlich geringerem Maße vorzufinden. Gründe hierfür sind in den Grundsätzen der nationalsozialistischen Propaganda zu sehen, welche hauptsächlich auf die emotionale Wirkung der persönlichen Reden basierte. Aus dieser Tatsache heraus, „galt die Presse als weniger wirkungsvolles Medium, jedenfalls bei den Machthabern und Medienregisseuren des NS-Regimes, die dem gesprochenen Wort allemal mehr zutrauten als dem gedruckten.“¹⁹³ Daher ist auch der vergleichsweise hohe Anteil der direkten Propaganda zu erklären und weniger der Gebrauch der unterbewussten Beeinflussung sowie indirekter Propaganda.

Dennoch waren die Printmedien zu Beginn des Dritten Reiches das vorherrschende Medium. Die Taktik der Printmedien bestand aus der dauerhaften Rechtfertigung und direkten Propagierung der nationalsozialistischen Ideologie und unterschied sich damit eindeutig zum Hörfunk und Fernsehen.

Mit der Reichweite der Printmedien konnten die gleichen Meinungen und politische Haltungen in nahezu allen Printerzeugnissen verbreitet werden. Dadurch entstand eine vermeintlich allgemeingültige öffentliche Meinung, die von einem möglichst großen Teil der Bevölkerung angenommen werden sollte.

¹⁹³ (Reichel, 1991, S. 171)

Die Maßnahme gab dem eigentlich ungeliebten Medium der NS-Regierung eine wichtige Aufgabe und verhinderte im gleichen Moment die Verbreitung einer regierungskritischen Meinung. Aufgrund seiner zu dieser Zeit großen Wirkung auf die Öffentlichkeit war eine strenge staatliche Regulierung für die Propaganda der Nationalsozialisten notwendig.

Bei der Gesamtbetrachtung des Hörfunks ist von Anfang an das hohe Interesse der neuen NS-Regierung festzustellen. Die bereits erwähnte emotionale Wirkung des gesprochenen Wortes konnte mit dem Hörfunk als erfolgreiches Stilmittel der nationalsozialistischen Propaganda fortgesetzt und wesentlich in ihrer Reichweite erweitert werden.

Die überraschendsten Ergebnisse in der Analyse der Hörfunkstrategien sind in der mehrmaligen Änderung der grundsätzlichen Programmgestaltung sowie der späteren Schwerpunktsetzung auf Unterhaltungssendungen und Musik zu finden.

Der Hörfunk bot der Regierung die Möglichkeit, spontan auf Geschehnisse und Stimmungen in der Bevölkerung zu reagieren. Daher lassen sich die mehrmaligen Änderungen der Programmgestaltung ebenfalls als Vorteil sehen. Durch Zu- und Abnahme direkter oder indirekter Propaganda sollte die Bevölkerung entweder in eine bestimmte Stimmung gebracht oder von einer aufkommenden Stimmung abgelenkt werden. Es wird dabei deutlich, dass die emotionale Wirkung des Radios speziell das Gemüt der Menschen ansprechen sollte anstelle ihrer Gedanken, wie es oft in der Presse versucht wurde.

Die Nutzung von Unterhaltung um von Missständen im täglichen Leben abzulenken ist dabei als grundsätzliche Taktik der Hörfunk-Propaganda ab 1936 zu sehen. Diese These unterstreicht eine Rede Goebbels in der Nationalsozialistischen Rundfunk-Korrespondenz am 10. Februar 1937:

„Erholung, Unterhaltung und Entspannung zu geben. Das ist keine Aufgabe zweiter, sondern allererster Klasse. Denn es ist ein Unterschied, ob ein Volk mit Freude und Optimismus seiner schweren Lebensaufgabe dient, oder ob es kopfhängerisch und pessimistisch den Sorgen des Alltags gegenübertritt.“¹⁹⁴

Um diese Wirkung auf möglichst alle Teile der Bevölkerung auszubreiten, war die schnelle Entwicklung der Rundfunktechnik natürlich essenziell. Dies fand sich auch in der geförderten Entwicklung immer besserer „Volksempfänger“ wieder.

Das Fernsehen ist im Vergleich zum Hörfunk in seiner Organisation und der inhaltlichen Gestaltung als „kleiner Bruder“ des Hörfunks zu sehen. Viele Anordnungen für das Radioprogramm sind ebenfalls weisend für das Fernsehprogramm einzuordnen.

Beim Vergleich der beiden Kanäle fällt ein weiterer Aspekt nationalsozialistischer Medienstrategie auf. Das Kopieren bzw. die Imitation erfolgreicher Formate aus anderen Medien in ein „neues“ Medium. Beispielhaft für diese Praxis ist zum einen das „Wunschkonzert“ aus dem Hörfunk, welches in ähnlicher Form im späteren Fernsehprogramm als Unterhaltungssendung „Wir senden Frohsinn – wir spenden Freude“ vorzufinden ist. Als ein anderes Beispiel kann auch die Nutzung von „Wochenschau“-Ausschnitten im Fernsehprogramm gesehen werden. Hier wurde ein äußerst wirkungsvolles und erfolgreiches Format aus dem Film bzw. Kinoprogramm zu Teilen in das Fernsehen übertragen.

Diese Maßnahme kann als geeignete Strategie bewertet werden, lässt aber auch die Zwangslage der NS-Verantwortlichen erkennen, Formate zu finden, welche möglichst alle Bevölkerungsschichten in gleichem Maße ansprechen.

Weiterhin ist die Aufgabe des Hörfunks als auch des Fernsehens in der Rolle des vermeintlich aktuell berichtenden Informator zu sehen. Diese Rolle wurde natürlich ausgiebig dazu benutzt eben aktuelle Geschehnisse zu verschweigen

¹⁹⁴ Zitiert nach (Reiss, 1979, S. 82)

oder zu verzerren. Die Authentizität der selbst gesehenen Bilder bzw. der selbst gehörten Berichte erzeugte die notwendige Glaubwürdigkeit.

Zuletzt ist aber der interessanteste Punkt der nationalsozialistischen Propagandastrategie der Einsatz unterbewusster, indirekter bzw. versteckter Propaganda, welche zum Großteil im Hörfunk- sowie im Fernsehprogramm aufzufinden ist.

Entgegen geltender Klischees sind hier mittels Musik und Unterhaltung die Emotionen und Weltanschauung der Menschen unterbewusst beeinflusst worden. Es ist anzunehmen, dass nur wenige Teile der Bevölkerung die versteckte Beeinflussung wahrnahmen, geschweige denn, die eher weniger ehrenvolle Absicht hinter dieser Maßnahme durchschauen konnten.

Diese Praktik ist als markant in der Propaganda des Dritten Reiches anzusehen und wird daher auch bereits in einer frühen Rede Joseph Goebbels vor Intendanten und Direktoren der Rundfunkgesellschaften am 25. März 1933 mehr als deutlich:

„Das ist ja das Geheimnis der Propaganda. Ich verwahre mich dagegen, daß [sic!] die Propaganda etwas Minderwertiges sei, denn wir säßen heute nicht in den Ministersesseln, wenn wir nicht die großen Künstler der Propaganda gewesen wären. Und wir hätten den Krieg nicht verloren, wenn wir die Kunst der Propaganda besser verstanden hätten. Das ist das Geheimnis der Propaganda: den, den die Propaganda fassen will, ganz mit den Ideen der Propaganda zu durchtränken, ohne daß [sic!] er überhaupt merkt, daß [sic!] er durchtränkt wird.“¹⁹⁵

Es zeigt sich also, dass selbst die NS-Führung, wenn man die Darstellung der wahren Absicht in dieser Rede annimmt, diesem Aspekt ihrer Propaganda einen Großteil des Erfolges zuspricht. Auch wenn Goebbels seiner eigenen Arbeit verständlicherweise immer Lob zukommen lassen wird, ist dieser Punkt in der Erörterung der nationalsozialistischen Medien- und Propagandastrategien als bedeutsamer Aspekt anzusehen.

¹⁹⁵ Zitiert nach (Schmitz-Berning, 2007, S. 479)

Der Autor zählt daher in seinem Fazit diesen Punkt mit zu den wichtigsten Taktiken in der Medienpolitik des Dritten Reiches. Die Forschungsfrage an sich lässt sich schwer in wenigen Sätzen beantworten. Vielmehr stellen alle aufgeführten Taktiken sowie die in den einzelnen Abschnitten erörterten Strategien die Versuche des NS-Regimes dar, die Meinung der deutschen Bevölkerung zu beeinflussen.

Ohne diese Instrumente lässt sich schwer vorstellen, dass die Regierung unter Adolf Hitler als Führer der deutschen Nation ihre Macht über Jahre hinweg halten und die Bevölkerung von immer brutaleren Taten ablenken bzw. zu diesen überzeugen konnte.

Literaturverzeichnis

Bartels, U. (2004). *Die Wochenschau im Dritten Reich - Entwicklung und Funktion eines Massenmediums unter besonderer Berücksichtigung völkisch nationaler Inhalte*. Frankfurt am Main [u. a.]: Peter Lang Verlag.

Bauer, K. (2008). *Nationalsozialismus – Ursprünge, Anfänge, Aufstieg und Fall*. Wien: Böhlau Verlag.

Benz, W. (2000). *Geschichte des Dritten Reiches*. München: Beck Verlag.

Bracher, K. D. (1970). *Die deutsche Diktatur: Entstehung, Struktur, Folgen des Nationalsozialismus*. Köln/Berlin: Kiepenheuer & Witsch Verlag.

Bundeszentrale für politische Bildung. (18. August 2006). *Argumente gegen rechtsextreme Vorurteile - Führerprinzip*. Abgerufen am 10. Mai 2017 von <http://www.bpb.de/politik/extremismus/antisemitismus/37986/argumente-gegen-rechte-vorurteile?p=9>

Deutsche Digitale Bibliothek. (23. Juli 2015). *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (Bestand)*. Abgerufen am 12. Mai 2017 von <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/YUFAUQRKFO34P6SFVZKYQLCEXYZW6ZDV>

Deutsches Historisches Museum. (11. Mai 2015). *"Sieg oder Bolschewismus"*. (Deutsches Historisches Museum, Herausgeber) Abgerufen am 4. April 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/pli14584>

Deutsches Historisches Museum. (kein Datum). *Eugen Hadamovsky 1904-1945*. Abgerufen am 19. Mai 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/biografie/eugen-hadamovsky>

Diller, A. (1980). *Rundfunkpolitik im Dritten Reich*. München: Deutscher Taschenbuch-Verlag.

Drechsler, N. (1988). *Die Funktion der Musik im deutschen Rundfunk 1933-1945*. Pfaffenweiler: Centaurus Verlagsgesellschaft.

- Dussel, K. (2010). *Deutsche Rundfunkgeschichte* (3. Aufl.). Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.
- Frei, N., & Schmitz, J. (1999). *Journalismus im Dritten Reich* (3. Aufl.). München: Beck Verlag.
- Hildebrand, K. (2012). *Geschichte des Dritten Reiches*. München: Oldenbourg Verlag.
- Hoor, C. (18. August 2015). *Die Reichskulturkammer*. (D. H. Museum, Herausgeber) Abgerufen am 12. Mai 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/kunst-und-kultur/reichskulturkammer.html>
- Husemann, M. (15. Januar 2016). *Deutsches Historisches Museum - Die NS-Rassenpolitik*. Abgerufen am 9. Mai 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/rassenpolitik.html>
- Kessler, H. (1981). *Die deutsche Frau - nationalsozialistische Frauenpropaganda im Völkischen Beobachter*. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag.
- Koch, H.-J. (2003). *Das Wunschkonzert im NS-Rundfunk*. Köln [u. a.]: Böhlau Verlag.
- Koch, H.-J. (2006). *Wunschkonzert - Unterhaltungsmusik und Propaganda im Rundfunk des Dritten Reichs*. Graz: Ares Verlag.
- Koop, A. (2012). *Das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920-1945*. Mainz: Verlag Hermann Schmidt.
- Koszyk, K. (1972). *Deutsche Presse 1914-1945*. Berlin: Colloquium Verlag.
- Lersch, E., & Dussel, K. (1999). *Quellen zur Programmgeschichte des deutschen Hörfunks und Fernsehens*. Göttingen/ Zürich: Muster-Schmidt Verlag.

- Meyn, H. (1992). *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland* (überarbeitete Neuaufl.). Berlin: Colloquium Verlag.
- Noller, S., & von Kotze, H. (1967). *Facsimile-Querschnitt durch den Völkischen Beobachter*. (S. Noller, & H. von Kotze, Hrsg.) München [u. a.]: Scherz Verlag.
- Pohle, H. (1955). *Der Rundfunk als Instrument der Politik - Zur Geschichte des deutschen Rundfunks von 1923-1938*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Pürer, H., & Raabe, J. (1994). *Medien in Deutschland Band 1 Presse*. München: Ölschläger Verlag.
- Reichel, P. (1991). *Der schöne Schein des Dritten Reiches - Faszination und Gewalt des Faschismus*. München/Wien: Hanser Verlag.
- Reiss, E. (1979). *"Wir senden Frohsinn". Fernsehen unterm Faschismus. Das unbekannte Kapitel deutscher Mediengeschichte*. Berlin: Elefanten Press Verlag.
- Rothfels, H., & Eschenburg, T. (Hrsg.). (April 1955). *Institut für Zeitgeschichte München - Berlin*. Abgerufen am 10. Mai 2017 von Vierteljahresshefte für Zeitgeschichte, 3. Jahrgang, 2. Heft: http://www.ifz-muenchen.de/heftarchiv/1955_2.pdf
- Schmidt, F. (1948). *Presse in Fesseln - Eine Schilderung des NS-Pressetrusts*. Berlin: Verlag Archiv und Kartei.
- Schmitz-Berning, C. (2007). *Vokabular des Nationalsozialismus* (2. Aufl.). Berlin: Walter de Gruyter Verlag.
- Schneider, W. (2000). *Alltag unter Hitler*. Berlin: Rowohlt Verlag.
- Scriba, A. (8. September 2014). *Die NS-Volksgemeinschaft*. (D. H. Museum, Herausgeber) Abgerufen am 10. Mai 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/volksgemeinschaft.html>

-
- Scriba, A. (11. Mai 2015). *Die NS-Kriegspropaganda*. (D. H. Museum, Herausgeber) Abgerufen am 4. April 2017 von <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/der-zweite-weltkrieg/innenpolitik/ns-kriegspropaganda.html>
- Stapelberg, M., & Aichinger, F. (kein Datum). *Die nationalsozialistische Ideologie*. Abgerufen am 9. Mai 2017 von https://michael.stapelberg.de/Dokumente/NS_Ideologie.pdf
- Thamer, H.-U. (1994). *Gewalt und Verführung - Deutschland 1933-1945*. Berlin: Siedler Verlag.
- Wulf, J. (1989). *Presse und Funk im Dritten Reich: eine Dokumentation*. Frankfurt am Main: Ullstein Verlag.
- Zeck, M. (2002). *Das Schwarze Korps - Geschichte und Gestalt des Organs der Reichführung SS*. Thübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Zimmermann, C. (2007). *Medien im Nationalsozialismus*. Wien: Böhlau Verlag.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname