

Facharbeit im Rahmen des Seminarfachs

„Medien im postfaktischen Zeitalter“

Jahrgang 12

Herr Kreitz

Campe- Gymnasium Holzminden

**Die Kriege der Plakate –
Das Plakat als Medium für deutsche
Kriegspropaganda im Ersten und Zweiten
Weltkrieg**

vorgelegt von

Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Definition Propaganda	4
3. Geschichte der Plakate.....	4
4. Plakate im Ersten Weltkrieg.....	6
4.1 Themen	7
4.1.1 Kriegsanleihen	7
4.1.2 Die deutsche Frau.....	8
4.1.3 Kriegsbeschädigte	8
4.1.4 Der Frontsoldat	9
4.2 Zwischenbetrachtung.....	10
5. Plakate im Zweiten Weltkrieg	10
5.1 Themen	10
5.1.1 Der nordische deutsche Mann	11
5.1.2 Die deutsche Frau in der Familie.....	11
5.1.3 Feindesdarstellung	12
5.1.4 Totaler Krieg	13
5.1.5 Die Hitlerjugend	13
5.1.6 Der Führerkult	14
5.2 Zwischenbetrachtung.....	15
6. Vergleich.....	15
7. Fazit	16
8. Quellenverzeichnis	18
9. Abbildungsverzeichnis.....	24
10. Anhang	25
10. Selbstständigkeitserklärung	32

1. Einleitung

Medien dienen als öffentliches Kommunikationsmittel mit dessen Hilfe Inhalte in der Öffentlichkeit verbreitet werden. Dabei beeinflussen sie die Gefühle der Menschen, die öffentliche und eigene Meinung und drücken Emotionen aus. Dass diese Funktionen auch ein großes Potential aufweisen missbraucht zu werden, überrascht dabei nicht. Bestes Beispiel dafür ist die sogenannte Kriegspropaganda. Bei der es darum geht, die öffentliche Meinung zugunsten der Kriegführenden zu manipulieren.

Die großen Kriege der Kriegspropaganda sind dabei sicherlich die beiden Weltkriege, allein schon aufgrund ihrer enormen Dimension auf allen Ebenen. Hinzu kommt, dass mit Anfang des 20. Jahrhunderts verschiedene Massenmedien immer mehr an Popularität gewannen und die Verbreitung von Medien somit immer einfacher und der Informationsfluss immer schneller wurde. Die verwendeten Medien waren dabei äußerst vielseitig. Besonders populär war das Plakat. Das Plakat zeigt eine Idee, Meinung oder ein Anliegen und soll dieses der großen Masse vermitteln. Es zeigt als Medium viele Besonderheiten gegenüber anderen Medien auf. Kaum ein Medium transportiert Themen und Ideen so emotionsgeladen, einfach und wirkungsvoll wie ein Plakat. Wenn wir heute auf ein solches Plakat schauen, berührt es uns noch immer, auch wenn wir heute mit dem Wissen der Vergangenheit andere Emotionen spüren als damals beabsichtigt. Aus diesen Gründen soll sich diese Arbeit mit Propagandaplakaten der beiden Weltkriege beschäftigen. Um eine bestmögliche Vergleichbarkeit herzustellen beschränkt sich die Arbeit auf deutsche Propagandaplakate.

Zunächst wird dabei einführend kurz erklärt, was überhaupt Propaganda ist und wie sie wirkt. Danach wird die Geschichte des Plakates mit den Besonderheiten des Mediums und dessen Vorteile für die Propaganda skizziert.

Anschließend wird anhand ausgewählter Plakate ausführlich erarbeitet, welche Themen die Plakate behandeln, welche Emotionen sie hervorrufen sollen oder wofür geworben wird und wie dies in der Darstellung konkret umgesetzt wurde.

Die dabei sofort auffallenden Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten der Plakate der zwei Weltkriege werden dann verglichen und der Transformationsprozess erklärt.

Die Ergebnisse werden abschließend in einem Fazit zusammengefasst.

2. Definition Propaganda

Das Wort Propaganda kommt ursprünglich vom lateinischen Verb „propagare“ und heißt so viel wie „verbreiten, ausdehnen, fortpflanzen“. Erstmalig wurde das Wort Propaganda im Jahr 1622 durch Papst Gregor XV bei der Kongregation „de propaganda fide“ genutzt, die im Versuch erwünschte Sichtweisen zu erzeugen und bestimmte Reaktionen zu steuern dem organisierten Protestantismus entgegenwirken wollte. Das Wort „Propaganda“ aus dem Namen dieses päpstlichen Instituts wurde in viele Sprachen übernommen.¹

Propaganda bedeutet eine „systematische“ Verbreitung politischer und weltanschaulicher Ideen und Meinungen mit massiven publizistischen Mitteln. Mit dem Ziel, das allgemeine politische Bewusstsein, das Denken, Handeln und Fühlen der Menschen in bestimmter Weise zu beeinflussen. Beispielsweise im Krieg, um Anhänger zu gewinnen oder von der Notwendigkeit des Krieges zu überzeugen.²

Die differenzierte Darstellung von verschiedenen Sichtweisen auf das Ereignis wird vermieden und Informationen werden vermischt. So werden mit Täuschungen und Verdrehung von Tatsachen die Emotionen und das Verhalten des Menschen gesteuert. Die Propaganda manipuliert dadurch die Gedanken der Menschen.³

Kriegspropaganda tritt in unterschiedlicher Form auf. Es gibt Propagandaformen, die ohne den Einsatz von Medien auskommen. Dazu zählen Reden, Predigten oder Lieder. Durch den technischen Fortschritt und der Weiterentwicklung von verschiedenen Medien kommt es zu weiteren Formen der Propaganda. Häufig eingesetzte Formen sind Flugblätter, Artikel fotografische Aufnahmen, Filmaufnahmen, Radiosendungen oder das Plakat.⁴

3. Geschichte der Plakate

Generell lassen sich zwei Arten von Plakaten unterscheiden, Werbeplakate und politische Plakate. Obwohl beide Arten verschiedene Intentionen verfolgen, geht Ihre Geschichte auf die gleichen Wurzeln zurück.⁵

¹ Vgl. Perné, Kriegspropaganda

² Vgl. Bpb (Hrg.), Was ist Propaganda?

³ Ebd.

⁴ Ebd.

⁵ Vgl. Klein, Die Geschichte des Plakats

Die Geschichte des Plakates beginnt bereits sehr früh im antiken Rom, indem behördliche Bekanntmachungen oder Gesetze auf weißen Holztafeln verbreitet wurden. Der Durchbruch des Plakats als Massenmedium gelingt allerdings erst im 15. Jahrhundert mit der Erfindung des Buchdrucks.⁶

Die Französische Revolution stellt den ersten Meilenstein in der Geschichte der Plakate dar. Die Kernaussagen der Revolution *Liberté, égalité und fraternité* wurden auf den Plakaten zum Ausdruck gebracht. Zu dieser Zeit war die politische Plakatierung in Deutschland erheblich eingeschränkt und teilweise ganz untersagt. Lediglich Ernst Litfaß erhielt 1850 das Recht öffentlich Plakate anzubringen und errichtete im Jahr darauf seine erste Werbesäule. Damit eröffneten sich völlig neue Möglichkeiten zur Verbreitung von Plakaten. In der Zeit des Jugendstils wurden die Arbeiten bekannter Künstler weit verbreitet und erwiesen sich bei Kunstfreunden von großer Beliebtheit.⁷

Im Ersten Weltkrieg wurde das Plakat vor allem von den Alliierten zum Zwecke der politischen Propaganda eingesetzt. Die Plakate im Ersten Weltkrieg wurden dann zur Rekrutierung der Soldaten und zur verzerrten Darstellung des Feindbildes genutzt. Das Plakat wurde zur Normalität.⁸

In der Weimarer Republik erhielt der Beruf des Plakatgestalters eine wichtige Bedeutung. 1922 legte das Deutsche Institut für Normung einheitliche Papierformate nach DIN 476 fest. Es entstanden Berufsverbände und Fachzeitschriften wurden der Gesellschaft zur Verfügung gestellt.⁹ Die politische Auseinandersetzung zwischen den Parteien erfolgte vorzugsweise während der Weimarer Zeit durch die Plakate.¹⁰

Im Zweiten Weltkrieg bekam das Plakat eine starke politische Funktion, Parteien warben für ihre Mitgliedschaft und propagierten die Errungenschaften des Systems. Truppenrekrutierung und Darstellung des Feindes wurde der Mittelpunkt von Plakaten.¹¹ Sie wurden staatlich kontrolliert und funktionalisiert und sollten zur Ideologisierung und Militarisierung der Gesellschaft beitragen.¹²

Das Plakat heute gilt immer noch als wirksame Werbeform. Doch das Plakat im klassischen Sinne wurde durch Leuchteffekte oder bewegende Elemente verstärkt, um noch mehr

⁶ Vgl. Marlene, Die Geschichte des Plakates

⁷ Ebd.

⁸ Ebd.

⁹ Ebd.

¹⁰ Vgl. Sauer, Historische Plakate

¹¹ Vgl. Marlene, Die Geschichte des Plakates

¹² Vgl. Sauer, Historische Plakate

Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Seit 1972 sorgt der Deutsche Werberat dafür, dass zahlreiche Gesetze eingehalten und der Verbraucher mit keiner inakzeptablen Werbung konfrontiert wird.¹³

4. Plakate im Ersten Weltkrieg

Zur Zeit des Ersten Weltkrieges diente das Plakat bereits als ein günstiges, in Massenproduktion hergestelltes, anerkanntes Kommunikationsmittel. Die ersten Plakate des Weltkrieges stützten sich ganz schlicht und einfach auf Text, um ihre Botschaft zu vermitteln (vgl. Abbildung 1). Sie dienten unter anderem für Bekanntmachung der deutschen Militärbehörde, als Veranstaltungshinweise sowie als Werbung für Kriegsanleihen. Die Bekanntmachung des Mobilmachungsbefehls, die Mitteilung über die Verhängung des Kriegszustandes und die Einberufung des Landsturms, wurde dem Bürger über erste Schriftplakate bekanntgegeben. Ab 1916 wurden vermehrt Bildplakate für Werbung der Kriegsanleihen und verschiedene Rohstoffsammlungen eingesetzt, da bereits bekannt war, dass die Aussagen und Ideen von Plakaten mit großer Wirkung bei der Bevölkerung ankamen.¹⁴

Erst gegen Ende des Ersten Weltkrieges wurde sich die deutsche Regierung ihrer Defizite und ihrem Rückstand hinsichtlich der Propaganda im Vergleich zu ihren Gegnern bewusst. Die Deutschen wussten, dass sie den Ersten Weltkrieg propagandistisch verloren hatten. Es verwundert, dass dieses Defizit solange Bestand hatten. Verspätet bildeten sich nun somit erste Organisationen einer staatlichen Bildpropaganda. Eine der wichtigsten Organisationen war das 1917 gegründete Bild- und Filmamt (Bufa), das die bei der obersten Heeresleitung und dem Auswärtigen Amt angesiedelten Film-, Bild- und Presseabteilungen vereinigte. Das Bufa versorgte das Inland und die Front mit Film- und Bildmaterial, richtete Feldkinos ein, zog Filmgesellschaften zur Produktion im Regierungsauftrag heran und verfügte sogar über eigene Bildreporter und Filmtruppen.¹⁵

Die Plakate beschränkten sich auf wenige Themen mit Schlagwörtern. Sie waren einfach gestaltet, in einem großen Format und mit markanter Schrift. So konnte sie jeder verstehen. Ironische Darstellungen wurden vermieden. Die Plakate sollten die große Masse ansprechen und Emotionen leiten.¹⁶

¹³ Vgl. Marlene, Die Geschichte des Plakates

¹⁴ Vgl. Deutsche Nationalbibliothek (Hrg.), Plakate

¹⁵ Vgl. Gerhard, Bilder als Waffe

¹⁶ Vgl. Jahnz, Nationalsozialistische Propaganda

4.1 Themen

Die wichtigsten Themen auf Plakaten zur Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges waren Kriegsanleihen, die deutsche Frau, Kriegsbeschädigte und der Frontsoldat. Im folgendem werden die Themen und Intentionen dahinter genauer vorgestellt, der historische Kontext aufgezeigt und am Beispiel erläutert.

4.1.1 Kriegsanleihen

Das Werben für Kriegsanleihen ist das zentrale Motiv insbesondere am Anfang des Krieges. Diese waren für das Deutsche Reich existenziell, da sie ohne diese finanziellen Mittel, keinen Krieg hätten führen können. Insgesamt gab es 9 Kriegsanleihen im Ersten Weltkrieg, die zusammen 97 Milliarden Mark erwirtschafteten. Die Zeichner dieser Kriegsanleihen erhielten jedoch so gut wie kein Geld zurück, da es im Falle eines verlorenen Krieges, die Kriegsanleihen nicht zurückgezahlt wurden.¹⁷ Kriegsanleihen wurden meist begleitet durch eine massive Propaganda. Überzeugen sollten die Kriegsanleihen mit persönlichen und auf die Gesellschaft abgestimmten einfachen Motiven.¹⁸

Die Plakate zu Kriegsanleihen waren bis zur sechsten Kriegsanleihe nur Schriftplakate (vgl. Abbildung 2). Erst mit der sechsten wurde das Motiv des Soldaten genutzt (vgl. Abbildung 3). Der Soldat sollte mit seinem starren Blick in die Ferne entschlossen, zuversichtlich hinsichtlich eines Sieges, unbeugsam und wissend wirken. Gut ausgestattet mit neuster, moderner und materialintensiver Ausrüstung wurde die Dringlichkeit für die Beschaffung von Geld, deutlich. Mit seinem Stahlhelm, seiner Gasmaske und dem Stacheldraht, waren alle charakteristischen Elemente des Schützengrabens auf dem Plakat zu finden.¹⁹

Insgesamt sollten diese Plakate die Verbindung zum Volk und zur Heimat herstellen, weil sich jeder Bürger mit dem Soldaten identifizieren konnte. Ob als Vater, Sohn oder Ehemann, die Hoffnung auf deren baldige Heimkehr oder dass der „Heldentod“ nicht umsonst gewesen war, sollte deutlich werden. Außerdem war das Plakat erstmals mit einem realistischen, menschlichen Soldaten geschmückt, was man von der Entente nicht kannte (Vgl., Abbildung 4, Abbildung 5 und Abbildung 6).²⁰

¹⁷ Vgl. Lewald, Kriegsanleihen und Propaganda im Ersten Weltkrieg

¹⁸ Ebd.

¹⁹ Vgl. Deutsches Historisches Museum (Hrg.), Krieg und Frieden

²⁰ Vgl. Stiftung Deutsches Historisches Museum (Hrg.), Begleitheft zur Dauerausstellung – Der erste Weltkrieg

Als weitere häufige Darstellungen, wurden Plakate mit Abbildungen, die das Familienglück widerspiegeln, gezeigt. (vgl. Abbildung 7). Hoffnungen auf eine unbeschwerte Zukunft in den Kreisen der Familie sollte geweckt werden.

Auch die Macht sollte durch Plakate mit Bildern von den Führern demonstriert werden. Abbildungen Hindenburgs auf Plakaten sollte eine Nähe zum Volk vorspiegeln und ein Bild der Mächtigen zeigen, die ihr Volk zum Sieg bringen (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 9).

4.1.2 Die deutsche Frau

Die Frau bekam im Ersten Weltkrieg eine zunehmend wichtige Rolle. Was sich auch auf den Plakaten widerspiegelt. Sie wurde für die Arbeit in Fabriken, im Heimatheer und für die Pflege von Verwundeten benötigt. Die Frauen waren dafür zuständig in den Munitions- und Waffenfabriken sowie der Rüstungsindustrie zu arbeiten, damit ihre Männer an der Front genug Material zur Verfügung hatten. Ihnen wurden Arbeiten wie Post austragen, Lastwagen und Straßenbahn fahren, Felder bestellen und ernten, zugeschrieben. Berufe, die vormals den Männern vorbehalten waren, wurden jetzt den Frauen übertragen. Sie wurden dafür geringer entlohnt als Männer und besaßen meistens keine Fachausbildung. Zusätzlich mussten sie für ihr Heim und ihre Familie sorgen, solange die Ehemänner an der Front kämpften. Somit ergab sich eine Diskrepanz zwischen den neuen Aufgaben der Frauen, die diese im Krieg von ihren Männern übernehmen mussten und der propagandistischen Darstellung. Die Plakate zeigen weiterhin das klassische Rollenverständnis der Frau als Hausfrau, Mutter und Unterstützerin ihres Mannes (vgl. Abbildung 10).²¹

Ein weiteres Plakat zeigt, wie die Frau eine Hand auf der Schulter des Mannes legt und mit der anderen Hand ihrem Mann eine Granate überreicht. Sie ist mit Rock und Kleid ausgestattet und starrt, wie ihr Mann, in die Ferne (vgl. Abbildung 11). Andere Abbildungen zeigen die Frau als Mutter, die mit ihren vier Kindern gezeigt wird. Die Mutter wird als schöne junge Frau mit einem steten Lächeln gezeigt (vgl. Abbildung 10).

4.1.3 Kriegsbeschädigte

Das dritte Thema, welches beim Betrachten der Plakate auffällt, sind die Plakate um die Kriegsbeschädigten.

²¹ Vgl. Deutsche Welle, (Hrg), Zwischen Küche und Fabrik

Die Zahl der Kriegsbeschädigten im Ersten Weltkrieg stieg exorbitant. Dies war unter anderem auf die Massenvernichtungswaffen, wie z.B. Gasangriffe zurückzuführen. Es gab schwer verwundete, erkrankte oder für das gesamte Leben gezeichnete junge Männer. Diese konnten nicht so effektiv oder auch gar nicht mehr arbeiten. Dies belastete die Familien, aber auch die Kriegsmoral und die zukünftige Wirtschaftsfähigkeit des Landes enorm.

Die Ludendorff-Spende, benannt nach General Ludendorff, wurde ins Leben gerufen, um die Kriegsbeschädigten finanziell zu unterstützen. Dies sprach besonders die Menschen an, die ihre Liebsten im Krieg verloren hatten. Sie wollten helfen anderen Familien ein normales Leben zu schenken, welches ihnen selbst durch den Krieg genommen wurde.

Plakate mit dem Thema der Kriegsgeschädigten wurden so umgesetzt, dass die Bevölkerung sich leicht mit dem Schicksal des Gezeigten identifizieren konnte. Dabei setzen die Plakatgestalter auf eine klare Sprache der Mimik und Gestik. Das Gesicht des Kriegsbeschädigten ist traurig und blass. Er schaut mit geneigtem Blick auf das Werkzeug in seiner Hand. Hiermit wird die Wehmut ausgedrückt, dass er so mit seinen Kriegsverletzungen seinen Beruf nicht mehr ausüben kann. Seine Behinderung wird durch die im Bild gezeigte Gehhilfe, die der Mann in der Hand hält, gezeigt (vgl. Abbildung 12 und Abbildung 13).

4.1.4 Der Frontsoldat

Um weitere Soldaten zu rekrutieren, wurde häufig der gute Frontsoldat auf Plakaten dargestellt. Es sollte dem Betrachter Normalität suggerieren und den Feldsoldaten als starken, tapferen Kämpfer darstellen. Der Soldat sollte auf keinen Fall als Leidender angesehen werden. Er wurde unter anderem als fröhlicher Soldat im Schützengraben liegend gezeigt, was Stärke ausstrahlen sollte. Diffamierende Darstellungen der Entente-Soldaten sind nur selten zu sehen (vgl. Abbildung 4 und Abbildung 3).²²

Die Darstellung mit geballter Faust und gut ausgestatteter Ausrüstung zeigt Kampfbereitschaft. Der meist in die Ferne schweifende Blick drückt Entschlossenheit, in den Kampf zu ziehen, aus.²³

²² Vgl. Gerhard, Bilder als Waffe

²³ Vgl. Sauer, Historische Plakate

4.2 Zwischenbetrachtung

Die Plakate des Ersten Weltkrieges zielten darauf ab den Patriotismus zu fördern und das Gefühl der Gemeinschaft zu stärken. Der Gedanke an ein gemeinsames, machtvolles Volk, sollte zum Ausdruck gebracht werden.

Die Plakate wurden eingesetzt, um Ressourcen zu beschaffen oder Geld zu sammeln. Außerdem sollten sie den Menschen das Gefühl verleihen, dass sie für den Krieg wichtig sind und auch sie ihren Teil dazu beitragen können.²⁴

5. Plakate im Zweiten Weltkrieg

1939 wurde das Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) -im Volksmund „Promi“- unter Joseph Goebbels gegründet. Diese Organisation sollte die Medien des deutschen Volkes kontrollieren und hat diese hinzukommend stark manipuliert. Mit gezielter Manipulation durch die Medien sollte den Menschen das Denken abgenommen werden und ihr Handeln sollte ganz alleine auf den Ideen und Anschauungen basieren, die ihnen vermittelt wurden.²⁵

Abertausende Plakate wurden entworfen und gestaltet. Dabei wurde besonders auf die künstlerische Ausarbeitung geachtet. Künstler des Bauhauses die für Moderne und Aufbruch standen, wurden zur Plakatgestaltung herangezogen.²⁶ Wahlplakate und die demokratische Kultur in der Darstellung verschwanden.²⁷

Im Zweiten Weltkrieg wurde nun für Organisationen und für deren Veranstaltungen geworben, wobei die nationalsozialistische Weltanschauung mit propagiert wurde.²⁸

5.1 Themen

Der erste Weltkrieg ging propagandistisch verloren. Aber mit Beginn des Zweiten Weltkrieges wussten die Deutschen die Sprache des Propagandaplakates zu deuten. In diesem Wissen bedienten sich die Nationalsozialisten einer anderen und intensiveren Darstellung und schufen eine neue Vielfalt der Themen.²⁹

²⁴ Vgl. Rilling, Manipulierte Wirklichkeit

²⁵ Vgl. Echtenkamp, Kriegsideologie, Propaganda und Massenkultur

²⁶ Vgl. Fürstenau, NS-Plakate: Kunstvolle Plakate

²⁷ Vgl. Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (Hrg.), Politische Plakate

²⁸ Vgl. Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 196

²⁹ Vgl. Stürmer, Alarm an jeder Straßenecke

5.1.1 Der nordische deutsche Mann

Im Zweiten Weltkrieg wurde die Rassenideologie Hitlers weitergeführt und das nationalsozialistische Idealbild des nordischen Mannes entstand. Es gab besondere Merkmale die einen nordischen, deutschen Menschen ausmachen. Hans F.K. Günther (Laienanthropologe) ist Begründer der NS-Rassenideologie und beschrieb den nordischen Menschen in seinem 1922 erschienenen Buch „Kleine Rassenkunde des Deutschenvolks“ als „hochgewachsen, hochbeinig, schlank“, „langköpfig-schmalgesichtig“ mit einem „schmalen Gesicht mit ziemlich schmaler Stirn, schmaler, hochgebauter Nase und schmalen Unterkiefer mit betontem Kinn“. Er wird als sehr groß und blond gezeigt. Die Augen des typisch „deutschen Mannes“ sind meistens klar, leuchtend und glitzernd abgebildet. So wurden die äußeren Merkmale des nordischen, deutschen Menschen ganz klar festgehalten.³⁰ Sein Abbild symbolisiert Ausdruck und Stärke und soll dem Bürger nur die starken Seiten eines Mannes zeigen, die im Krieg gewünscht sind.

Insgesamt ist dieses Stilelement charakteristisch auf jedem Plakat nach dem gleichen Muster aufgebaut. Die Person wird zentral auf dem Plakat positioniert und man kann das Seitenprofil mit dem markanten Kieferknochen sehen. Oft werden nationalsozialistische Symbole mit großem Wiedererkennungswert auf den Plakaten verwendet (vgl. Abbildung 14, Abbildung 15 und Abbildung 16).

5.1.2 Die deutsche Frau in der Familie

Den Frauen im Zweiten Weltkrieg kam eine neue Rolle zu. Sie waren ihrem Mann eine treue und liebende Ehefrau, sie konnte aber auch im Luftschutz tätig sein. Die Frauen wurden wie bereits die Männer als Idealbild, stets positiv und glücklich, dargestellt. (vgl. Abbildung 17). Bei diesem Plakat sind die nationalsozialistischen Symbole auffällig, die das Gemeinschaftsgefühl und die Verbundenheit zu dem Volk symbolisieren sollten.

Auf weiteren Bildern wird die Frau standhaft gezeigt und wird im Zusammenhang mit der Familie dargestellt. Dabei wird sie in der Regel mit einem Rock oder Kleid gezeigt, was die Weiblichkeit betonen soll. Ihr Gesicht ist klar gezeichnet und weist einen markanten Kieferknochen auf. Sie wird meistens seitlich und nicht frontal dargestellt. In dieser Hinsicht ergeben sich somit Parallelen zur Darstellung der Männer auf den Plakaten. Ihr Blick schweift entweder in die Ferne, oder ist auf ihren Mann oder ihre Kinder gerichtet (vgl. Abbildung 18).

³⁰ Vgl. Günther, Kleine Rassenkunde des deutschen Volkes, S. 9-12

Da ihr hellblondes Haar meist hochgesteckt oder kurz ist, lenkt nichts von ihrem „nordisch“ proportionierten Gesicht – den großen Augen, der geraden, schmalen Nase, den rosigen Wangen und dem sinnlich roten, lächelnden Mund, aus dem die weißen Zähne strahlen, ab (vgl. Abbildung 19).³¹

Das Familienbild des Nationalsozialismus war ein propagandistisches Idealbild. Die Eltern sollten in den beschriebenen vorgegebenen Rollen von Vater und Mutter bleiben. Dabei wurde der Vater als starker, unerschütterlicher Held gefeiert und die Frau wurde gerade gegen Ende des Krieges und der hohen Todeszahlen an der Front als gebärfreudig dargestellt, um die Verluste durch die Gefallenen zu kompensieren.

5.1.3 Feindesdarstellung

Im Zweiten Weltkrieg ist eine deutliche Veränderung im Hinblick auf die Darstellung der Feinde und auf andere Kulturen entstanden. Feinde werden oft körperlich deformiert und denunzierend dargestellt. Ganze Kulturen werden für den Krieg verantwortlich gemacht und der Begriff „Rasse“ wird in Abgrenzung zu anderen Kulturen verwendet.³²

Die Gegner und Feinde der Deutschen wurden im zweiten Krieg karikaturistisch verzerrt dargestellt. Sie wurden zeitweise nicht menschlich dargestellt. Das deutsche Volk hingegen sollte sich als einzig wahre Nationalität begreifen. Alle anderen waren für die Deutschen „Menschen zweiter Klasse“.³³

Die schlimmsten und erniedrigten Feindesdarstellungen, waren die Darstellungen der jüdischen Bevölkerung. Ihnen wurde die Schuld und die Verantwortung für den Krieg zugeschoben (vgl. Abbildung 20). Sie wurden oft auf Plakaten charakterisiert mit einem Anzug und einem Judenstern. Sie wurden mit dicken Köpfen und Körpern gezeichnet. Der Gesichtsausdruck der Juden wurde beängstigend und furchteinflößend gezeichneten. Die Juden wurden auf den Plakaten bloßgestellt und es wurde bildlich mit dem Finger auf sie gezeigt. So wurde der Bevölkerung verdeutlicht, wie sie die Juden als Mitbürger behandeln sollten (vgl. Abbildung 21).

Nicht nur die Juden wurden auf den Plakaten dargestellt, sondern auch andere Feinde der Deutschen. So wurden zum Beispiel die Engländer unter einer übergroß dargestellten Hand eines Deutschen dargestellt. Mit der Aufschrift „In den Staub mit allen Feinden“, welche durch rote Farbe auffällig ist. Das Plakat zeigt in aller Deutlichkeit, wie Feinde zu

³¹ Vgl. Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 136

³² Vgl. Stürmer, Alarm an jeder Straßenecke

³³ Vgl. Stürmer, Alarm an jeder Straßenecke

behandeln sind und macht das mit einer metaphorischen Darstellung und genauer Nennung der Feinde deutlich (vgl. Abbildung 22).

René Grohnert, Leiter des Deutschen Plakat Museums, kennt zahlreiche Drucke aus dieser Zeit und auch die Auswüchse der Feindesdarstellung, die die neue aggressive Bildsprache bot:

"Es ging um Entwürdigung, um Lügen, um Hass und Angst. Der Krieg wurde mit einer neuen Härte geführt. Der Feind wurde karikiert, man stellte ihn als etwas Böses oder Niederes dar, jedenfalls als einen Menschen, der dem Deutschen nicht gleichwertig war - oder als Tier."³⁴

5.1.4 Totaler Krieg

Der totale Krieg wurde von Goebbels ausgerufen, um ein schnelles und einfaches Ende zu ermöglichen und die Gegner zu demütigen. Unter dem „totalen Kriege“ verstand man folgende Definition: Totale Mobilisierung, totale Kontrolle, totale Kriegsziele und totale Kriegsmethoden.³⁵

Die Plakate zum Thema „totaler Krieg“ zeigen wieder das Idealbild des nordischen deutschen Mannes. Um die Muskeln und somit die Stärke des Volkes zu verdeutlichen, wird der große, blonde Mann mit hochgekrempelten Ärmeln gezeigt. Auch das einfache Volk, wie Bauern und Arbeiter sind zu erkennen, die mit ihren einfachen, unterentwickelten Waffen in den Krieg ziehen sollten. Dies sollte die Entschlossenheit der Massen hervorheben. Die Plakate sind dunkel gehalten mit vielen schwarzen und grauen Tönen und zeichnen sich durch die rote Schrift und nationalsozialistische Symbole aus. Die Schrift gibt den Plakaten die eigentliche Bedeutung und soll als „Alarmfarbe“ für viel Aufmerksamkeit sorgen (vgl. Abbildung 15 und Abbildung 16).

5.1.5 Die Hitlerjugend

Der 1. Dezember 1936 war der Tag, an dem das „Gesetz über die Hitlerjugend“ erlassen wurde. Die NSDAP lies die Hitlerjugend (HJ) zur „anerkannten Ausbildungsstätte“ und einzigen Jugendorganisation im nationalsozialistischen Deutschland werden. Die HJ erzog die Jugendlichen im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie. So wurden sie auf ihre Rolle als Wehrmachtssoldaten vorbereitet. Die zentrale Aufgabe lag auf der Körpertüchtigung und dem paramilitärischen Drill. In der HJ sollten Tapferkeit, Treue, Kameradschaft, Gemeinschaftssinn, Pflichterfüllung und Wehrbereitschaft gestärkt

³⁴ Vgl. Stürmer, Alarm an jeder Straßenecke

³⁵ Vgl. Neitzel, Der totale Krieg

werden. (vgl. Abbildung 14, Abbildung 19, Abbildung 23, Abbildung 24, Abbildung 25 und Abbildung 26).³⁶

Die Aufgaben und Aktivitäten änderten sich im Laufe des Krieges enorm. Ausflüge und Lagerfeuer waren eine Seltenheit geworden. Stattdessen mussten die Jugendlichen Zivilschutz und Aufräumarbeiten nach Bombenangriffen durchführen. Spenden, Kleider und Altmetall sammeln. Der Umgang mit Waffen wurde zum Alltag.³⁷

Es finden sich viele Darstellungen von Jugendlichen und der Hitlerjugend auf Plakaten. Meistens sind die Plakate mit männlichen Personen dargestellt, die dem Idealbild eines nordischen Mannes entsprechen. Die Konturen der Darstellungen sind sehr stark, deutlich und abgesetzt. Die Abbildungen der Männer sind meist blond und vom seitlichen Profil zu sehen. Der Blick in die Ferne deutet auf Kampfgeist und Entschlossenheit hin. Wieder lassen sich die nationalsozialistischen Symbole finden (vgl. Abbildung 27). Auf vielen Plakaten ist ein Jugendlicher, der aufstrebt im Krieg zu kämpfen, mit einem erwachsenen Soldaten abgebildet. Der Soldat symbolisiert das Idealbild des Frontsoldaten, auf welches die Jugendlichen hinarbeiten sollen. Mit dem einfachen Design und der meist roten, deutlichen und markanten Schrift, wird die Botschaft des Plakates verdeutlicht und dabei soll die Entschlossenheit des Abgebildeten auf den Zuschauer übertragen (vgl. Abbildung 24 und Abbildung 26).

5.1.6 Der Führerkult

Hitler war als Führer des Deutschen Reiches eine autoritäre Person, auf die das Volk heraufblicken sollte. Er wurde im Krieg und schon davor als überirdische Erscheinung und Heilsbringer inszeniert. Er gab sich als Mann des Volkes. Er wurde als „Religionersatz“ gesehen und wurde von vielen Leuten verehrt.³⁸ Immer wieder wurden seine „Eigenschaften“ angepriesen und beschrieben. Er wurde als einfacher Mann des Volkes, Kinderfreund, technikbegeisterter Autofahrer, als Naturliebhaber und Hundefreund dargestellt und wurde als allseits beliebten Führer gepriesen.³⁹

Hitler wurde auf Plakaten als standhafte Person gezeigt. Sein seitliches Profil wurde mit einem entschlossenen Blick in die Ferne gezeigt. Seine Arme und Hände hat er auf einem Stuhl abgelegt oder in die Seite gestemmt. Angekleidet ist er mit einer Uniform, Hemd und Krawatte. Ausschließlich sein Oberkörper wird gezeigt. Die Schrift auf den Plakaten

³⁶ Vgl. Mitteldeutscher Rundfunk (Hrg.), Die Hitlerjugend

³⁷ Vgl. Mitteldeutscher Rundfunk (Hrg.), Die Hitlerjugend

³⁸ Vgl. Bpb (Hrg.), Adolf Hitler – Führerkult im Nationalsozialismus

³⁹ Vgl. Lebendiges Museum Online, Die NS-Propaganda

ist immer mit einer Aufforderung oder Aussage über Hitlers Eigenschaften und dem sicheren Sieg gewählt (vgl. Abbildung 28).

5.2 Zwischenbetrachtung

Die Plakate des Zweiten Weltkrieges erhielten eine ganz neue Dimension. Die künstlerische Gestaltung wurde erweitert und die bildhaften Aussagen wurden immer deutlicher. Die Plakate drückten vor allem Dynamik und Kraft aus, um die Zielsetzung der NSDAP durchzusetzen.⁴⁰

6. Vergleich

Ein großer Unterschied fällt in der Wahl der gezeigten Themen auf. Der Erste Weltkrieg war nur mit wenigen Themen und wenigen Propagandaplakaten ausgestattet. Die meisten Plakate waren Schriftplakate und erst mit der sechsten Kriegsanleihe wurden Personen auf Plakaten dargestellt. Zunächst wurden ausschließlich Sachtexte und Schriftplakate erstellt, bei denen jegliche Form von Emotionen fehlten. Die Plakate dienten als Informationsquelle, es wurde für die Parteien geworben und die demokratische Kultur in der Darstellung verwandt.

Auf den Plakaten des Zweiten Weltkrieges sind vielfältige Themen und bildliche Darstellungen erkennbar.

Die Propaganda im Ersten Weltkrieg bezog sich eher auf das deutsche Volk und hatte keine Intention Feinde deformierend darzustellen. Dies war im Zweiten Weltkrieg grundlegend anders. Der Feind wurde deutlich genannt und gezeigt. Dabei wurden deformierende, erschreckende und besonders entwürdigende Darstellungen gewählt.

Im Zweiten Weltkrieg wurden die Plakate kontrolliert und funktionalisiert. Sie warben für Parteien und ihre Mitglieder und propagierten die Eigenschaften des Systems. Die Plakate sollten zur Ideologisierung und Militarisierung der Gesellschaft beitragen. Sie warnten vor Judentum und Bolschewismus, sie verherrlichten die Soldaten und das Militär.⁴¹

Außerdem wurde die Bedeutung des Textes auf den Plakaten geändert. Im Ersten Weltkrieg war der Text das Überzeugende am Plakat und sollte die Bürger ansprechen. Das wandelte sich und im Zweiten Weltkrieg wurde der Text nur zur Verdeutlichung der

⁴⁰ Vgl. Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S.105

⁴¹ Vgl. Sauer, Historische Plakate

bereits dargestellten Aussage verwendet. Das Plakat im Zweiten Weltkrieg hätte man auch ohne Text verstehen können und wurde dadurch nur deutlicher gemacht.

Im Zweiten Weltkrieg befanden sich viele nationalsozialistische Symbole auf den Plakaten, die zur schnellen Wiedererkennung und zur Unterstützung der Aussage beitrugen. Motive wie das Hakenkreuz, die nationalsozialistische Flagge, Uniformen der deutschen Soldaten und Waffen wurden auf den Plakaten häufig dargestellt.

Stellt man die Plakate des Ersten und Zweiten Weltkrieges gegenüber, so sieht man schnell die Unterschiede der Farbgebung. Während im Ersten Weltkrieg mit viel grauen und schwarzen Tönen gearbeitet wurde, wandelte sich dies im Zweiten Weltkrieg und die Plakate wurden in der Farbe deutlich kräftiger und bunter gestaltet.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Propagandaplakate des Ersten Weltkrieges schlichter, einfacher, weniger menschennah und nur mit wenigen Themen gestaltet wurden. Mit dieser Darstellungsmethode verloren die Deutschen den Krieg auch propagandistisch. Nach dem Ersten Weltkrieg hatten die Deutschen gelernt wie wichtig Propagandaplakate für eine erfolgreiche Kriegsführung sind und gestalteten Plakate in großer Anzahl aufwendiger, persönlicher, ansprechender, vielfältiger und bunter.

7. Fazit

Ein Weltkrieg durchdringt eine Gesellschaft bis ins Mark. Die Bevölkerung einzubeziehen und von einem solchen zu überzeugen, ist dabei von extrem wichtiger Bedeutung. Es kann gesagt werden, dass Kriegspropaganda in beiden Weltkriegen eine wichtige Rolle spielte. Und das Plakat, ein Medium, das sich im Grunde selbst erklärt, jeder versteht und überall verfügbar ist, intensiv genutzt wurden. Unterschiede in sowohl Gestaltung und Themen im Vergleich der beiden Kriege fallen sofort auf.

Im Ersten Weltkrieg ging noch darum Kriegsanleihen zu bewerben, um dringend benötigtes Geld zu sammeln, den Frontsoldaten zu verherrlichen und Werbung für Hilfe für Kriegsbeschädigte zu machen, um die Armee attraktiver zu machen und die deutsche Frau als Arbeiterin zu gewinnen. Also Themen mit eher objektivem Charakter. Die Gestaltung war eher schlicht. Der Erfolg der Propaganda kann im Vergleich mit anderen Ländern eher als gering bewertet werden.

Im zweiten Weltkrieg wollte man diese Fehler nicht wiederholen. Eine Professionalisierung der Kriegspropaganda war die Folge, was sich nicht zuletzt an dem Schaffen eines Propagandaministeriums unter Joseph Göbbels zeigt. Die Gestaltung der

Plakate war farbenfroher, die Bilder schärfer. Auf den ersten Blick lässt sich diese Entwicklung der Darstellungen erkennen.

Die Themen waren deutlich emotionaler aufgeladen. Die Intention komplexer. Der Wert einer Ideologie, um die Massen zu erreichen und die Moral der Menschen aufrecht zu erhalten wurde erkannt. Das Volk sollte emotional an den Führer gebunden werden - Hitler als Heilsbringer, nordische deutsche Ideale in den Köpfen der Menschen verankert werden, Ängste durch abstoßende Feindesdarstellung geschürt, ein totaler Krieg als ein die Gesellschaft vollumfassender Krieg ausgerufen und die Hitlerjugend, in der die Ideologie vermittelt beworben werden.

Das Plakat als Massenmedium zur Bewerbung von Krieg erlebte zur Zeit der beiden Weltkriege vielleicht seinen Höhepunkt. Die Plakate waren allgegenwärtig. Man kann deshalb auch von den „Kriegen der Plakate“ sprechen.

Die Gestaltungen sind ikonisch und werden zum Beispiel aufgrund ihrer hohen Aussagekraft viel in geschichtlichen Lehrbüchern verwendet.

8. Quellenverzeichnis

Bpb (Herausgeber), (o.V.), Adolf Hitler – Führerkult im Nationalsozialismus, 05.04.2016, Adolf Hitler - Führerkult im Nationalsozialismus | bpb, eingesehen am: 26.03.2021

Bpb (Herausgeber), (o.V.), Geschichte der Kriegspropaganda, 01.10.2011, Geschichte der Kriegspropaganda | bpb, eingesehen am: 13.02.2021

Bpb (Herausgeber), (o.V.), Was ist Propaganda? Nur wer Propaganda als solche erkennt, kann sich dagegen wehren, 01.10.21, Was ist Propaganda? | bpb, eingesehen am: 16.02.2021

Deutsche Nationalbibliothek (Herausgeber), (o.V.), Plakate, (o.D.), Virtuelle Ausstellung "100 Jahre Erster Weltkrieg" - Plakate (dnb.de), eingesehen am: 18.02.2021

Deutsche Welle (Herausgeber), (o.V.), Zwischen Küche und Fabrik: Frauen an der Heimatfront, (o.D.), Zwischen Küche und Fabrik: Frauen an der Heimatfront | Der Erste Weltkrieg | DW | 12.08.2014, eingesehen am: 01.03.2021

Deutsches Historische Museum (Herausgeber), (o.V.), #FOKUSDHM: KRIEG UND FRIEDEN, 10.12.2020, #FokusDHM: Krieg und Frieden – Deutsches Historisches Museum: Blog, eingesehen am: 03.03.2021

Echternkamp, Jörg, Kriegsideologie, Propaganda und Massenkultur, 30.04.15, Kriegsideologie, Propaganda und Massenkultur | bpb, eingesehen am: 20.02.2021

Focus Online (Herausgeber), (o.V.), Propaganda und Realität: Poster und Realität: Poster und Fotos aus der DDR, 23.07.14, Literatur: Propaganda und Realität: Poster und Fotos aus der DDR - FOCUS Online, eingesehen am: 22.02.2021

Fritz, Judith, Propaganda: Psychologische Kriegsführung im Ersten Weltkrieg, (o.D.), Propaganda: Psychologische Kriegsführung im Ersten Weltkrieg | Der Erste Weltkrieg (habsburger.net), eingesehen am: 04.03.2021

Fürstenau, Marcel, NS-Plakate: kunstvolle Plakate, 29.11.2020, NS-Plakate: Kunstvolle Propaganda | Geschichte | DW | 29.11.2020, eingesehen am: 28.03.2021

Fürstenau, Marcel, NS-Plakate: Kunstvolle Propaganda, 29.11.20, NS-Plakate: Kunstvolle Propaganda | Geschichte | DW | 29.11.2020, eingesehen am: 02.03.2021

Fusedlearning, (o.V.), Wie wurden Propagandaplakate im Ersten Weltkrieg eingesetzt? Geisteswissenschaften, (o.D.), WIE WURDEN PROPAGANDAPLAKATE IM ERSTEN

WELTKRIEG EINGESETZT? - GEISTESWISSENSCHAFTEN - 2021 (fusedlearning.com),
eingesehen am: 11.03.2021

Gerhard, Paul, Bilder als Waffe, 25.02.14, Erster Weltkrieg: Bilder als Waffe | ZEIT
ONLINE, eingesehen am: 17.03.2021

Günther, Hans F. K., Kleine Rassenkunde des deutschen Volkes, 1933,
<https://www.velesova-sloboda.info/archiv/pdf/guenther-kleine-rassenkunde-des-deutschen-volkes.pdf>

Hitler, Adolf, Rede in Reichenberg anlässlich der Zusatzwahlen zum Großdeutschen Reichstag, 02.12.1938, Internet Archive (Herausgeber), 1938-12-02 - Adolf Hitler - Rede in Reichenberg anlässlich der Zusatzwahlen zum Großdeutschen Reichstag (3m 13s) : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive, eingesehen am: 12.03.2021

Hitler, Adolf, Reichenberger Rede zur Reichstagswahl in den angegliederten sudetendeutschen Gebieten, 02.12.1938, Internet Archive (Herausgeber), 1938-12-02 - Adolf Hitler - 'Reichenberger Rede' zur Reichstagswahl in den angegliederten sudetendeutschen Gebieten am 2. Dezember (2m 22s) : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive, eingesehen am: 12.03.2021

Jahnz, Charlotte, Nationalsozialistische Propaganda, 03.11.2013, Nationalsozialistische Propaganda – Heute vor 75 Jahren (9nov38.de), eingesehen am: 21.02.2021

Kipp, Michaela, Die NS- Frauenpolitik, 12.09.2000, LeMO Kapitel - NS-Regime - Innenpolitik - Frauenpolitik (dhm.de), eingesehen am: 21.03.2021

Klein, Gerhard, Kleine Plakatgeschichte, (o.D.), <https://www.braun-klein.de/die-geschichte-des-plakats/>, eingesehen am: 19.03.2021

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, Politische Plakate – Von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik, 30.04.2009, untitled (politikundunterricht.de), eingesehen am: 28.03.2021

Lang, Herbert, Ein deutscher Junge weint nicht!, (o.D.), Ein deutscher Junge weint nicht! (uni-leipzig.de), eingesehen am: 02.03.2021

Lebendiges Museum Online (Herausgeber), (o.V.), Der zweite Weltkrieg, 20.08.14, LeMO Kapitel - Der Zweite Weltkrieg (dhm.de), eingesehen am: 06.03.2021

Lebendiges Museum Online (Herausgeber), (o.V.), Die NS-Propaganda, 14.07.15,
LeMO Kapitel - NS-Regime - Innenpolitik - NS-Propaganda (dhm.de), eingesehen am:
08.03.2021

Lewald, Natascha, Deutsche Kriegspropaganda, 14.09.2014, LeMO Kapitel - Erster
Weltkrieg - Propaganda - Deutsche Kriegspropaganda (dhm.de), eingesehen am:
20.02.2021

Lewald, Natascha, Kriegsanleihen und Propaganda im Ersten Weltkrieg, (o.D.), Stadt
Ratingen - Kriegsanleihen und Propaganda im Ersten Weltkrieg (stadt-ratingen.de),
eingesehen am: 13.03.2021

Marlene, Die Geschichte des Plakates, 12.07.17, Die Geschichte des Plakats
(onlineprinters.de), eingesehen am: 15.03.2021

Mitteldeutscher Rundfunk (Herausgeber), (o.V.), Die Hitlerjugend-
Nachwuchsorganisation der NSDAP, 24.02.2021, Die Hitlerjugend -
Nachwuchsorganisation der NSDAP | MDR.DE, eingesehen am: 22.03.2021

Museen Köln (Herausgeber), (o.V.), (o.D.),
museenkoeln.de/ausstellungen/nsd_1609_hitlerjugend/03_03_hitlerjugendKrieg.html

Neitzel, Sönke, Der Totale Krieg, 09. 05. 2014, Der Totale Krieg | bpb, eingesehen am:
30.03.2021

Pawlowsky, Verena, Arbeit für Kriegsbeschädigte, (o.D.), Arbeit für Kriegsbeschädigte |
Der Erste Weltkrieg (habsburger.net), eingesehen am: 23.03.2021

Pawlowsky, Verena, Formen der Kriegsbeschädigung, (o.D.), Formen der
Kriegsbeschädigung | Der Erste Weltkrieg (habsburger.net), eingesehen am: 12.03.2021

Pawlowsky, Verena, Vom Invalidenrenten, Verwendungszulagen, staatlichen
Unterstützungen und Unterhaltsbeiträgen, (o.D.), Von Invalidenrenten,
Verwendungszulagen, staatlichen Unterstützungen und Unterhaltsbeiträgen | Der Erste
Weltkrieg (habsburger.net), eingesehen am: 10.03.2021

Perné, Walter, Kriegspropaganda, 2014, Kriegspropaganda | Österreichische Mediathek,
eingesehen am: 19.02.2021

Rilling, Simon, Manipulierte Wirklichkeit, 09.04.2014, Erster Weltkrieg: Manipulierte
Wirklichkeit - Wissen - Stuttgarter Nachrichten (stuttgarter-nachrichten.de), eingesehen
am: 27.03.2021

Sauer, Michael, Historische Plakate, 06.02.2007, Historische Plakate | bpb, eingesehen am: 21.03.2021

Scriba, Arnulf, Die Wehrmacht, 15.05.2015, LeMO Kapitel - Der Zweite Weltkrieg - Kriegsverlauf - Wehrmacht (dhm.de), eingesehen am: 18.02.2021

Scriba, Arnulf, NS- Kunst und Kultur, 13.08.2015, LeMO Kapitel - NS-Regime - Kunst und Kultur (dhm.de), eingesehen am: 24.02.2021

Stiftung Deutsches Historisches Museum (Herausgeber), (o.V.), Begleitheft zur Dauerausstellung- Der erste Weltkrieg, (o.D.), Begleitheft_Der_Erste_Weltkrieg_1914-1918.pdf (dhm.de), eingesehen am: 02.03.2021

Stürmer, Ariane, Alarm an jeder Straßenecke, 29.03.10, Propagandaplakate - Alarm an jeder Straßenecke - DER SPIEGEL, eingesehen am: 10.03.2021

Thamer, Hans-Ulrich, Propaganda und politischer Kult, 06.10.04, Propaganda und politischer Kult im Dritten Reich | ZbE (zukunft-braucht-erinnerung.de) , eingesehen am: 23.03.2021

Weinrich, Knut, Kriegsschuld, 22.10.2019, Erster Weltkrieg: Kriegsschuld - Deutsche Geschichte - Geschichte - Planet Wissen (planet-wissen.de), eingesehen am: 26.03.2021

Wilmers, Annika, Frauenbewegung im Ersten Weltkrieg, 08.09.2008, bpb.de - Frauenbewegung, eingesehen am: 16.03.2021

Witamwas, Birgit, Geklebte NS – Propaganda, De Gruyter, 2016, eingesehen am: 09.02.2021

Zündorff, Margharete, Ludendorff Spende: Gebt für die deutschen Soldaten! 25.05.2018, Erich Ludendorff – Spende für Kriegsheimkehrer 1918 (faz.net), eingesehen am: 27.02.2021

Quellen der Abbildungen:

Abbildung 1, An das Deutsche Volk, verfügbar unter: Sozialdemokratie 1914 | »An das Deutsche Volk«, eingesehen am: 13.02.2021

Abbildung 2, Deutsche Frauen arbeitet im Heimatheer!, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Plakat: Deutsche Frauen arbeitet im Heimatheer!, um 1917 (dhm.de), eingesehen am: 19.02.2021

Abbildung 3, Schütze Mutter und Kind, das kostbarste Gut des Volkes!, verfügbar unter: 26.09.2015: Versuchte "Volkserhebung" der PDV in Graz | Antifaschistische Recherche Graz (noblogs.org), eingesehen am: 27.02.2021

Abbildung 4, Der letzte Hieb ist die 8. Kriegsanleihe, verfügbar unter: Plakat/Aufruf "Der letzte Hieb ...", 1. Weltkrieg :: Museum Weißenfels - Schloss Neu-Augustusburg :: museum-digital:sachsen-anhalt (museum-digital.de), eingesehen am: 16.02.2021

Abbildung 5, Kriegsanleihe hilft den Hütern eures Glücks, verfügbar unter: Plakat/Kriegsanleihe "Helft den Hütern Eures Glückes", 1. Weltkrieg 1914- 1918 :: Museum Weißenfels - Schloss Neu-Augustusburg :: museum-digital:sachsen-anhalt (museum-digital.de), eingesehen am: 23.02.2021

Abbildung 6, 7. Kriegsanleihe, verfügbar unter: File:Und Ihr Zeichnet 7 Kriegsanleihe Crisco restoration.jpg - Wikimedia Commons, eingesehen am: 24.02.2021

Abbildung 7, Und eure Pflicht? Zeichnet Kriegsanleihen, verfügbar unter: Und Eure Pflicht? - Zeichnet Kriegsanleihe - Deutsche Digitale Bibliothek (deutsche-digitale-bibliothek.de), eingesehen am: 01.03.2021

Abbildung 8, Wer Kriegsanleihen zeichnet, verfügbar unter: Plakat/Aufruf "Wer Kriegsanleihen zeichnet ...", 1. Weltkrieg :: Museum Weißenfels - Schloss Neu-Augustusburg :: museum-digital:deutschland (museum-digital.de), eingesehen am: 05.03.2021

Abbildung 9, Helft uns siegen! Zeichnet die Kriegsanleihe, verfügbar unter: Helft uns siegen! Zeichnet die Kriegsanleihe | Fritz Erler, Hollerbaum und Schmidt | Bildindex der Kunst & Architektur - Bildindex der Kunst & Architektur - Startseite Bildindex, eingesehen am: 06.03.2021

Abbildung 10, Zeichnet Kriegsanleihe, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Kriegsanleihe, um 1917 (dhm.de), eingesehen am: 07.03.2021

Abbildung 11, Schriftplakat der fünften Kriegsanleihe, verfügbar unter: Zeichnungen auf die Kriegsanleihe werden hier angenommen — Calisphere, eingesehen am: 13.02.2021

Abbildung 12, Ludendorffspende für Kriegsbeschädigte, verfügbar unter: Spendenplakat "Ludendorff Spende für Kriegsbeschädigte", 1. Weltkrieg 1914- 1918 :: Museum Weißenfels - Schloss Neu-Augustusburg :: museum-digital:sachsen-anhalt (museum-digital.de), eingesehen am: 25.02.2021

Abbildung 13, Ludendorff-Spende für Kriegsbeschädigte, verfügbar unter: Ludendorff-Spende für Kriegsbeschädigte | Creator: Ludwig Ho... | Flickr, eingesehen am: 13.02.2021

Abbildung 14, alle Kraft gespannt! Totaler Krieg- kürzester Krieg!, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - "Alle Kraft gespannt! Totaler Krieg - Kürzester Krieg!", 1943/44 (dhm.de), eingesehen am: 06.03.2021

Abbildung 15, Nun Volk, steh auf und Sturm bricht los!, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Broschüre "Nun, Volk, steh auf und Sturm brich los", 1943 (dhm.de), eingesehen am: 12.03.2021

Abbildung 16, Deutsche Jugend meldet sich freiwillig zur Waffen-SS, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Plakat der Waffen-SS (dhm.de), eingesehen am: 13.03.2021

Abbildung 17, Gebt uns Freizeit, verfügbar unter: Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 247

Abbildung 18, Unteroffizier im Heer Dein Vorbild, verfügbar unter: Nationalsozialismus - 2. Weltkrieg 1942 - 1943 (plakatkontor.de), eingesehen am: 19.03.2021

Abbildung 19, NSDAP sichert die Volksgemeinschaft, verfügbar unter: » Allgemein Deutsches Pressemuseum (dpmu.de), eingesehen am: 03.03.2021

Abbildung 20, Vom Hitlerjungen zum Offizier des Heeres, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Anwerbepplakat der Wehrmacht, 1943 (dhm.de), eingesehen am: 12.02.2021

Abbildung 21, Dem Führer die Jugend, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - Jugendpolitik des NS-Regimes, 1939 (dhm.de), eingesehen am: 21.02.2021

Abbildung 22, Offiziere von morgen, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - "Offiziere von morgen", 1940 (dhm.de), eingesehen am: 18.02.2021

Abbildung 23, Dein KDF Wagen, verfügbar unter: Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 251

Abbildung 24, Frau im Luftschutz!, verfügbar unter: Third Reich: Propaganda 1933-1945 (hist-chron.com), eingesehen am: 23.02.2021

Abbildung 25, In den Staub mit allen Feinden, verfügbar unter: Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 216

Abbildung 26, Der ist schuld am Kriege!, verfügbar unter: Der ist Schuld am Kriege! (Kriegsplakate der Reichspropagandaabteilung der NSDAP) - Deutsche Digitale Bibliothek (deutsche-digitale-bibliothek.de), eingesehen am: 28.02.021

Abbildung 27, Der Jude, verfügbar unter: Schweitzer Hans | Der Jude: Kriegsanstifter, Kriegsverlängerer ["The Jew: War Instigator, War Extender."] | MutualArt, eingesehen am: 02.03.2021

Abbildung 28, Jugend dient dem Führer, verfügbar unter: LeMO Bestand - Objekt - BDM-Werbepplakat, um 1939 (dhm.de), eingesehen am:

Abbildung 29, Adolf Hitler ist der Sieg!, verfügbar unter: Witamwas, Geklebte NS-Propaganda, S. 234

9. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 An das Deutsche Volk, 1914	25
Abbildung 2 Schriftplakat der fünften Kriegsanleihe, 1916	25
Abbildung 3 Helft uns siegen! Zeichnet die Kriegsanleihe, 1917	25
Abbildung 4 7. Kriegsanleihe, 1917	25
Abbildung 5 Und eure Pflicht? Zeichnet Kriegsanleihen, 1918.....	26
Abbildung 6 Der letzte Hieb ist die 8. Kriegsanleihe, 1918	26
Abbildung 7 Kriegsanleihe hilft den Hütern eures Glückes, 1918.....	26
Abbildung 8 Wer Kriegsanleihen zeichnet, 1917	26
Abbildung 9 Zeichnet Kriegsanleihe, 1917	27
Abbildung 10 Schütze Mutter und Kind, das kostbarste Gut deines Volkes!, 1914	27
Abbildung 11 Deutsche Frauen arbeitet im Heimatheer!, 1917.....	27
Abbildung 12 Ludendorffspende für Kriegsbeschädigte, 1918.....	27
Abbildung 13 Ludendorff-Spende für Kriegsbeschädigte, 1918	28
Abbildung 14 Unteroffizier im Heer Dein Vorbild, 1943	28
Abbildung 15 Nun Volk, steh auf und Sturm bricht los!, 1943.....	28
Abbildung 16 alle Kraft gespannt! Totaler Krieg- kürzester Krieg!, 1943	28
Abbildung 17 Frau im Luftschutz!, 1939	29
Abbildung 18 NSDAP sichert die Volksgemeinschaft, 1939	29
Abbildung 19 Jugend dient dem Führer, 1939.....	29
Abbildung 20 Der ist schuld am Kriege!, 1943	29
Abbildung 21 Der Jude, 1943	30
Abbildung 22 In den Staub mit allen Feinden, 1940	30
Abbildung 23 Deutsche Jugend meldet sich freiwillig zur Waffen- SS, 1942	30
Abbildung 24 Vom Hitlerjungen zum Offizier des Heeres- Dein Weg, 1943.....	30
Abbildung 25 Dem Führer die Jugend, 1939	31
Abbildung 26 Offiziere von morgen, 1940	31
Abbildung 27 Gebt uns Freizeit, 1945	31
Abbildung 28 Adolf Hitler ist der Sieg!, 1943	31

10. Anhang

Erster Weltkrieg:



Abbildung 1 An das Deutsche Volk, 1914



Abbildung 2 Schriftplakat der fünften Kriegsanleihe, 1916



Abbildung 3 Helft uns siegen! Zeichnet die Kriegsanleihe, 1917



Abbildung 4 7. Kriegsanleihe, 1917



Abbildung 5 Und eure Pflicht? Zeichnet Kriegsanleihen, 1918



Abbildung 6 Der letzte Hieb ist die 8. Kriegsanleihe, 1918



Abbildung 7 Kriegsanleihe hilft den Hütern eures Glückes, 1918

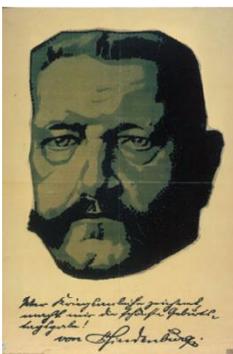


Abbildung 8 Wer Kriegsanleihen zeichnet, 1917



Abbildung 9 Zeichnet Kriegsanleihe, 1917



Abbildung 10 Schütze Mutter und Kind, das kostbarste Gut deines Volkes!, 1914



Abbildung 11 Deutsche Frauen arbeitet im Heimatheer!, 1917



Abbildung 12 Ludendorffspende für Kriegsbeschädigte, 1918



Abbildung 13 Ludendorff-Spende für Kriegsbeschädigte, 1918

Zweiter Weltkrieg:



Abbildung 14 Unteroffizier im Heer Dein Vorbild, 1943



Abbildung 15 Nun Volk, steh auf und Sturm bricht los!, 1943



Abbildung 16 alle Kraft gespannt! Totaler Krieg- kürzester Krieg!, 1943



Abbildung 17 Frau im Luftschutz!, 1939



Abbildung 18 NSDAP sichert die Volksgemeinschaft, 1939



Abbildung 19 Jugend dient dem Führer, 1939



Abbildung 20 Der ist schuld am Kriege!, 1943



Abbildung 21 Der Jude, 1943



Abbildung 22 In den Staub mit allen Feinden, 1940



Abbildung 23 Deutsche Jugend meldet sich freiwillig zur Waffen-SS, 1942



Abbildung 24 Vom Hitlerjungen zum Offizier des Heeres- Dein Weg, 1943



Abbildung 25 Dem Führer die Jugend, 1939



Abbildung 26 Offiziere von morgen, 1940



Abbildung 27 Gebt uns Freizeit, 1945



Abbildung 28 Adolf Hitler ist der Sieg!, 1943

10. Selbstständigkeitserklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die von mir angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken entnommene Stellen habe ich unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht.

Holzminen,

Unterschrift