



KOMMUNIKATION

Von der Urkunde bis zum Tweet

Seit jeher ist Kommunikation ein zentraler Bestandteil des alltäglichen menschlichen Zusammenlebens und -wirkens. Aber wie verständigten sich die Menschen im Mittelalter? Wie kommunizieren wir heute? Die gemeinsame Ausstellung „Kommunikation – von der Urkunde bis zum Tweet“ wurde mit Archivalien erstellt, die in den in Koblenz ansässigen Archiven – Stadtarchiv, Landeshauptarchiv und Bundesarchiv – aufbewahrt werden.

Neben der gemeinsamen Ausstellungskonzeption zeichnet sich die enge Zusammenarbeit auch durch den themenspezifischen Austausch von Archivalien zwischen den drei Archiven aus. Mit einem Einblick in die Entwicklung der Kommunikationswege und -mittel liefert das Stadtarchiv Koblenz den historischen Rahmen für die thematischen Schwerpunkte in den Partnerarchiven.

Das Landeshauptarchiv zeigt die unterschiedlichen Formen der staatlichen Propaganda vom Beginn des Ersten Weltkriegs 1914 bis in die Nachkriegszeit ab 1945.

Das Bundesarchiv stellt unter Beweis, dass manipulativ verbreitete Nachrichten keine Erfindung des 21. Jahrhunderts sind, und enttarnt Mythen und Legenden aus der Region Koblenz und der Bundesrepublik. Folgen Sie uns auf den Pfaden der Kommunikation und entdecken Sie dabei die Vielfalt archivischer Überlieferung!

Impressum

Konzeption:

Stadtarchiv Koblenz
www.stadtarchiv.koblenz.de

Landeshauptarchiv Koblenz
www.landeshauptarchiv.de

Bundesarchiv
www.bundesarchiv.de

Gestaltung:

Alexander Beitz, dreist media e.K.



KOMMUNIKATION

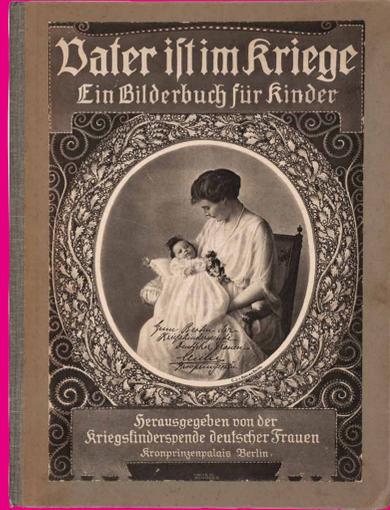
Propaganda in Krieg, Besatzung und geteiltem Deutschland

Unter Propaganda ist der gezielte Versuch zu verstehen, eine möglichst umfassende Beeinflussung von Menschen zu erreichen. Dabei wird nicht selten mit falschen oder verfälschten Informationen und Unwahrheiten argumentiert, um ein bestimmtes Interesse umsetzen zu können. Der Blick auf die unterschiedlichen Formen der staatlichen Propaganda in der Zeit von 1914 bis in die Nachkriegszeit nach 1945 zeigt dabei auf der Grundlage von umfangreichen Archivmaterial, wie sehr sich die unterschiedlichen Propagandatechniken und -ziele über zeitliche, nationale und auch politische Grenzen hinweg ähneln können.

Während die Geschichte der staatlichen Kriegspropaganda bis in die Antike zurückreicht, zeigte sie im Ersten Weltkrieg zum ersten Mal ihre massenmediale Wirkung. Die nationalen und internationalen Erfahrungen mit den unterschiedlichen Formen der propagandistischen Beeinflussung aus diesem Krieg wurden in der Periode der französischen Besatzung des Rheinlandes besonders intensiv genutzt. Unter der Herrschaft der Nationalsozialisten erhielt Propaganda schließlich eine völlig neue Dimension. Durch die Nutzung der Massenmedien erreichte die nationalsozialistische Propaganda alle gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Bereiche. Die Beeinflussungs- und Unterdrückungsstrategien des autoritären und totalitären Staates, gipfelten in der massiven Verfolgung Andersdenkender und der gezielten Verfolgung und Ausschaltung von nicht systemkonformen Menschen. Die Nachkriegszeit und mit ihr die wachsenden Gegensätze zwischen West und Ost ließen den Kalten Krieg entstehen, der mit allen Mitteln der Propaganda über einen Zeitraum von mehr als 40 Jahren geführt wurde.



„Gruß vom Osterhasen“, 1914-1918
 In farbigen Kinderbüchern wurde schon den Kleinsten das gewünschte Bild vom Krieg vermittelt. Der Osterhase als positive Identifikationsfigur wurde zum aufrechten deutschen Soldaten, der pflichtbewusst und aufopferungsvoll über seine Gegner triumphiert. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bibliothek



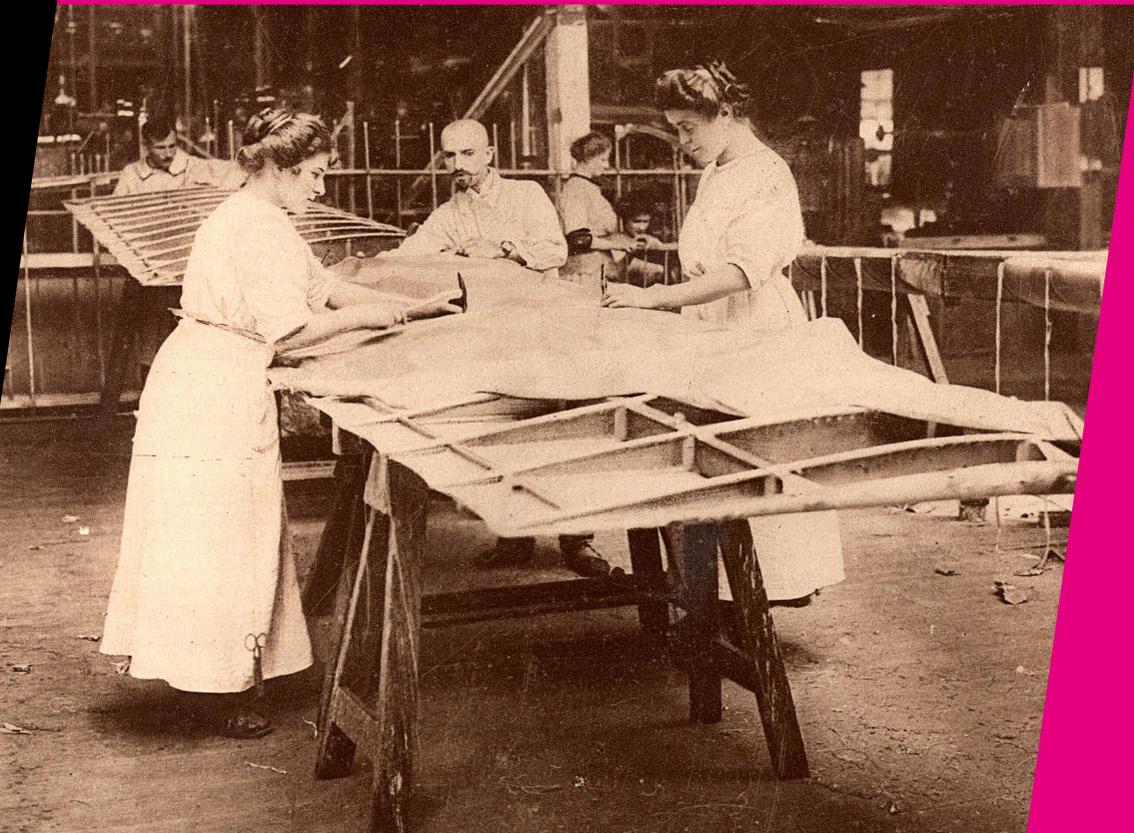
„Vater ist im Kriege. Ein Bilderbuch für Kinder“, 1915
 Die Kriegspropaganda nahm auch die Kinder und Jugendlichen sehr früh in den Fokus. Die gewünschten „Tugenden“ wie Wehrhaftigkeit, Opferbereitschaft und Patriotismus wurden vermittelt. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bibliothek

„Heil dir im Siegerkranz“ Propaganda im Ersten Weltkrieg

Propaganda ist eine Form der Massenkommunikation, die die möglichst umfassende Beeinflussung des Denkens, Handelns und Fühlens des Menschen zum Ziel hat. Bereits seit der Antike wurde Kriegspropaganda z.B. in Form von Reden, Liedern oder Predigten als Mittel der Meinungsbeeinflussung genutzt. Der Erste Weltkrieg, der erste totale Krieg der Menschheitsgeschichte, kann in diesem Zusammenhang auch als „erstes massenmediale Ereignis der Moderne“ bezeichnet werden. Propaganda wurde in allen kriegsführenden Nationen zur kommunikativen Schlüsseltechnik und erhielt dadurch eine völlig neue Qualität.

Es begann mit der Legitimation, den massiven Bemühungen, die Bevölkerung von der Notwendigkeit dieses Krieges und der Stärke und der Überlegenheit der eigenen Kultur und Gesellschaft zu überzeugen. Je länger der Krieg sich hinzog, umso intensiver waren die Versuche, öffentlich geäußerte Kritik und Zweifel ins Abseits zu drängen. Der Appell an den Durchhaltewillen und die Standhaftigkeit der Soldaten an der Front und der Zivilisten in der Heimat stand immer mehr im Mittelpunkt. Sämtliche Medien waren in diese Kommunikation des Krieges eingebunden. Sie beeinflussten die öffentliche Wahrnehmung des Krieges entscheidend. In Form von Bilderbüchern und Gesellschaftsspielen fand diese Propaganda ihren Weg auch in den Alltag von Kindern und Jugendlichen.

Propaganda in Fotos, 1914/15
 Mit nachgestellten Bildern versuchten die Propagandaabteilungen ein positives Bild von dem Alltag an der Front und den Erfolgen der deutschen Kriegswirtschaft zu zeigen. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 710, Nr. 7884 und 7120, Nr. 7844



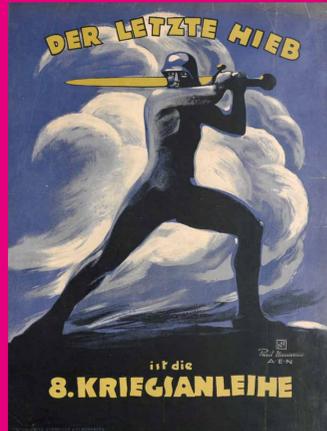
„Helft uns siegen!“ Die Niederlage der Propaganda?

Zu Beginn des Ersten Weltkrieges war es der deutschen Propaganda gelungen, das Bild einer umfassenden Kriegsbegeisterung der deutschen Bevölkerung zu vermitteln. Hinzu kam, dass es aufgrund des erfolgreichen deutschen Vormarsches im Westen zu einer steigenden Sieges-euphorie und -zuversicht gekommen war, die sich auch in der patriotischen Berichterstattung der heimischen Presse widerspiegelte. Bereits in den ersten Wochen nach Kriegsbeginn war es vor allem im neutralen Ausland gelungen, mit Flugblättern und Broschüren eine positive Berichterstattung über Deutschland zu verbreiten.

Dennoch geriet die deutsche Propaganda im Ausland nicht zuletzt durch den völkerrechtswidrigen Überfall auf Belgien, wo Tausende Zivilisten erschossen wurden, in die Defensive. In England und Frankreich und ab 1917 auch in den USA wurde das Bild der deutschen Soldaten als „mordende Barbaren“, als „vergewaltigende Bestien“, als „Hunnen“ und „Gorillas“ gezeichnet, was auch über den Krieg hinaus zu einem langlebigen Klischee wurde.

Die deutsche Propaganda verzichtete weitgehend auf derartige Darstellungen ihrer Gegner und stellte weiterhin die Notwendigkeit der Verteidigung des Vaterlandes vor der Bedrohung der ausländischen Feinde in den Mittelpunkt. Und auch im eigenen Land erreichten Hunger und Leid ein Ausmaß, dem die Propaganda nichts mehr entgegenzusetzen hatte. Mit Streiks und Revolte wurde der Krieg beendet.

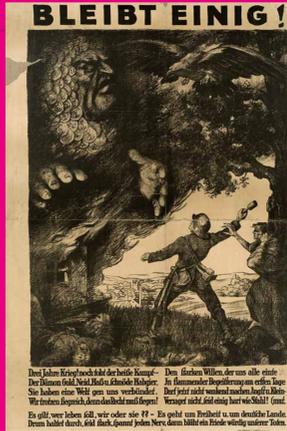
Kriegsanleihen, 1917/18 | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 712, Nr. 4472



Kriegsanleihen, 1918
Mit einer massiven Bildsprache forderte die deutsche Propaganda die Bevölkerung zur Zeichnung von Kriegsanleihen auf. Mit den Einnahmen wurden die Kosten des Ersten Weltkrieges finanziert. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 712, Nr. 4472



„Und eure Pflicht?, 1918
Die Aufforderungen zur finanziellen Unterstützung des Krieges wurden mit Abbildungen versehen, die den heldenhaften Kampf der deutschen Soldaten in den Mittelpunkt stellten. Sie hatten mit der Realität der Schützengräben sehr wenig zu tun. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 710, Nr. 4472



„Bleibt einig!“, 1917/18
Mit Flugblättern, Plakaten und Zeitungsaufrufen war die deutsche Durchhaltepropaganda besonders in den letzten Kriegsjahren sehr aktiv. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 712, Nr. 8051



Warnung vor feindlicher Propaganda, 1918
Mit Berufung auf den „Helden von Tannenberg“, Paul von Hindenburg wurde die deutsche Bevölkerung aufgefordert, sich nicht von der Flugblattpropaganda der Alliierten beeinflussen zu lassen. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 712, Nr. 4409





Propagandaplakat gegen die Besetzung des Rheinlandes, 1923
 Das Plakat betonte die enge Verbundenheit des Rheinlandes mit dem Reich. Provozierende Szenen der französischen Besetzung wurden der landschaftlichen Schönheit des besetzten Gebietes gegenübergestellt. |
 Landeshauptarchiv Koblenz Bestand 712, Nr. 1454

„Rhein in Not – Reich in Not“ Propaganda in der Besatzungszeit

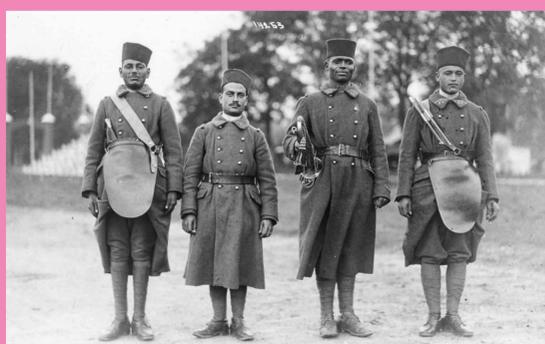
Unmittelbar nach Kriegsende entstand im Deutschen Reich die Legende vom Dolchstoß der Heimatfront in den Rücken der unbesiegten deutschen Armee als Begründung des deutschen Zusammenbruchs 1918. Für große Teile der deutschen Bevölkerung war die Dolchstoßlegende ein Ventil der Enttäuschung und Scham über die deutsche Kapitulation. Während der gesamten Weimarer Republik stand der „Dolchstoß“ im Mittelpunkt der innerdeutschen Propaganda und Agitation der nationalen Rechten gegen die Vertreter der Weimarer Republik.

Diese Propaganda wendete sich auch gegen den als „Schanddiktat“ bezeichneten Versailler Friedensvertrag, mit dem die Rheinlandbesetzung auf eine völkerrechtliche Grundlage gestellt wurde. Das Rheinland stand bis 1930 unter französischer Besetzung. Auf die Ungewissheit über das politische Schicksal des Rheinlandes und die Furcht vor einer Annexion reagierte die Reichsregierung mit einer umfassenden Abwehrpropaganda, die innen- und außenpolitisch eine erhebliche Wirkung zeigte. Neben der Abwehr separatistischer Tendenzen umfasste sie vor allem die Verbreitung einer antifranzösischen Stimmung, die im Ruhrkampf 1923 ihren Höhepunkt erreichte.





Reichsausstellung Deutscher Wein, 1925
 Ein Höhepunkt der deutschen Propaganda während der Besatzungszeit war die Jahrtausendfeier im Jahr 1925. Als Teil des umfangreichen Programms war die Reichsausstellung deutscher Wein im August und September in Koblenz ein großer Erfolg. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 710, Nr. 14053



Farbige Besatzungssoldaten, 1924
 Der Einsatz farbiger Soldaten in den Besatzungsgebieten wurde in Deutschland als Provokation und zusätzliche Demütigung empfunden und mit einer äußerst aggressiven Propaganda beantwortet. | Stadtarchiv Koblenz, Bestand FA01-15, Bild 11



Deutsche Propagandabroschüre, 1923
 Eine provozierende Bildersprache wurde in deutschen Propagandabroschüren gegen die französische Besatzung eingesetzt. | Landeshauptarchiv Bestand 700.12, Nr. 61

„Vom Joch der Besatzung befreit“ Propaganda in der Besatzungszeit

Zu den unruhmlichsten Kapiteln der deutschen Propaganda während der französischen Besatzung des Rheinlandes gehörten die Reaktionen auf den Einsatz von Soldaten aus den Kolonien in Nord- und Westafrika. Die massive Agitation gegen die farbigen Truppen trug eindeutig rassistische Züge und hatte eine große Verbreitung in allen politischen Ebenen und gesellschaftlichen Bereichen. Die langfristigen Folgen reichten bis in die nationalsozialistische Zeit.

Ein Höhepunkt der deutschen Propaganda während der rheinischen Besatzung waren die sogenannten Jahrtausendfeiern im Jahr 1925. Die Millenniumfeiern, die auf der Grundlage eines nahezu unbekanntes historischen Datums in vielen Orten des besetzten Rheinlandes durchgeführt wurden, waren der Vorwand für umfassende nationalistische Demonstrationen zur Provokation der Besatzungsmächte. In die gleiche Richtung gingen die „Befreiungsfeiern“, die nach der Räumung des besetzten Gebietes als „Siegessfeiern“ mit einem deutlichen nationalen Pathos organisiert wurden und am 22. Juli 1930 in Koblenz in einer zentralen Veranstaltung gipfelten.

Siegessfeier statt Versöhnungsfest, 1930
 Am 22. Juli 1930 wurde das Ende der französischen Besatzung mit der „Befreiungsfeier“ für die Koblenzer Zone des Rheinlandes in Anwesenheit des Reichspräsidenten Paul von Hindenburg gefeiert. Die Feier war geprägt von einer deutlichen antifranzösischen Propaganda. | Landeshauptarchiv Koblenz, Bestand 714, Nr. 6953



„Werdung eines neuen Volkes“

Die Propaganda der Nationalsozialisten



Die Thingstätte in Koblenz, 1938 | Landeshauptarchiv Koblenz/Bildagentur SW 45612

Bereits vor der Machtergreifung der Nationalsozialisten im Jahr 1933 erhielt Propaganda eine totalitäre Bedeutung, die alle Bereiche von Politik und Gesellschaft durchdrang und auch kontrollieren sollte. Neben den Medien, wie vor allem Presse, Rundfunk und Film, nutzte die nationalsozialistische Propaganda die Inszenierung von Massenveranstaltungen, um die Bevölkerung vor allem durch rituelle Feste und Veranstaltungen für die Ziele des Nationalsozialismus zu gewinnen.

Die Thingbewegung war in den ersten Jahren nach der Machtergreifung ein Instrument der Kulturpropaganda, das als Element einer nationalsozialistischen Ersatzreligion die Menschen in ihren Bann ziehen wollte. In der Gauhauptstadt Koblenz hatte der Reichsarbeitsdienst bereits 1934 mit dem Bau eines großen Thingplatzes vor dem Schloss begonnen. Die propagandistische Überhöhung der Bedeutung der Thingstätte wurde bereits in der mystischen Inszenierung der Grundsteinlegung am 16. Juni 1934 deutlich. Die „Thingstättenweihe“, die als „Volkswerdungsfeier“ mit einem enormen medialen und organisatorischen Aufwand einen Großteil der Bevölkerung mobilisieren wollte,

fand am 24. Juni 1935 statt. Es zeigte sich allerdings schnell, dass die Wirkung weit hinter den Erwartungen zurück blieb. Während die Thingstätten immer mehr an Bedeutung verloren, rückten Film und Rundfunk als wirkungsvollere Propagandainstrumente in den Vordergrund.



Massenkundgebung auf dem Thingplatz vor dem Koblenzer Schloss, 1938 | Landeshauptarchiv Koblenz/Bildagentur SW 45570

Massenkundgebung auf dem Thingplatz vor dem Koblenzer Schloss, 1938 | Landeshauptarchiv Koblenz/Bildagentur SW 45611

