

Bachelorarbeit

BESTSELLER

Christian Koch

**Werbung für den Großen Krieg
Bildpropaganda für deutsche
Kriegsanleihen im Ersten Weltkrieg**

Koch, Christian: Werbung für den Großen Krieg: Bildpropaganda für deutsche Kriegsanleihen im Ersten Weltkrieg. Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2014

Originaltitel der Abschlussarbeit: Bild- und Plakatpropaganda für die deutschen Kriegsanleihen im Ersten Weltkrieg

Buch-ISBN: 978-3-95684-387-7

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95684-887-2

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2014

Coverbild: pixabay.com

Zugl. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf, Deutschland, Bachelorarbeit, Februar 2006

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2014
Printed in Germany

INHALTSVERZEICHNIS

I.	EINLEITUNG	1
A.	Gegenstand der Arbeit und Fragestellung	1
B.	Literatur und Quellen	2
1.	Literatur	2
2.	Quellen	4
C.	Methodisches Vorgehen	6
II.	DIE DEUTSCHE KRIEGSFINANZIERUNG	7
III.	DEUTSCHE BILDPLAKATE FÜR KRIEGSANLEIHEN	11
A.	Beginn der Plakatpropaganda für Kriegsanleihen im Deutschen Reich	11
B.	Plakatpropaganda von der sechsten bis zur neunten Kriegsanleihe	15
1.	VI. Kriegsanleihe	15
2.	VII. Kriegsanleihe	18
3.	VIII. Kriegsanleihe	23
4.	IX. Kriegsanleihe	27
C.	Die gestalterischen Elemente der Kriegsanleiheplakate	31
1.	Der Soldat	31
2.	Waffen	33
3.	Nationalsymbole	34
4.	Die Texte	36
IV.	ZUSAMMENFASSUNG	39

V.	ANHANG	III
A.	Abbildungen	III
B.	Abbildungsverzeichnis	XII
C.	Quellen	XVI
1.	Schriftliche Quellen	XVI
2.	Bildquellen	XVII
D.	Literatur	XVIII

I. Einleitung

A. Gegenstand der Arbeit und Fragestellung

Der Erste Weltkrieg kann wohl mit einigem Recht als eine neue Art des Krieges bezeichnet werden, der alles bis dahin da gewesene in den Schatten gestellt hat. Dieser Konflikt war nicht allein wegen der neuen Waffen, die eingesetzt wurden, und der immensen Opferzahlen eine neue Art von militärischer Auseinandersetzung. Dies war auch der erste Krieg, der nicht mehr nur auf den Schlachtfeldern geführt wurde. Die „Heimatfront“ war nun ein entscheidender Faktor der Kriegführung geworden. Das gesamte Volk hatte Anteil am Krieg und sollte zu dessen Erfolg beitragen. Aus diesem Grund nahm die Beeinflussung der eigenen Bevölkerung und auch der gegnerischen Soldaten durch gezielte Propaganda im Ersten Weltkrieg erstmalig einen entscheidenden Platz ein. Die Moral der eigenen Soldaten und Bevölkerung sollte gestärkt, die Gegner sollten hingegen demoralisiert und als Kriegstreiber dargestellt werden. Propaganda wurde von allen am Krieg beteiligten Ländern betrieben, unter Einsatz aller zur Verfügung stehenden Medien. Vor allem dem Plakat kam und kommt noch heute eine entscheidende Rolle in der Propaganda zu. „Das politische Plakat ist untrennbarer Bestandteil jenes modernen Phänomens, das Propaganda genannt wird.“¹ Ein wichtiger Bestandteil von politischen Plakaten ist das Bild, weil es unmittelbar auf jeden Betrachter, egal ob Kind oder Erwachsener, Intellektueller oder Arbeiter seine Wirkung entfalten kann.

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist die deutsche Bildpropaganda für Kriegsanleihen, wobei der Blick ausschließlich auf die Plakate gerichtet sein soll. Auch andere Medien sind der Bildagitation zuzurechnen und wurden von den Verantwortlichen zur Werbung für die deutschen Kriegsanleihen eingesetzt. Dazu gehören unter anderem Bildpostkarten, Zeitungsanzeigen, Kalenderblätter, Filme, Briefmarken oder Kriegsanleihe-Erinnerungsblätter. Aus Platzgründen können alle diese Propagandamittel in dieser Arbeit jedoch nicht adäquat behandelt werden, weshalb eine Beschränkung auf die Plakatwer-

¹ Frank Kämpfer, Der rote Keil, Das politische Plakat - Theorie und Geschichte, Berlin 1985, S.21.

bung für Kriegsanleihen sinnvoll erscheint. Leider ist die Quellenlage nicht bei allen Bildpropagandamitteln so gut wie bei den Plakaten. Zwar gibt es noch viele gedruckte Medien, die für Kriegsanleihen werben, aber speziell für das Filmmaterial ergeben sich zum Teil erhebliche Probleme bei der Konservierung der Filme.

Die Fragestellung dieser Arbeit besteht darin, ob die deutsche Plakatpropaganda für Kriegsanleihen erfolgreich war und mit welchen ikonographischen und textlichen Mitteln auf den Plakaten gearbeitet wurde. Die Frage nach dem Erfolg der Kriegsanleihepropaganda ist allein schon deshalb von Interesse, weil bei der Beurteilung der deutschen Propaganda diese bisher fast ausschließlich in ihrer Gesamtheit betrachtet wurde. Dass die deutsche Agitation der gegnerischen unterlegen war, ist immer wieder betont worden.² Trotzdem schließt diese allgemeine Unterlegenheit eine erfolgreiche Arbeit der deutschen Propaganda in Teilbereichen, wie der Kriegsanleihepropaganda, nicht aus.

B. Literatur und Quellen

1. Literatur

Zur Geschichte des Kaiserreiches und des Ersten Weltkrieges gibt es zahlreiche Darstellungen und Monographien. Aus dieser Vielzahl von Arbeiten seien an dieser Stelle nur drei exemplarische Beispiele genannt. Einen umfassenden Einblick in die deutsche Geschichte von 1850 bis 1918 bietet Wolfgang J. Mommsen in seinen beiden Beiträgen zur Propyläen Geschichte Deutschlands, „Das Ringen um den nationalen Staat“ (Bd. 7/1) und „Bürgerstolz und Weltmachtstreben“ (Bd. 7/2).³ Mit seiner Monographie „Das Deutsche Kaiserreich 1871-1918“ gibt Hans Ulrich Wehler einen recht kurzen, aber gut strukturierten Überblick über die deutsche Geschichte in dieser Zeit.

² Beispielsweise von Dieter Vorsteher, Bilder für den Sieg - Das Plakat im Ersten Weltkrieg, in: Die letzten Tage der Menschheit - Bilder eines Krieges, Ausstellungskatalog des Deutschen Historischen Museums, hg. v. Rainer Rother, Berlin 1994, S. 149-162, hier S. 160 ff; und Michael Jeismann, Propaganda, in: Enzyklopädie Erster Weltkrieg, S. 198-209, hier: 205 f.

³ Wolfgang J. Mommsen, Das Ringen um den nationalen Staat, Propyläen Geschichte Deutschlands Bd. 7/1, Berlin 1993, und Ebd., Bürgerstolz und Weltmachtstreben, Deutschland unter Wilhelm II 1890 bis 1918, Propyläen Geschichte Deutschlands Bd. 7/2, Berlin 1995.

rierten Überblick über Politik, Gesellschaft und Wirtschaft im Kaiserreich.⁴ Schließlich muss noch zur Geschichte des Ersten Weltkriegs die von Gerhard Hirschfeld, Gerd Krumeich und Irina Renz herausgegebene „Enzyklopädie Erster Weltkrieg“ genannt werden, die neben darstellenden Aufsätzen über die kriegführenden Staaten, die Gesellschaft im Krieg, den Kriegsverlauf und die Geschichtsschreibung vor allem durch ihren lexikalischen Teil besticht. In diesem Lexikon werden Grundbegriffe und wichtige Personen des Ersten Weltkrieges vorgestellt und erklärt.⁵

Zur deutschen Kriegspropaganda liegt bis jetzt noch keine Monographie vor, weshalb man auf andere, zum Teil allgemeine, Untersuchungen zur deutschen Propaganda und zur Geschichte des politischen Plakats zurückgreifen muss. Einen guten Überblick über die frühe Geschichte des politischen Plakats in Deutschland hat Ursula Zeller mit ihrer Dissertation „Die Frühzeit des politischen Bildplakats in Deutschland (1848-1918)“ gegeben.⁶ In ihrer Arbeit geht Zeller neben der Geschichte des Plakats vor allem auch auf die verwendeten Motive wie Allegorien oder Männer- bzw. Soldatengestalten ein. Den Plakaten des Ersten Weltkriegs widmet sie ein eigenes Kapitel, in welchem sie nochmals explizit auf die Bildsprache eingeht. Über die Vielfalt der Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg informiert sehr anschaulich der Sammelband von Raoul Zühlke, „Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg“, der in seinen Beiträgen, welche zum Teil von Studenten verfasst wurden, die ganze Bandbreite der Bildpropaganda von Karikaturen über Kriegsmedaillen bis hin zum Film zeigt.⁷ Der in diesem Band enthaltene Beitrag zu den Plakaten von Frank Kämpfer beruht auf seinem 1985 erschienen Buch „Der rote Keil“, welches sich mit der Geschichte, aber auch den theoretischen Grundlagen von politischen Plakaten befasst.⁸ Dieter Vorsteher beleuchtet in seinem Aufsatz „Bilder für den Sieg, Das Plakat im Ersten Weltkrieg“, der in dem Ausstellungskatalog „Die letzten Tage der Menschheit, Bilder des Ersten Weltkriegs“ erschienen

⁴ Hans Ulrich Wehler, Das Deutsche Kaiserreich 1871-1918, Deutsche Geschichte Bd. 9, hg. v. Joachim Leusch, Göttingen ⁷1994.

⁵ Gerhard Hirschfeld/ Gerd Krumeich/ Irina Renz (Hrsg.), Enzyklopädie Erster Weltkrieg, Paderborn ²2004.

⁶ Ursula Zeller, Die Frühzeit des politischen Bildplakats in Deutschland (1848-1918), Stuttgart 1987.

⁷ Raoul Zühlke (Hrsg.), Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, Hamburg 2000.

⁸ Frank Kämpfer, Plakat, Poster, affiche manifesto..., Des Weltkriegs große bunte Bilder, in: Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg, S.125-142