

WILLI MÜNZENBERG



Jugend dient
dem Führer

**PROPAGANDA
ALS WAFFE**

Inhalt

ÜBER DIESES BUCH

§ 1: EINLEITUNG

Was ist Propaganda?

Die nationalsozialistische Erklärung des Begriffs
>Propaganda<

Ursachen der riesigen Hitlerpropaganda

Die Grenze der Propaganda

Die Weltgefahr der Hitlerpropaganda

§ 2: DER KLEINE MANN UND SEIN REITER

§ 3: DIE PROPAGANDA SCHAFFT EINE LEGENDE

Hitler als Stifter einer neuen Religion

Der >nationale Heros< Hitler

Der Mythos der >Bewegung<

§ 4: NATIONALE PHRASE NATIONALER VERRAT

§ 5: DIE SOZIALE DEMAGOGIE

Jedem das Seine

Sozialismus ist ...

Der große Betrug

§ 6: FREUND UND FEIND WERDEN GEPLÜNDERT

Wie man den Gegner beraubte

§ 7: TAKTISCHE REGELN

Schlagworte und Zahlenrausch
Zentralisation der Nachrichtenmittel
Bluff und Überraschung
Trommelfeuer

§ 8: DIE GEWALT ALS PROPAGANDA

§ 9: MODELL-LÜGEN

Die ›Meisterlüge‹

Die Giftlüge

§ 10: OFFENSIVE DER GEGENPROPAGANDA

ÜBER DEN AUTOR

Über dieses Buch

IMMER, wenn zwei verfeindete Parteien sich unversöhnlich gegenüberstehen, wächst die Bedeutung von Propaganda. Nicht ohne Grund sagt man: »Das erste Opfer des Krieges ist die Wahrheit«.

In friedlichen Zeiten spielt Propaganda eine geringere Rolle, in unruhigen blüht sie. So auch heute: Noch immer toben zahlreiche Kriege weltweit, politische Auseinandersetzungen wie die Konflikte im Nahen und Mittleren Osten verschärfen sich. Kulturen und Lebensentwürfe prallen aufeinander, religiöse Fanatiker eifern; die Polarisierung in den Gesellschaften nimmt zu, enorm befeuert von Internet-Plattformen aller Art. So laufen auch heute unterschwellig stets Propaganda-Kriege: etwa in den USA bei der letzten Präsidentschaftswahl; zuletzt in Deutschland angesichts der Corona-Politik der Bundesregierung; davor was den Umgang mit Geflüchteten und Zuwanderern betrifft.

Die letzte große Welle in den Dekaden zuvor erlebte Propaganda im Kalten Krieg der Supermächte, die mächtigste aber gegen Ende der Weimarer Republik und während der Nazi-Diktatur.

Willi Münzenberg, der Autor dieses Buches, war sowohl Zeitzeuge als auch Protagonist der Propaganda-Maschinerie in den 20er und 30er Jahren: Der Münzenberg-Konzern, den er am Zenit seiner Karriere leitete, war der publizistische Gegenpol zur nazigesteuerten Hugenberg-Presse; und so wie die politischen Gegner ihre Kämpfe auf der Straße austrugen, bekämpften sich diese Meinungs-Maschinen mit Worten – mit Propaganda.

So gibt es kaum einen ausgewieseneren Kenner der Mechanismen von Propaganda als Münzenberg. Und seine Analysen, am Beispiel der Meinungs-Manipulationen durch die Nationalsozialisten, sind heute erhellender denn je.

© *Redaktion AuraBooks, 2021*

Lesen Sie mehr über den Autor im Anhang

§ 1: Einleitung

DIE NATIONALSOZIALISTISCHE DEUTSCHE ARBEITERPARTEI hat die Propaganda in einem Umfang entwickelt wie bisher keine andere politische, wirtschaftliche oder religiöse Bewegung. An Stärke und Aufwand stellt sie sämtliche Vorläufer und Vorbilder in den Schatten, überbietet sogar den gewaltigen Propagandafeldzug der Vereinigten Staaten bei ihrem Eintritt in den Weltkrieg und hat die Kriegspropaganda, als deren Schülerin sie sich bekennt, bereits weit überflügelt und deren große Rekorde in den Jahren 1917/18 geschlagen.

Was ist Propaganda?

DIE HITLERBEWEGUNG machte die Propaganda, indem sie ihr einen völlig neuen Inhalt und Begriff gab, zu einem entscheidenden Faktor ihrer Politik. Als Ausdruck dieses neuen bestimmenden Elementes des politischen Lebens wurde das Propagandaministerium geschaffen, dem der stärkste Einfluss auf die gesamte Politik des III. Reiches eingeräumt ist.

Propaganda wurde lange und wird sogar heute noch von vielen geringschätzig angesehen, man bewertete sie oft nicht höher als irgendeine Geschäftsreklame und erblickte in Propagandisten unangenehm und aufdringlich spektakelnde Flugblattverteiler und Plakatkleber, die die Wände beschmieren. Professoren und nennenswerte Schriftsteller, die sich mit dem Problem der Kunst der Massenbeeinflussung, mit Massenpsychologie und sogar mit

Propaganda selbst beschäftigten, vermochten den Begriff »Propaganda« keineswegs zu erklären. Zwei deutsche Schriftsteller, Ludwig Roselius und Stern-Rubarth, die sich um die Definition »Propaganda« in ihren Schriften bemühten, verstehen unter ihr einen »erweiterten Begriff für Reklame« oder eine »vornehmere Ausdrucksform für das dem kaufmännischen Leben entnommene Wort Reklame«. Der Schriftsteller Plenge bringt Propaganda in Gegensatz zur Reklame und bezeichnet sie als eine Werbung, »die nicht nur einen Augenblickserfolg, sondern eine dauernde Zusammenfassung und Beeinflussung der bearbeiteten Menschengruppen erreichen will.«

In Meyers »Wörterbücher-Politik« schreibt Dr. Th. Heuss über Propaganda: »Propaganda, das heißt, die zweckvolle Verbreitung bestimmter Meinungen, hat es als politisches (und kirchlich-religiöses) Mittel immer gegeben«. Das »Handbuch der neuzeitlichen Wehrwissenschaft« erklärt Propaganda in folgender Weise: »Propaganda (*v. lat. propagare = verbreiten*) ist Massenwerbung für geistige Gefolgschaft durch Gedanken, für die die Volksmassen durch Beeinflussung gewonnen werden sollen«. Friedrich Schönemann, ein geistiger Vater der Hitlerpropaganda, schreibt im Vorwort zu seinem Buch »Die Kunst der Massenbeeinflussung in den Vereinigten Staaten von Amerika«, er wende Wort und Begriff Propaganda »in dem Sinne eines einheitlichen, planmäßigen und geordneten Verfahrens der Gedankenvertretung und Gedankenausbreitung« an.

Unbestimmter als in diesen angeführten Erklärungen kann das Wort nicht gedeutet werden.

Es ist kein Zufall, dass kein bürgerlich-politischer Schriftsteller in der Zeit vor Hitler eine klare, präzise Definition des Begriffs »Propaganda« zu geben vermochte, denn sie wurde vor Hitler von keiner bürgerlichen Partei betrieben.

Die breite öffentliche Meinung beschäftigte sich zum ersten Mal eingehender in den Jahren 1914-1918 mit Propaganda, als der Lärm der gegenseitigen Kriegspropaganda zuweilen sogar den Donner der Kanonen übertönte. Hier sind auch die Wurzeln der Hitlerpropaganda zu suchen, die sich später so mächtig entfalten sollte.

Der sozialistischen Bewegung waren Name und Begriff »Propaganda« seit langer Zeit vertrauter, weil sie ihre Wähler und Mitglieder in den großen, nach Millionen zählenden Massen der Arbeiter und Besitzlosen suchte. Massengewinnung aber ist ohne Massenpropaganda oder Massenagitation nicht möglich. Das Wort Propaganda gehört zu den gebräuchlichsten Worten des sozialistischen Wortschatzes. Im Gegensatz zur geringschätzigen Bewertung bürgerlicher Gruppen bedeutet das Wort »Propaganda« in der sozialistischen Terminologie etwas Großes, Wertvolles, Geistiges, Wissenschaftliches.

Propaganda ist hier die Bezeichnung für die Lehre von der Theorie, von der wissenschaftlichen Begründung des Sozialismus im Gegensatz zu der sozusagen angewandten Propaganda bei der Massenwerbung, Mitglieder- und Wählerwerbung oder bei der Führung des täglichen Kleinkampfes (Lohnbewegung, Streik etc.), die als »Agitation« bezeichnet wird. Im Vorwort zum Band »Gesammelte Aufsätze über Propaganda und Agitation« von Lenin liest man folgende Formulierung: »Die Propaganda hat die Aufgabe, die Gesamtheit der Kampfbedingungen und Kampfziele des Proletariats in einer bestimmten Situation zu erhärten, anknüpfend an die Prinzipien des Marxismus. Die Agitation verfolgt den Zweck, diese allgemeinen Richtlinien, die sich aus den Prinzipien des Marxismus ergeben, in besonderen Knotenpunkten zusammenzufassen, sie als Aktionsparolen umzuschmieden.«

Lenin schreibt ferner, »dass der revolutionäre Propagandist im Maßstabe von Hunderten zu denken hat, der Agitator im Maßstabe von Zehntausenden, der

Organisator und Führer der Revolution im Maßstabe von Millionenmassen«. Hitler gibt in seinem Buch ›Mein Kampf‹ zu, bei der aufmerksamen Verfolgung politischer Vorgänge festgestellt zu haben, dass die sozialistisch-marxistischen Organisationen die Propaganda mit »meisterhafter Geschicklichkeit beherrschten und zur Anwendung zu bringen verstanden«.

Wenigstens dieses Erkenntnis hat sich Hitler im Verlaufe seiner Bekanntschaft mit der Wiener Sozialdemokratie erworben, deren riesige Aufmärsche und Kundgebungen mit Hunderttausenden von Teilnehmern den stärksten und nachhaltigsten Eindruck auf ihn gemacht haben. Im unmittelbaren Anschluss an das neiderfüllte Lob auf die sozialistische Propaganda ruft Hitler schmerzlich aus: »Ich lernte verstehen, dass die Propaganda eine wirkliche Kunst darstellt, die den bürgerlichen Parteien fast so gut wie unbekannt ist.«

Wie überall hat er es aber auch in der Propaganda nie zum Künstler, sondern nur zum Handwerker gebracht. Aber die Erkenntnis von der Bedeutung der Propaganda brachte er später in den Verein »Deutsche Arbeiterpartei« mit und übermittelte sie der deutschen Reichswehr, als sie nach dem verlorenen Krieg Mittel und Wege suchte, um die Arbeiterklasse »national« zurückzugewinnen. Dieses Erkenntnis war das geheimnisvolle Rezept, das Hitler gegen bare und nicht zu kleine Summen der deutschen Schwerindustrie verkaufte, die darauf ausging, die Kraft der riesig gewachsenen deutschen Gewerkschaften und der sozialistisch-kommunistischen Bewegung zu brechen.

Die nationalsozialistische Erklärung des Begriffs ›Propaganda‹

Hitler versteht grundsätzlich etwas anderes unter Propaganda als die sozialistische Bewegung. Für ihn ist Propaganda nicht die geistige Übertragung wissenschaftlicher Erkenntnisse, nicht ein Mittel, um durch Wissen und Überzeugung kleinere oder größere Kreise von Menschen ideologisch für eine Weltanschauung zu gewinnen, Hitler teilt der Propaganda nur die Aufgabe zu, möglichst große Massen kritikloser »Anhänger«, Mitläufer, Beifallsrufer einzufangen. Je rückständiger, beschränkter die durch Propaganda gewonnenen Mitläufer sind, umso besser erscheint es Hitler, denn auf die Masse der gewonnenen Mitläufer, und zwar nur auf die Masse, kommt es der Hitlerpropaganda an.

Hitler wird nicht müde, diese Aufgabe der Propaganda zu unterstreichen und zu wiederholen, immer wieder schärft er seinen Propagandisten ein: »Die Propaganda braucht sich deshalb nicht den Kopf zu zerbrechen über die Bedeutung jedes Einzelnen der von ihr Belehrteten, über Fähigkeit, Können und Verständnis oder den Charakter derselben.« (>Mein Kampf<, Seite 652) So kompliziert die meisten Sätze in >Mein Kampf< gebildet sind, hier wird klar, knapp und kurz formuliert: »Aufgabe der Propaganda ist es, Anhänger zu werben, Aufgabe der Organisation, Mitglieder zu gewinnen.« (Seite 651)

Hitler unterstreicht scharf seine Ablehnung der theoretischen Erkenntnisse in >Mein Kampf< (Seite 650): »Ganz falsch wäre es allerdings, im Reichtum an theoretischen Erkenntnissen charakteristische Beweise für Führereigenschaften und Führertüchtigkeit erblicken zu wollen. Das Gegenteil trifft häufig zu.« Es geht Hitler nicht darum, Menschen durch Ideen, wissenschaftlich fundierte Theorien, Argumente zu überzeugen, eine feste, begründete Weltanschauung zu bilden und zu entwickeln, vielmehr sucht er nur, zustimmende Massen für bestimmte, meist getarnte politische Manöver durch politische Parolen und Schlagworte einzufangen.

Vom ersten Tage an war die Hitlerpropaganda eine inhaltlose, platte Agitation und ist es geblieben. Für sie trifft das Wort Stern-Rubarths zu: Propaganda ist »eine vornehmere Bezeichnung für das Wort Reklame«. Eine Reklame von riesigstem Ausmaß und größten Folgen. Hitler entwickelte seine »politische Reklame« zu einem ausgeklügelten, mächtigen System, das mit allen Kunsttricks, allen raffinierten Methoden einer Großreklame des zwanzigsten Jahrhunderts, unter besonderer Ausnutzung der Erfahrungen der Kriegspropaganda, mit allen Mitteln der modernen Werbung durch das gesprochene Wort, in Riesenkundgebungen, durch das neuzeitliche Plakat, die Schnellpresse und das Radio, mit List, Täuschung, Lüge und brutaler Gewalt skrupellos arbeitet und Massenerfolge erzielt.

Kritiklose Bewunderer der Hitlerpropaganda aber vergessen dabei das Wichtigste, dass nämlich die sichtbaren großen Erfolge der Hitlerpropaganda nur in der Gewinnung von »Anhängern«, nicht aber von geistigen und ideologischen Kämpfern für den Nationalsozialismus bestehen. Hier hat jede frühere große geschichtliche, religiöse oder weltanschauliche Bewegung weit größere Erfolge erzielt, als es der Hitlerbewegung trotz aller Raffinements ihres ausgeklügelten Propagandasystems möglich war und je möglich sein wird. Es ist kein Zufall, dass das Hitlerregime nicht einen einzigen bürgerlichen namhaften Oppositionellen zurückgewonnen hat.

Die Hitlerregierung weiß, warum sie sowohl 1936 als 1937 die Wahlen von Vertrauensleuten in den Betrieben nicht durchgeführt hat. Sie fürchtete mit Recht ein noch kläglicheres Resultat als 1935. Die ideenlose Propaganda der Hitlerbewegung kann keine Seelen erringen. Sie sieht ihre Hauptaufgabe darin, von Zeit zu Zeit unter Ausnützung eines geglückten innen- oder außenpolitischen Manövers die Volksmassen »hochzureißen«. Die Propaganda soll die als Wähler, Beifallsspender, als Arbeiter oder Soldaten

notwendigen Massen heranholen, die Führung geht von dem kleinen ausgewählten Kern der »Organisatoren« aus. Hitler formulierte diese Aufgabe in »Mein Kampf« (Seite 653): »Wenn die Propaganda ein ganzes Volk mit einer Idee erfüllt hat, kann die Organisation mit einer Handvoll Menschen die Konsequenzen ziehen.«

Die »Ideen« hat Hitler in »Mein Kampf« entwickelt. »Haut den Juden raus! Vernichtet den Marxismus! Verschafft Euch Waffen und fallt über die reicheren Länder her!« Die »Handvoll Menschen« hat nach dem Reichstagsbrand die »Konsequenzen« gezogen.

Für den »philosophischen Aufputz« der Hitlerpropaganda plündern die Goebbels und Rosenberg die Schriften von Max Weber, Lagarde, H. St. Chamberlain, Spengler, Moeller von den Bruck und anderen, lassen sie aber gleichzeitig zum größten Teil verbieten, um den eigenen Diebstahl leichter zu verdecken. Ihre Theorien vom »deutschen und preußischen Sozialismus«, von der Artgebundenheit, von den Wurzeln des Sozialismus in der alten preußischen Pflichterfüllung von Friedrich II. als dem größten Sozialisten, ihre Blut- und Rassenlehre, ihre Behauptung von der Raumnot Deutschlands, der Hassgesang gegen die Internationale, gegen den Marxismus, ihre Behauptung von der notwendigen Synthese des Sozialismus und Nationalsozialismus etc. kehren in unzähligen Varianten verflacht in allen Schriften und Reden der Goebbels, Rosenberg und anderer nationalsozialistischer Schriftsteller wieder.

Für die Hitlerbewegung war und ist die Propaganda nicht das geistige Mittel, um die Massen aufzuklären, zu bilden, intellektuell und kulturell zu heben, sondern um sie in bestimmte Richtungen zu drängen, zu führen, zu dirigieren. »Die Propaganda ist«, erklärte Goebbels, »die Kunstform der politischen Lenkung großer Bewegungen und als solche eine spezifische Massenangelegenheit«; Hadamovsky, der Leiter des deutschen Rundfunks und zweiter Mann in der

Hitlerpropaganda, schreibt: »Propaganda ist Wille zur Macht und ein Werkzeug, dessen Gebrauch die Macht über die Geister endlich wieder sicherstellt.«

Hitler verhöhnnte die Anstrengungen zur Hebung des geistigen, ideologischen Niveaus der Massen, er will und braucht unselbstständige, geistlose Massen, die ihm blindlings folgen: »Man begriff nie, dass die Stärke einer politischen Partei keineswegs in einer möglichst großen und selbstständigen Geistigkeit der einzelnen Mitglieder liegt, als vielmehr im disziplinierten Gehorsam, mit dem ihre Mitglieder der geistigen Führung Gefolgschaft leisten.« (>Mein Kampf<, S. 510)

Hitler war es bei der Propaganda um den Lärm und Spektakel zu tun, die Propaganda sollte helfen, dass man von ihm und seiner Partei spreche. »Ich habe damals den Standpunkt eingenommen, ganz gleich, ob sie über uns lachen oder schimpfen, ob sie uns als Hanswurst oder Verbrecher hinstellen, die Hauptsache ist, dass sie uns erwähnen, dass sie sich immer wieder mit uns beschäftigen und wir allmählich in den Augen der Arbeiter selber wirklich als Macht erscheinen, mit der zur Zeit allein noch eine Auseinandersetzung stattfindet. Was wir sind und was wir wollen, das werden wir eines schönen Tages der jüdischen Pressemeute schon zeigen.« (>Mein Kampf<, S. 598)

Eine derartige Propaganda, die bewusst auf den wichtigsten Inhalt jeder Propaganda, die überzeugenden Waffen des geistigen Inhaltes der propagierten Ideen, verzichten muss, weil sie hier nämlich überhaupt nicht vorhanden sind, ist ohne Gewalt nicht denkbar und wäre a priori zur Erfolglosigkeit verdammt. Die Hitlerpropaganda hat die Gewalt als bewusst gewolltes Propagandamittel organisiert, und ihre Wortführer, wie Hadamovsky, versuchen, die Gewalt als Propagandamittel »theoretisch« folgendermaßen zu begründen: »Propaganda und Gewalt sind niemals absolut Gegenpole. Die Gewaltanwendung kann ein Teil der Propaganda sein.«

Die Gewalt wurde ein Teil, sogar der wesentliche Teil der Hitlerpropaganda und das wichtigste Mittel, um das höchste Ziel, das Hitler der Propaganda stellte, zu verwirklichen: »die neue Weltanschauung möglichst allen Menschen zu lehren, und wenn notwendig, später aufzuzwingen.«

Die Gewalt gehört zu den wichtigsten und erfolgreichsten Mitteln der Hitlerpropaganda, ja, ist vielleicht das entscheidende Mittel.

Für die Hitlerbewegung ist die Propaganda ein Mittel zum Zweck der Erreichung der Macht, die »Kunstform der politischen Lenkung großer Massen«, ein Werbesystem zur Gewinnung von Millionen Mitläufern ohne Rücksicht auf ihr »Verständnis und ihren Charakter« und, wie Hitler formuliert: »eine Waffe, wenn auch eine wahrhaft fürchterliche, in der Hand des Kenners.«

Wie in manchen anderen Fragen bestehen auch in der Definition des Begriffes »Propaganda« zwischen Hitler und dem Generalstab der deutschen Armee Meinungsverschiedenheiten. Während für Hitler die Propaganda eine Art politischer Reklame ist, lautet die Definition des Kriegsministeriums nach Dr.-Ing. Albrecht Blau, Major im »Psychologischen Laboratorium« des Reichskriegsministeriums, in einem Artikel »Propaganda als Waffe« (Sonderdruck »Deutsche Gesellschaft für Wehrpolitik und Wehrwissenschaften«, 3. Folge, Oktober 1935) folgendermaßen: »Die Verbreitung der Werbung vollzieht sich auf akustischem oder auf optischem Wege, die Methoden ihrer Anwendung bezeichnen wir als Propaganda, als Agitation, Demonstration, Mission und Reklame. Wenn wir diese fünf Werbemethoden daraufhin untersuchen, welche Triebgrundlagen bei den Umworbenen angesprochen werden sollen, so erkennen wir:

- *dass Propaganda in der Erfüllung von Idealvorstellungen auf alle Triebe gleichmäßig gerichtet wird;*

- *dass die Agitation vornehmlich auf das Geltungs- und Vergeltungsbedürfnis gerichtet ist;*
- *dass die Demonstration das Erlebnisbedürfnis und das Machtgefühl anregen will;*
- *dass die Mission fast ausschließlich die Gläubigkeit in ihren Dienst stellt, während*
- *die Reklame sich an das Erlebnisbedürfnis sowie an das Geltungsbedürfnis wendet.«*

Der Definition des Führers wird in dieser Erklärung des Majors Blau der letzte Platz angewiesen.

Ursachen der riesigen Hitlerpropaganda

HITLER IST PROPAGANDIST, in erster Linie und vor allem Propagandist. In der Anfangsperiode seiner Bewegung, besonders nach dem missglückten Putsch 1923, hat er sich selbst wiederholt nur als Vorläufer eines »Größeren«, als Wegbereiter und »Trommler« für den kommenden »Mann« bezeichnet. Hitler schildert in »Mein Kampf«, wie er nach seinem Eintritt in die »Deutsche Arbeiterpartei« die Leitung der Propaganda übernahm. »Hitler hat einen fanatischen Glauben an die Wunderkraft der Propaganda.« Er glaubt, dank dieser Kraft die Macht in Deutschland errungen zu haben, hofft mit ihrer Hilfe sie erhalten und auch Deutschlands Raum vergrößern zu können. In einem Gespräch mit dem damaligen Reichskanzler Brüning über die Machtergreifung rief Hitler im Jahre 1932 erregt aus: »Ich bewerte diese Frage in erster Linie als Agitator«, worauf ihm Brüning etwas spöttelnd ins Wort fiel: »Da kann ich allerdings nicht mitreden, ich bin unfähig für jede Art von

Agitation.« Wenige Monate später nahm der Agitator den Reichskanzlersitz ein. Ihren Erfolg verdankt die Hitlerbewegung der Armee der Schwerindustrie und der Propaganda, wie Hitler sie versteht.

Im Verlaufe des vierzehnjährigen Kampfes um die Macht, noch mehr aber nach Überlassung der Macht, entwickelte die Hitlerbewegung die größte, lauteste Propaganda, die ganz Deutschland mit ihrem Lärm erfüllte und weit über seine Grenzen hinaus drang. Die Not, nicht die Tugend, zwang die Hitlerbewegung zu dieser riesigen Propaganda, denn sie stand vor der nicht leichten Aufgabe, die großen Massen der Besitzlosen als Anhänger für die Bewegung zu gewinnen, trotzdem ihre elementaren Lebensinteressen den wahren Zielen der Hitlerbewegung diametral entgegengesetzt waren und sind. Die Propaganda musste im Ausland die Hitlerbewegung als solide bürgerliche, friedliche Bewegung erscheinen lassen, trotzdem die Hitlerbewegung die stärkste pan-germanistische Politik treibt und die berüchtigten Absichten der alldeutschen Welteroberer in der Vorkriegs- und Kriegszeit bei Weitem übertrifft.

Die Hitler-Propaganda machte es sich nicht zur Aufgabe, das theoretische Programm und die Ideen der Bewegung, die nicht vorhanden waren, zu propagieren, sondern die wahren Ziele der Bewegung zu verbergen und zu verschleiern. Nur ein Beispiel illustriert diese Methode: Lange Zeit verkündeten Hitler und seine Propaganda, dass er einen »Vierjahresplan habe, wenn er an die Macht käme«. Auf die Aufforderung seiner Gegner, diesen Plan endlich bekanntzugeben, erwiderte er: »Ich denke nicht daran, meinen Gegnern meine Pläne zu verraten, damit sie davon lernen können.« Aber nicht diese Furcht, man könne etwas von ihm lernen, sondern der Inhalt des Planes machte es Hitler unmöglich, ihn vor der Machtübernahme bekanntzugeben.

Heute kennen Deutschland und die ganze Welt den Plan: Die Wiederaufrüstung Deutschlands, die der Rüstungsindustrie und den Großindustriellen, Finanziers der Bewegung, Millionen und Abermillionen von Gewinnen brachte. Je mehr aber zu verbergen und zu verheimlichen war, umso größer mussten der propagandistische Aufwand, umso lauter und lärmender die Propaganda, um so raffinierter ihre Mittel und Methoden sein.

Im Jahre 1927 schrieb Hitler eine Broschüre zur Gewinnung der deutschen Industriellen, die der Senior der aggressiven, machtgierigen Rührindustriellen, Emil Kirdorf, unter seinem Namen herausgab und verbreitete. Im April 1937 überreichte Hitler persönlich Kirdorf zum Dank für diese Broschüre und für die vermittelten Millionen Propagandagelder der Schwerindustrie den »Deutschen Adelsschild«. Gerade deshalb aber musste Goebbels zu gleicher Zeit vor den Massen umso lauter schreien: »für die Unterdrückten, gegen die Ausbeuter«. Eine Parole, die Goebbels im Titel seiner Berliner Zeitung »Der Angriff: mit Plakatschrift täglich wiederholte.

Für die Entwicklung einer großen, militärisch betonten Propaganda waren aber auch die persönlichen Initiatoren der Bewegung bestimmend. Den ersten Kern der Hitlerbewegung bildeten Offiziere, vornehmlich Offiziere aus der Propagandaabteilung und den Nachrichtenbüros der alten Armee, die auch in die neue Reichswehrleitung übernommen waren. Adolf Hitler kam aus dem gleichen Kreis. Er wurde von der Armeeführung, unmittelbar von seinem damaligen Vorgesetzten, dem Generalstabshauptmann Röhm, den er später, am 30. Juni 1934, erschießen ließ, als »Nachrichtensoffizier«, wie Hitler in »Mein Kampf« sich selbst bezeichnet, in den Münchener »Deutschen Arbeiterverein« geschickt und kam in dieser Funktion zum ersten Mal mit der »Bewegung« in Verbindung. Jene Offiziere waren wie Hindenburg und Ludendorff (Hans Thimme Weltkrieg ohne Waffen) davon

überzeugt, dass die deutsche Armee nicht von der feindlichen Armee, sondern von der feindlichen Propaganda im Feld und in der Heimat besiegt worden wäre. Die Offiziere brannten darauf, die Erfahrungen aus der früher unterschätzten Propaganda, wenn nicht jetzt schon gegen den äußeren Feind, vorläufig wenigstens gegen den inneren Feind auszuwerten.

Propaganda wurde die Losung, Propaganda das Feldgeschrei der neuen Bewegung. Wie Konstantin I. das Kreuz am Himmel erschien und ihm die Stimme zurief: »In diesem Zeichen wirst du siegen«, so hörte der von seinen Anhängern als Prophet gefeierte neue Messias Hitler eine Stimme: »Propaganda, in diesem Zeichen wirst du siegen.«

Zum ersten Mal wurde Massenpropaganda für eine bürgerliche Politik entfaltet. Propaganda für die nationale Erneuerung, Propaganda für die militärische Tradition, für die Wiederaufrüstung. Die Propaganda sollte den »Roten« die Massen abjagen, die abseits stehenden unpolitischen Massen der Kleinbürger aus dem Schläfe trommeln, die Lauen und Zögernden mitreißen, den Gegner einschüchtern.

Die ersten Erfolge der Propaganda geben den Strategen recht. Die Massen kommen, jubeln dem Führer zu, die Sturmkolonnen prügeln jeden Zwischenrufer aus der eigenen Versammlung hinaus und sprengen die Versammlungen der Gegner.

Die Propaganda erobert München, die Schlägerkolonnen der SA Coburg. Man geht auf diesem Weg weiter und weiter, immer mehr und mehr Propaganda wird aufgeboten, immer mehr Gewalt wird angewandt, um den Sieg zu erringen. In Hitler, Goebbels und anderen Führern der Hitlerbewegung wachsen der Glaube, das Vertrauen in die Propaganda als nie versagende, sichere Waffe. Immer höher wird die Propaganda als Mittel zur Erringung der Macht, bald als das Mittel eingeschätzt. Hitler kommt zur Macht durch die Propaganda. Goebbels ist davon überzeugt, Hitler ist davon überzeugt und bestätigt am 1. Januar 1934 seinem

Propagandaminister, dass seine »geniale Propaganda die Stellung vorher sturmreif geschossen« hätte. »Sie machte die Menschen in ihrer bisherigen Welt irre und für eine neue reif«, er hätte »darüber hinaus aus der Propaganda eine unerhört scharfe Waffe gemacht, der im Laufe der Jahre ein Gegner nach dem anderen erlegen« wäre (Glückwunschbrief Hitlers an Goebbels am 1. Januar 1934.)

Die Propaganda ersetzt das fehlende Programm, den mangelnden Inhalt der Bewegung. Die lärmende propagandistische Auswertung der außenpolitischen Erfolge in den letzten Jahren verhilft zum Fortbestehen der Macht. Es kommt so weit, dass die Propaganda nicht der Politik dient, sondern die Politik ein Mittel der Propaganda wird. Das gleiche gilt für die Organisation. »Propaganda hat uns zur Macht verholfen, Propaganda bis heute die Macht erhalten, Propaganda wird uns die Welt erobern«, war die Losung auf dem Nürnberger Parteitag 1936, ist sie im Frühjahr 1937.

Die Grenze der Propaganda

Das Vertrauen der Hitlerbewegung in die Wunderkraft der Propaganda ist grenzenlos. Man meint, mit Hilfe der Propaganda den Anhängern den Himmel als Hölle und »umgekehrt das elendeste Leben als Paradies« (Hitler »Mein Kampf«) erscheinen zu lassen. Es kommt der Hitlerbewegung nicht darauf an, tatsächlich die Verhältnisse zu ändern, sondern einzig und allein sie den Volksmassen »nur anders erscheinen zu lassen«. Wichtig allein ist es, doziert die Hitlerpropaganda, dass das Volk die Illusion der Macht hat, dass die Massen glauben, sie hätten die Gewalt, sie seien die Besitzer aller Werke, Betriebe, Verlage, die Herren des »sozialistischen« Deutschlands.

Der Sonntagsausflug mit »Kraft durch Freude« und das »Pfundpaket« der Winterhilfe sollen dem Arbeiter die Illusion