
„Die Heimat hat sich schön gemacht ...“

**1959: Fallstudien zur deutsch-deutschen
Propagandageschichte**

**Herausgegeben von
Monika Gibas und Dirk Schindelbeck**



Leipziger Universitätsverlag 1994

© Leipziger Universitätsverlag GmbH 1994

COMPARATIV

Leipziger Beiträge zur Universalgeschichte und
vergleichenden Gesellschaftsforschung

Heft 3 (1994)

„Die Heimat hat sich schön gemacht ...“

1959: Fallstudien zur deutsch-deutschen Propagandageschichte

Hrsg. von Monika Gibas und Dirk Schindelbeck

ISSN 0940 – 3566

ISBN 3-929031-52-3

Inhalt		Seite
Editorial		7
Aufsätze		
<i>Rainer Gries</i>	Virtuelle Zeithorizonte. Deutsch-deutsche Geschichtsbilder und Zukunftsvisionen Ende der fünfziger Jahre	9
<i>Gerald Diesener</i>	Schon einmal am Wendepunkt – im ‚Neuen Deutschland‘ 1959	29
<i>Monika Gibas</i>	„Deckt alle mit den Tisch der Republik“. Regie und Dramaturgie des DDR- Dezenniums am 7. Oktober 1959	49
<i>Volker Ilgen</i>	„Wachsamkeit ist der Preis der Freiheit“. Wie die Bundesregierung 1959 ihren Bürgern die NATO nahebrachte	69
<i>Dirk Schindelbeck</i>	Zwischen Wirtschafts- und Raketenwunder. Vom Sängerstreit über den Stacheldraht	96
<i>Eckhardt Fuchs</i>	Blicke hinter den „Eisernen Vorhang“: Die DDR 1959 im Spiegel der US-Presse	126
Forum		
<i>Carole Daffini</i>	Der Fall Marteau	144

Mitteilungen und Berichte

- Eine neue Zeitschrift: *Revue Germanique Internationale* (Matthias Middell) 149
- Besserwessis, Jammerosis und ein Projekt. Das Adolf-Grimme-Institut untersuchte „Deutsche Selbst- und Fremdbilder in den Medien von BRD und DDR“ (Rolf Geserick) 150
- Broschüren des Kalten Krieges – ein Quellenfundus für die Propagandageschichtsschreibung (Klaus Körner) 154

Buchbesprechungen

- Harm Mögenburg, *Kalter Krieg und Wirtschaftswunder. Die Fünfziger Jahre im geteilten Deutschland 1949-1961*, Braunschweig 1993 (Barbara Walter) 157
- Peter Jung (Hrsg.), *Verordneter Humor. DDR 1953*, Berlin 1993 (Klaus Sonnendecker) 159
- *Formative Ästhetik im Nationalsozialismus. Intentionen, Medien und Praxisformen totalitärer ästhetischer Herrschaft und Beherrschung*, Weinheim und Basel 1993 (Ingeborg Blom) 162
- Hans Dornizlaff, *Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik. Ergänzt durch „Typische Denkfehler der Reklamekritik“*, Hamburg 1992 (Dirk Schindelbeck) 164
- *Filmmuseum Potsdam* (Hrsg.), *Sandmann auf Reisen. Katalog zu einer Ausstellung des Filmmuseums Potsdam*, Berlin o.J. (Thomas Ahbe) 167
- Heinz Niemann, *Meinungsforschung in der DDR. Die geheimen Berichte des Instituts für Meinungsforschung an das Politbüro des SED, Köln 1993* (Klaus Schönberger) 169
- Werner Kroeber-Riel, *Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung*, München 1993 (Rainer Gries) 172
- Bärbel Kuhn, *Haus Frauen Arbeit 1915–1965. Erinnerungen aus fünfzig Jahren Haushaltsgeschichte*, St. Ingbert 1994 (Katharina Middell) 174

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren 176

Editorial

Mit dem Fall der Mauer und dem Abbau der Grenzanlagen sind deren Schatten nicht verschwunden, im Gegenteil: sie führen das mehr als nur heimliche Regiment im gegenwärtigen deutsch-deutschen Lebensalltag und Dialog. Beharrlich künden sie von der Macht unaufgearbeiteter Vergangenheit im Einigungsprozeß. Unablässig erzählen sie von den mentalen Tiefenprägungen und Grundmustern durch zwei diametral entgegengesetzte Gesellschaftssysteme, die das Denken und das Empfinden ihrer Menschen über Generationen hinweg zu konturieren und modellieren verstanden. Unnachgiebig präsentieren sie ihre Forderungen, Genese und Geschichte kollektiver Bewußtseinsbestände zu rekonstruieren und aufzuarbeiten. Dieser Aufgabe müssen nicht zuletzt wir als Bürger und Historiker zugleich uns stellen, sind wir selbst doch auch wandelnde Produkte verinnerlichter Propaganda-Einflüsse, die im jeweiligen System nicht nur ihre Sozialisation empfangen, sondern auch Wertewelten aufgesogen und in sich ausgebildet haben.

Schon Mitte 1991 wurden innerhalb unserer aus Freiburger und Leipziger Historikerinnen und Historikern zusammengesetzten Arbeitsgruppe diese Fragen diskutiert; es bildete sich eine Initiative, die sich der diskursiven Erforschung von Propagandaeinflüssen auf deutsch-deutsche Lebenswelten zu widmen begann. Das erkenntnisleitende Interesse besteht darin, die Sozial- und Alltagsgeschichte der beiden deutschen Gesellschaften durchgängig als eine wechselseitige Kommunikationsgeschichte über die Mauer hinweg zu begreifen und anhand propagandistischer Äußerungen in Wort und Bild herauszuarbeiten. In diesem Sinne werden Public Relations und Propaganda zu einem Spiegelbild, in dem sich nicht nur das Selbstverständnis der Staaten nach innen und außen artikuliert, sondern auch die Alltagsgeschichte der Einheit und der Trennung ablesen läßt. Ebenso lassen sich die Strategien der Legitimation in ihrer Dynamik aufdecken und auf diesem Wege ein Beitrag zur Rekonstruktion der Lebenswirklichkeiten in den beiden deutschen Gesellschaften leisten.

Seit Oktober 1992 ist das Projekt Teil des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Schwerpunktprogramms ‚Politischer und Sozialer Wandel im Zuge der Integration der DDR-Gesellschaft‘. Dessen Ziel ist es, die sozialen und mentalen Prozesse der Einheit wissenschaftlich zu begleiten.

Aus diesem Projekt werden mit dieser Fallstudie erste Arbeitsergebnisse zur Diskussion gestellt. Um die Leistungsfähigkeit der angesprochenen mentalitätsgeschichtlichen Methode vorzuführen, haben wir anhand des Jahres 1959 den Versuch unternommen, eine synchrone Sonde in die mentalen

Horizonte dieser Zeit zu legen. Im Gegensatz zu 1953 und 1961 gilt 1959 als ein wenig spektakuläres Jahr: es verläuft in scheinbarer Normalität, wenngleich beide Staaten bereits auf ihr zehnjähriges Bestehen zurückblicken können. Folglich ist in Ost und West ein Bewußtseinsfundament ‚Sicherheit‘ vorhanden, das sich in entsprechenden Propagandaäußerungen wiederfindet und ohne besondere werbliche Anstrengung im Umlauf halten und abrufen läßt. 1959 ist aber auch ein Jahr, in dem geradezu besessen zu nennende Zukunftsoptionen Gestalt annehmen und über die semantische Figur eines ‚Zu neuen Ufern‘ erfolgreich in das Denken und Fühlen der Menschen eingepflanzt werden können. Aus mentalitätsgeschichtlicher Perspektive kann 1959 durchaus auch als ein „Wendejahr“ bezeichnet werden.

Ein solch alltagsgeschichtlicher Zugang zu werblichen Äußerungen – bezogen auf Staat und Gesellschaft – mag heute noch kühn oder zumindest ungewöhnlich erscheinen, zumal hier von vornherein andere Wege beschritten werden als sie beispielsweise im Rahmen eines politikhistorischen Ansatzes üblich sind, der Propaganda von „oben“, mühsam als Appendix und Durchsetzungsinstrument auf der administrativen Ebene begreift.

Mentalitätshistoriographisch ist es der längst überfällige Versuch, die kommunikativen und alltagsästhetischen Wirkungen propagandistischer Äußerungen und den ihnen zugrunde liegenden Quellen endlich jene Achtung und jenen Platz einzuräumen, die sie verdienen.

Das in der ehemaligen DDR sehr populäre Lied der jungen Naturforscher „Die Heimat hat sich schön gemacht“ hat uns bei der Erarbeitung dieser Fallstudie begleitet. Die Wirkungsmacht dieses so unverdächtig anmutenden Liedes offenbart seine werbliche Qualität; nicht von ungefähr tritt es heute aus der kollektiven Erinnerung vieler Ost-Bürger wieder deutlich hervor als ein Zeitzeichen für eine im Vergleich mit der Gegenwart durchaus nicht ‚schlechte‘ Phase in der Geschichte der DDR. Auf unser Projekt bezogen, stellt es die Frage nach den Möglichkeiten propagandistischer Durchdringung des Lebensalltags. Und schließlich mag dieses Beispiel sozialistischen Liedguts auch für eine gesamt-deutsch-übergreifende Grundbefindlichkeit an der Schwelle der sechziger Jahre stehen: jenes in Ost und West gleichermaßen so charakteristische Zeit-Amalgam aus biedermeierlicher Behaglichkeit und ungebändigtem Zukunftsoptimismus, wie es etwa in seiner dritten Strophe anklingt:

„Wir brechen in das Dunkel ein, verfolgen Ruf und Spur.

Und werden wir erst wissend sein, fügen sich uns die Natur.“

Virtuelle Zeithorizonte Deutsch-deutsche Geschichtsbilder und Zukunftsvisionen Ende der fünfziger Jahre

„Was bringt uns 1959?“ Als Deuter der Zeitläufte trat Ludwig Erhard zu Beginn des Jahres in einer Anzeigenkampagne auf. „Die Zeit, in der wir leben, ist nicht beschaulich“, dozierte der Wissenschaftler auf dem Ministersessel: „Vielleicht wähen wir uns in einer zu großen Sicherheit, wenn wir darauf vertrauen, wir hätten uns inmitten tiefgehender wirtschaftlicher und politischer Ereignisse ringsum schon ein unerschütterbares festes Fundament gebaut.“ Gleichwohl, der Minister propagierte Zukunft und Zuversicht: „Wir stehen auf festen Füßern Trotz mancher Schatten hier oder dort haben wir viel geschafft... Wollen wir es also anpacken, dieses Jahr 1959 – mutig, gläubig und treu.“¹

Der Professor gefiel sich in der Rolle des Propheten. Einen Monat später wagte der Ökonom erneut einen „Blick in die Zukunft“. Die Illustrierte ‚Quick‘ verkündete dieses Mal des Ministers fernere Zukunftsvisionen. „Vor meinen Augen steht ein klares Bild“, zitierte das Blatt Ludwig Erhard: „Wir im Jahre 1980.“²

Der Bericht verstand sich als publizistische Antwort des Westens auf eine propagandistische Herausforderung des Ostens. Die Welt habe aufgehört, als Nikita Chruschtschow in Moskau „seinen gigantischen Siebenjahresplan“ proklamiert habe. „Bis 1965 werde der Osten den wirtschaftlichen Vorsprung der kapitalistischen Länder einholen, triumphierte der Herr des Krtrhl. Jetzt fragen die Menschen im Westen: Wie wird die Zukunft bei uns aussehen?“

Das „Sonderinterview“ mit Ludwig Erhard war auch Antwort auf eine selbstbewußte Ankündigung aus Ostberlin vom Vorjahr. Denn im Sommer 1958 hatte Walter Ulbricht den Sieg des Sozialismus *binnen drei Jahren* vorhergesagt: 1961 wollte man Westdeutschland „eingeholt und überholt“ haben. Die beiden ehrgeizigen Zukunftsperspektiven dürfen zugleich als Bausteine einer ziselierten deutsch-deutschen Architektur von propagandistischen Zeithorizonten Ende der fünfziger Jahre gelten.

Denn während man in der Bundesrepublik im Jahr 1958 saturierte Rückschau auf ‚zehn Jahre Währungsreform‘ gehalten hatte, beging man im Osten im folgenden Jahr pompös das erste *Dezennium der Deutschen Demokrati-*

schen Republik.³ Das zehnjährige Jubiläum der Staatsgründung spielte im Westen eher eine untergeordnete Rolle; stattdessen wurden die Bürgerinnen und Bürger dort mit dem Thema ‚Zehn Jahre Verteidigungsbündnis; zehn Jahre NATO‘ konfrontiert.⁴ In Ostberlin eiferte man 1959 dem sowjetischen Vorbild nach und propagierte fortan einen eigenen Siebenjahrplan, gedacht als Fahrplan bis „zur Vollendung des Sozialismus“ *im Jahre 1965*. Selbstverständlich wollte man die Replik auf Erhards Verheißungen nicht schuldig bleiben; im Jahr 1960 wurde in der DDR das Spektrum der Zukunftsszenarien erweitert: Vorgestellt wurde nun der ‚Sozialismus in zwanzig Jahren‘ und das Alltagsleben des Normalbürgers *Anno 1980*.

Der Wettlauf der Systeme in Ost und West geriet zum Wettstreit von hier wie dort proklamierten *virtuellen Zeithorizonten*.⁵ Wenn wir dem von Thomas Luckmann entwickelten System „gelebter Zeiten“ folgen wollen, können wir drei Kategorien von Zeit-Erleben unterscheiden: „Die *innere Zeit* findet... ihre ‚Verortung‘ im Körper des einzelnen Menschen; die *intersubjektive Zeit* hat ihren ‚Ort‘ im unmittelbaren gesellschaftlichen Handeln.“ Jedoch haben diejenigen Zeitkategorien, von welchen hier die Rede sein soll, prima facie keine Verortung und keine Verkörperung aufzuweisen. Die „*sozialen Kategorien der Zeit*... sind jedoch ‚gewußt‘; so haben sie im gesellschaftlichen Wissensvorrat (einer bestimmten Gesellschaft einer bestimmten Epoche) ihren Platz.“⁶

Zunächst: Zeithorizonte strukturieren Zeiterleben. Sie versuchen einem anthropologisch nachspürbaren „Zäsurbedarf“ (Odo Marquard)⁷ Genüge zu leisten, sie ermöglichen ein weniggleich kognitiv -fiktives „Herausreten“ aus dem Zeitstrom (Luckmann)⁸ und oszillieren in ihrer Oberflächenstruktur zwischen zwei Zeit-Polen: sie gebären sich aus Befindlichkeiten und Bedürfnissen der Gegenwart und projizieren diese Paradigmen auf Bilder ausgewählter Vergangenheiten oder Szenarien von Zukunft.⁹ Zeithorizonte markieren also „Grenzen“, welche individuell oder sozial denotiert und konnotiert werden. Insofern sind Zeithorizonte auf allen drei soeben erwähnten Ebenen von Zeit-Erleben anzutreffen.

Zeit-Pädagogik. Virtuelle Zeithorizonte sind jedoch in statu nascendi der Gattung zu vergesellschaftender Zeitkategorien zuzurechnen. Denn mit der Produktion von solchen Zeithorizonten wird der Versuch unternommen, mustergültige „soziale Zeiten“ zu stiften und zu vermitteln.¹⁰ Die politisch erwünschte Textur solcher Zeithorizonte modelliert ideale Zeit-Muster, denen schließlich zur allgemeinen Gültigkeit verholfen werden soll.¹¹ „Die sozialen Zeitkategorien befestigen die Erkennbarkeit typischer Anfänge, Verlaufszeiten und Beendigungen typischer Erfahrungen und Handlungen. Kurz, solche Kategorien gliedern Erfahrungen zum Zweck gesellschaftlichen

Handelns in subjektiv erkennbare Teile. Diese Segmentierungen können von Gesellschaft zu Gesellschaft verschieden sein, obwohl durch die elementaren Strukturen des menschlichen Bewußtseins einerseits und die grundlegenden Erfordernisse der gesellschaftlichen Organisation andererseits dieser Wandelbarkeit Grenzen gesetzt sind.¹² Virtuelle Zeithorizonte freilich sind ihrem Wesen nach artifizuell: Die Bewußtseinsagenturen einer Gesellschaft definieren in diesem Fall Denotationen und Konnotationen, sie geben die Richtlinien für Verortung und Ausgestaltung vor: die Programme ihrer Verbalisierung und Visualisierung, ihrer Didaktik und ihrer Symbolisierung werden „von oben“ vorgegeben.

Zeit-Propaganda. Zeithorizonte befriedigen über den Zäsurbedarf hinaus den politisch-gesellschaftlichen temporalen „Synchronisationsbedarf“ des jeweiligen Systems. Geschichts-, Fortschritts- und Zukunftstopoi werden in Dienst gestellt, um ein Erlebnis von „Einheit“ zu schaffen, möglicherweise nur zu simulieren.¹³ Der Synchronisationsprozeß zielt nicht nur darauf, die mentalen Gehalte solcher Zeithorizonte vorzugeben und zu vereinheitlichen, sondern mit Hilfe agitatorisch-propagandistischer Mittel auch die beiden weiteren Erlebensebenen von Zeit zu erreichen und handlungsleitend zu durchdringen.¹⁴

Zeit-Politik und Virtualität. Reinhart Koselleck stellt die Frage, „wie in einer jeweiligen Gegenwart die zeitlichen Dimensionen der Vergangenheit und der Zukunft aufeinander bezogen worden sind.“ Für ihn läßt sich „soetwas wie ‚geschichtliche Zeit‘“ „in der Differenzbestimmung zwischen Vergangenheit und Zukunft, oder anthropologisch gewendet, zwischen Erfahrung und Erwartung“ fassen.¹⁵ Virtuelle Zeithorizonte synthetisieren diese fein säuberlich getrennten Wahrnehmungskategorien geradezu. Sie erzählen erstens „Erfahrungen“ im Duktus der „Erwartung“, denn die Aufarbeitung und Vermittlung von Vergangenheit stellt sich als Geschichtspropaganda im Licht der gegenwärtig gültigen Ideologie dar. Sie formulieren zweitens „Erwartungen“ im Duktus der „Erfahrung“, denn die Zukunft erscheint nicht als offen, sondern als gesetzmäßig bestimmt. Künftige Entwicklungen sind als Extrapolationen historischer Erfahrungen in der Gegenwart antizipierbar, berechenbar und beherrschbar.¹⁶

Die virtuellen Episoden des Alltags¹⁷, welche diese Zeithorizonte erzählen, richten in ihrer Summe einen Zeit-Limes auf, gegen welchen alle Aktivität und Ästhetik streben und tendieren soll: Kreativität, Spontaneität und letztlich Individualität sind im fixierten Rahmen erlaubt, erwünscht und zu fördern. Ihre Potentialität verdanken diese Zeitkorsette einer Ästhetik des Alltags, ihre gesellschaftliche Potenz dagegen ausschließlich der Politik.

Vier solcher virtueller Zeithorizonte seien hier exemplarisch vorgestellt.

1958–1961: Einholen und überholen

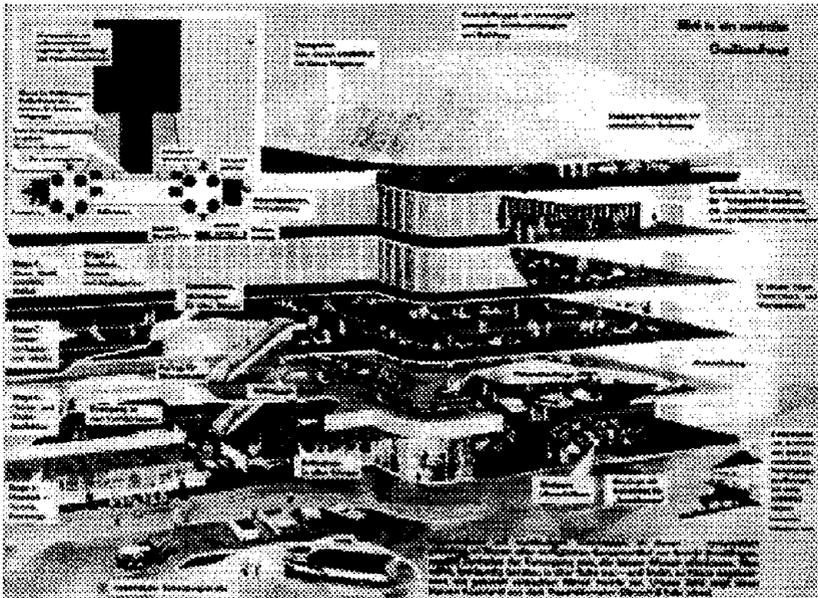
Aufbruchstimmung und Zukunftsoptimismus beflügelten die SED seit dem Frühjahr 1958. Ende Mai des Jahres war es gelungen, nach knapp neunzehn Jahren die Tyranis der Lebensmittelkarten auch in der DDR abzuschaffen. Die wirtschaftlichen Indices und die politischen Indikatoren schienen günstig wie nie zuvor. Auch im sozialistischen deutschen Staat war Ende der fünfziger Jahre die Auffassung herangereift, daß die „Fundamente“ nunmehr so stabil seien, um zum Höhenflug ansetzen zu können. Unter der Losung „Der Sozialismus siegt!“ verkündete Walter Ulbricht im Juli 1958 auf dem V. Parteitag der SED die sogenannte ökonomische Hauptaufgabe als Staatsziel. Demnach war die Volkswirtschaft der DDR *innerhalb weniger Jahre* so zu entwickeln, daß „die Überlegenheit des Sozialismus gegenüber der Herrschaft der imperialistischen Kräfte im Bonner Staat eindeutig und für jeden sichtbar“ nachzuweisen war. Infolgedessen galt es, den Pro-Kopf-Verbrauch der werktätigen Bevölkerung in der DDR bei allen wichtigen Lebensmitteln und Konsumgütern so zu steigern, daß er bis zum Jahre 1961 den Pro-Kopf-Verbrauch der gesamten westdeutschen Bevölkerung nicht nur erreichen, sondern sogar übertreffen sollte.¹⁸

Die Botschaft der Zeitenwende war einfach. „Unsere Losung, unser Grundsatz von heute ist der: Wir brauchen soviel wie möglich Waren“, agitierte die Zeitschrift ‚Wochenpost‘: „Dort, wo heute ein Masthähnchen herumläuft, müssen es 1961 unbedingt acht sein.“¹⁹ Bereits im Jahr 1959 mußte der konsumtive Aufbruch im Handel sicht- und greifbar werden. Die Sortimente waren unverzüglich zu erweitern, die Qualität zu verbessern und das Angebot zu verbreitern. Binnen eines Jahres sollte das Angebot an so sensiblen Produkten wie Röstkaffee um 55 Prozent und Kakaoerzeugnissen um 17 Prozent gesteigert werden, zwanzig Prozent mehr Frischobst und 33 Prozent mehr Trinkvollmilch waren versprochen, mit rund zwanzig Prozent Zuwachs durften die Frauen bei Oberbekleidung und bei Perlonstrümpfen rechnen, 33 Prozent mehr Fernsehgeräte und gar 61 Prozent mehr Automobile sollten bereits 1959 auf den Markt gebracht werden.²⁰ Konkrete Konsumprognosen für das anvisierte Jahr 1961 bezifferten das dann zu erwartende Warenangebot bei Perlonstrümpfen auf 24 Millionen Paar (1957: 18,4 Millionen), bei Lederschuhen auf 23,5 Millionen Paar (1957: 16,5 Millionen), und bei Automobilen auf 68.000 Stück (1957: 21.500 Stück).²¹

„So beginnen wir in der Deutschen Demokratischen Republik den dramatischsten Wettlauf, den die deutsche Geschichte je erlebt hat: den Wettlauf um den höheren Pro-Kopf-Verbrauch, den Wettlauf zweier Wirtschaftssysteme, der im Grunde der Lauf um unser altes Leben ist. Aber werden wir ihn

Virtuelle Zeithorizonte

gewinnen?²² Trotz unangefochtener Selbstgewißheit der Parteipropagandisten scheint diese bange Frage nicht nur im nachhinein gerechtfertigt. Denn der Hemmschuh des ehrgeizigen Projektes lag in der mangelnden Arbeitsproduktivität der DDR, die um rund dreißig Prozent unter derjenigen der einzuholenden Bundesrepublik lag.²³ Die neuen Produkte „können (wir) vorerst nur auf den gleichen Maschinen wie früher herstellen, aber wir brauchen neue Menschen. Wir garantieren dem Arbeiter seinen Lohn so wie bisher, aber wir fordern ihn auf, mehr Waren zu produzieren, die ihm selbst ja wieder zugute kommen.“²⁴



*Schöne neue Welt (Ost): Sozialistisches Großkaufhaus der Zukunft.
Quelle: Jugend und Technik 1959*

Der Zeithorizont , 1961‘ stellt sich zunächst als ein purer Konsumhorizont dar: Seine propagandistische Ausgestaltung lebt innerhalb der DDR weniger von der Erzählung großer gesellschaftlicher Entwürfe, als vielmehr vom Charme ökonomischer Planziffern, die gegenüber der DDR-Bevölkerung das Versprechen auf konsumtive Partizipation in kürzester Frist glaubhaft machen sollen. Die Binnenkommunikation dieser Zeitvorstellung zielt insofern auf die weitere soziale und politische Stabilisierung der DDR-Gesellschaft. Darüber hinaus läßt sich jedoch auch eine kommunikative Absicht Richtung Bundesrepublik erkennen. Dort wurde der Fehdehandschuh nämlich tatsächlich aufgegriffen. Nicht nur durch Chruschtschow, sondern auch von dem provokanten Postulat des „Einholens und Überholens“ *„binnen „1.200 Tagen“* fühlte sich der westdeutsche Wirtschaftsminister brüskiert. Es entspann sich bereits 1958 ein deutsch-deutscher Schlagabtausch zum Thema Konsum und Moral.

Ludwig Erhard antwortete mit Reflexionen über den Begriff ‚Lebensstandard‘ auf „die Herausforderung des Herrn Ulbricht“. Der „Wert“ der beiden gegeneinander antretenden Systeme sei „weder materiell noch quantitativ meßbar“, belehrte der Professor seinen ostdeutschen Widerpart. Denn das Wesentliche „– eben das, was unser individuelles freies Lebensgefühl ausmacht und das Bild einer Gesellschaft freier Menschen prägt – ist die Buntheit, die Mannigfaltigkeit und Differenziertheit unseres Verbrauches. Und auf diesem Feld hat sich zwischen Ost und West das Gefälle der Wirkung und Leistung ins Groteske gesteigert.“ Die Welt sei inzwischen so sehr getrennt, „daß die östlichen Machthaber das innere Wesen einer Gesellschaft freier Menschen und das, was ihren ‚Lebensstandard‘ (als Lebensart und Lebensgefühl verstanden) ausmacht, gar nicht zu erfassen vermögen.“ Der materielle Umsatz eines Volkes, ausgedrückt in den Verbrauchsziffern von Rohstoffen, in Produktionsmengen von Eisen und Stuhl, im Konsumniveau von Leder, Chemikalien und Kohle sage gar nichts „im Hinblick auf die Bereicherung menschlichen Seins.“ Nicht ohne Pathos proklamierte Erhard schließlich: „Die westliche Welt und insbesondere die Bundesrepublik nehmen die Herausforderung des Herrn Ulbricht mit Gleichmut an. Ulbricht versprach, den Lebensstandard der Sowjetzonenbevölkerung über die materiellen Existenzgrundlagen der in Freiheit lebenden deutschen Menschen hinaus erhöhen zu wollen. Das soll gelten!“ Allerdings glaubte die Symbolfigur westdeutscher Prosperität vorsorglich einräumen zu müssen, daß der Sieg des Wettstreits noch nicht feststehe: „Ja, wir sind sogar zu unterliegen bereit.“²⁵

Die politischen Konnotationen des eher nüchtern gehaltenen Zeithorizontes , 1961‘ trafen das Selbstverständnis der unter Volldampf stehenden westdeutschen Konsumgesellschaft ins Mark. Die „Herausforderung“ des Ein-

und Überholens darf keineswegs mit einem beliebigen Potemkinschen Dorf ostdeutscher Propaganda verwechselt werden; sie war existentiell gemeint und wurde auch so von ihren Kontrahenten auf Westseite aufgenommen.

„Vor Tische las man's anders, erinnern wir uns.“ Genüßlich griff die Presse im Osten die scheinbare Kehrtwendung Erhardscher Konsumphilosophie auf.²⁶ „Noch vor Monaten wurden volle Schaufenster, wurde die Produktion von Motorrädern, Fernsehapparaten und Kühlschränken in westdeutschen Zeitungen als sichtbare Beweise nicht nur der wirtschaftlichen, sondern auch der ‚sittlichen Überlegenheit‘ des Kapitalismus in der Bundesrepublik gegenüber dem Sozialismus in der DDR gepriesen.“ „Aber wir können Herrn Erhard versichern,“ hieß es weiter im Brustton der Überzeugung, „daß Westdeutschland tatsächlich unterliegen wird. Wir sind davon überzeugt, daß die sozialistische Gesellschaftsordnung in der DDR mit ihrer Menschlichkeit und moralischen Qualität dem Bonner Staat turmhoch überlegen ist und eben darum auch imstande, diesen Staat auf wirtschaftlichem, wissenschaftlichem und kulturellem Gebiet zu besiegen.“²⁷

Die erste Etappe auf dem Weg zum vollständigen ‚Sieg des Sozialismus‘ sollte 1959 erreicht sein. Die deutsche Republik der Arbeiter und Bauern konnte ihr erstes Dezennium feiern...

1949–1959: Zehn Jahre DDR

„Was sind zehn Jahre? 3650 Tage! Sie reichen aus, große Teile der Welt in Unglück und Tod zu stürzen. Wir haben es erlebt. Sie reichen auch aus, ein Volk im Frieden zu Wohlstand und Glück zu führen. Auch das haben wir erlebt, in der Deutschen Demokratischen Republik. Die zehn Jahre sind um, wir ziehen Bilanz. Und das Ergebnis? Gehen wir ins Berliner Zeughaus zur Geburtstagsausstellung unserer Republik. Sie ist wie ein blühender Garten...“²⁸

Ein vielschichtiges Geflecht von Zeitperspektiven war mit den großen, runden „Geburtstagen der Republik“ verbunden. Mit Blick auf die Zukunft eröffneten die Dezennien eine Chance für die Propagandisten, die zeitlich nicht faßbaren Utopien des Sozialismus zu vergegenwärtigen, gleichsam in überschaubaren Zehn- oder Fünfjahresschritten portionsweise zu vermitteln. Das kognitive Zeit-Raster dieser Staatsfeiertage stellte sich als eine Folge von wenigen Tagen dar, die in ihrer Vernetzung eine lineare Ablauffigur ergaben: Wie kein anderer Fest- oder Feiertag der DDR-Liturgie repräsentierte die Kette der Dezennien die Axiome ‚Planbarkeit‘ und ‚Gesetzmäßigkeit‘ marxistisch-leninistischer Geschichts- und Zeitphilosophie.²⁹ Sie können für sich

mit Fug und Recht in Anspruch nehmen, das Ideologem vom wissenschaftlich begründeten, rationalen Zugriff auf die Ressourcen von Raum und Zeit zu symbolisieren.

Im Vergleich zu den dezidiert politischen Elementen nahm der Volksfestanteil bereits zu den Feierlichkeiten des ersten Dezenniums im Jahr 1959 einen breiten Raum ein. Bockwürste, Volkskunst-Ensembles und Feuerwerk³⁰ sollten einerseits als Vor-Schein die Wohlstandsverheißung der Zukunft beglaubigen. Andererseits galten sie als symbolische Belohnung für gesellschaftliches Wohlverhalten in der unmittelbaren Vergangenheit. Denn, so wettete Walter Ulbricht intern gegen die bloßen Papier-Propagandisten in den eigenen Reihen: „Sie wollen das festgesetzte Warenvolumen durch Agitation ersetzen.“ Der Erste Sekretär der Partei hingegen wußte: „Aber die Leute essen nicht Agitation, sie essen Käse.“³¹

Retrospektive Zeithorizonte wurden vor allem mit dem Medium der Ausstellung in Szene gesetzt. Über das 1959 gültige, amtliche Geschichts- und Selbstbild der DDR informierten eine zentrale Exposition des Museums für Deutsche Geschichte sowie Ausstellungen in den Bezirksstädten und in ausgewählten Hauptstädten Europas. Im Rahmen dieses Beitrages soll die Rezeption der zeitralen Präsentation im Berliner Zeughaus mit dem Titel „Zehn Jahre Deutsche Demokratische Republik“ vorgestellt werden.³² Die zeitpropagandistischen Intentionen lassen sich in der gebotenen Kürze auf diesem Wege am besten verdeutlichen, denn wir können voraussetzen, daß der berichtende Journalist wie der gestaltende Historiker „von Lenins Leitsatz aus(ging), kollektiver Propagandist, Agitator und Organisator zu sein.“³³

„Wer will heute noch der Vergangenheit nachtrauern, der ‚guten alten Zeit‘ mit ihren zwei Weltkriegen in einem Menschenalter, ihren zermürbenden Wirtschaftskrisen und Inflationen, ihren falschen ‚Vaterlands‘-Gesängen und ihrem schwächlichen Untertanengeist?“³⁴ Diese rhetorische Frage stellte der Leitartikler des liberaldemokratischen Parteiblattes in der Geburtstagsausgabe seiner Zeitung.

Die „gute neue Zeit“, ja Geschichte überhaupt, beginnt nach dieser Lesart mit Kriegsende 1945, denn: „Befreit wurde unser Volk von den Menschen, die sich selbst befreit hatten. In der Nacht des Hitler-Faschismus brachten die Sowjetmenschen dem deutschen Volke das Licht der Großen Sozialistischen Oktoberrevolution... Kühn nahm das Volk im östlichen Teil Deutschlands seine Geschicke fest in die eigenen Hände und schmiedete den ersten deutschen Arbeiter-und-Bauern-Staat.“³⁵

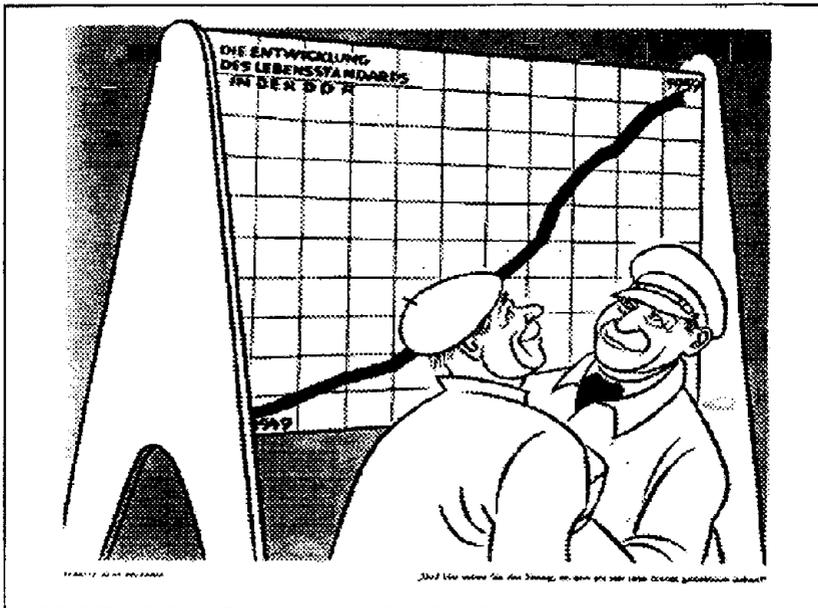
Zu den erzählten Marksteinen und Merkzeiten zählt die Vereinigung der beiden Arbeiterparteien 1946 und die Großtat Adolf Henneckes. Auch der Hauer des Jahres 1946 verkörpert Zeitaspekte, nämlich die Welt „der Neuerer,

Virtuelle Zeithorizonte

der ewig Vorwärtsdrängenden“, die sich jetzt im „Gedankenaustausch über den *maximalen Zeitgewinn*“ wiederfinden.³⁶

Nicht zum Kanon fortschrittlicher Zeithorizonte gehört dagegen die Proklamation des „Aufbaus des Sozialismus“ im Jahre 1952, welche durch die Ereignisse des Jahres 1953 gänzlich desavouiert worden war.

Gelungen scheint die Visualisierung des Zeithorizontes ‚1959 versus 1949‘. Unter dem Motto „250 DM einst und jetzt“ laden Schaufenster zum Verweilen und zum Vergleichen ein. „Was konnten wir uns 1949 und was 1959 für 250 DM kaufen? Zehn Jahre liegen dazwischen, gekennzeichnet durch Lohn- und Rentenerhöhungen sowie Preissenkungen. Das Angebot an Dingen des täglichen Bedarfs ist besser und reichhaltiger geworden. Wir sehen farbenfrohe Bekleidung, blinkende Motorräder, Fernsehapparate, moderne Haushaltgeräte, Kühlschränke, bequeme Campingausrüstungen, praktische Wohnungseinrichtungen und anderes – alles das sind Erzeugnisse unserer eigenen Produktion.“³⁷



Symbole unaufhaltsamen Fortschritts: Produktionskurven in West und Ost.
Quelle: Eulenspiegel 6 (14. Jg.) 1959, Nr. 40, S. 7

Ein weiterer Vergleichshorizont nimmt die auch von Walter Ulbricht zitierte Lichtmetaphorik auf, ja setzt sie geradezu um und führt sie fort. „Jetzt empfängt uns ein dunkler Raum, ein dunkles Kapitel deutscher Nachkriegsgeschichte versimbildlichend. Fotos und Dokumente beweisen, daß in Westdeutschland die Monopole, der Militarismus und Revanchismus regieren...“ Demgegenüber öffnet sich der lichte Raum wahrer, sozialistischer Geschichte: „Helles Licht flutet uns in der nächsten Halle entgegen, die unter dem Motto steht ‚Die Republik, das sind wir!‘“³⁸

„Jeder sollte in diesen Spiegel hineinsehen, und jeder wird sich darin wiederfinden“, agitierte die DDR-Frauenzeitschrift. Denn: „dieser Spiegel von 8.000 Quadratmetern (habe) seine Zauberkraft eben davon, daß – Ergebnis der größten Revolution in der deutschen Geschichte – zugleich gesagt werden muß: *Die Republik, das sind wir!*“ Im Sinne dieser „großartigen Gleichung“ befragte die „Frau von heute“ eine Berliner Hausfrau als Musterbesucherin. „Gerda Schäfer“ brachte die zeitpropagandistische Aussage auf den Punkt: „Wenn man das alles sieht und sich die Zukunft ausmalt – da dachte ich: *Das Leben fängt erst richtig an!*“³⁹

Zur Metaphorik des zweifachen neuen Anfangs (zunächst in der unmittelbaren Nachkriegszeit von 1945 bis 1949 und jetzt, im Jubiläumsjahr 1959) gesellte sich weiter die Vision des ‚Endes der Geschichte‘ innerhalb einer mystisch-biblichen Zeitspanne von sieben Jahren.

1958–1965: Der Siebenjahrplan und der endgültige ‚Sieg des Sozialismus‘

Die Festveranstaltungen zum ersten DDR-Dezennium sollten „bestimmt sein von der großartigen sozialistischen Perspektive in unserer Republik und von dem sich daraus entwickelnden optimistischen Lebensgefühl...“⁴⁰ Die grandiose Perspektive entwarf der Siebenjahrplan.

Die Beschleunigungs-Agitation zog 1959 nochmals an: Mit Blick auf den sowjetischen Erdtrabanten „Sputnik“ lancierte man die Losung „*Mit Raketen-tempo zum Sieg des Sozialismus!*“⁴¹ Der zweite Fünfjahrplan, der ursprünglich von 1956 bis 1960 laufen sollte, wurde abgebrochen. Die DDR leistete dem wachsenden Synchronisationsdruck innerhalb des sozialistischen Lagers Folge und verkündete die Zusammenlegung der beiden letzten Jahre des zweiten mit den Jahren des dritten Fünfjahrplans. Die Erfüllung der Aufgaben des Siebenjahrplanes „ist gleichbedeutend mit der Herbeiführung des Sieges der sozialistischen Gesellschaftsordnung in der Deutschen Demokratischen

Republik“, erklärte Ulbricht programmatisch.⁴²

„Denkt die SED in sechs Jahren noch so,“ wurde im Westen das große Ziel kommentiert, „müßte sie am Neujahrstag 1966 verkünden, daß nun der volle Sozialismus angebrochen sei. Walter Ulbricht jubelte schon jetzt vor der Volkskammer: ‚Das Reich des Menschen ist gekommen‘, und die Sowjetzonenzeitungen schwelgen in Phrasen wie ‚der Zukunft zugewandt‘, ‚der befreite Mensch der DDR‘, ‚alle Kraft dem herrlichen Ziel‘.“⁴³

„Möchten Sie wissen, was Ihnen die nächsten Jahre bringen?... ‚Frau von heute‘ blickte für Sie in die Zukunft... Statt geheimnisvoller Andeutungen... lassen wir Zahlen und Tatsachen sprechen. Und was Sie hier dann sehen und lesen werden, ist das nicht auf das engste mit Ihrem Leben, Wohlergehen, persönlichen Glück verbunden? Ob unsere Weissagungen in Erfüllung gehen? So gewiß, wie es in all den Jahren aufwärtsgegangen ist – zuerst langsam, dann immer schneller -, so gewiß, wie Sie, liebe Leserinnen, in all diesen Jahren fleißig Ihre Hände rührten..., so gewiß wird unser Zukunftstraum wahr, werden sich unsere Pläne erfüllen, so gewiß wird unser aller Leben schöner, inhaltsreicher und leichter, besonders das der werktätigen Frau.“⁴⁴

Nicht mehr nur in pragmatischen Ziffernreihen, sondern in all seiner Virtualität wurde der Zeithorizont ‚1965‘ von den Medien der DDR erzählt und gefeiert: Die Heimat schielte sich an, ihre ganze Pracht und Schönheit zu entfalten! Offensichtlich folgte man nun einer agitatorischen Empfehlung Ulbrichts, der intern gefordert hatte, auf die Darstellung der Entwicklung des gesellschaftlichen Lebens künftig besonderes Augenmerk zu legen. „Unsere Propaganda nach Westdeutschland (ist) schlechter als unsere Wirklichkeit. Die Genossen glauben, sie erreichen etwas, wenn sie Ziffern bringen, wenn wir aber nicht zeigen, wie sich das Leben verändert, wie sich die Menschen verändern, so nützt das wenig.“⁴⁵

So nimmt dem ‚Das Magazin‘ die Geschichte vom DDR-Kosmonauten vorweg, der zu Beginn des Jahres 1966 „vom Himmel fiel“, nachdem er sieben Jahre unterwegs im All war. „Nun macht er große Augen.“ In Berlin, der Hauptstadt der DDR, ist der Sozialismus alltägliche Realität geworden. „Und es geht schnell. Zwar ist die Kette glänzender Geschäfte, an der er entlangläuft, schier unabsehbar, und die Fülle der Waren, die hier dargeboten wird, ist auf den ersten Blick verwirrend; der vielfältige Reichtum der ganzen Welt scheint sich hier ein Stelldichein zu geben. Aber bei näherem Zusehen erkennt man doch die gut durchdachte Ordnung, das übersichtliche System... Schnell findet man, was man sucht – und es ist auch da! In diesem Warenangebot gibt es kein überflüssiges Nebeneinander und unregelmäßiges Durcheinander mehr – aber auch keine Lücken im vollen Sortiment!“ Der vollendete Sozialismus des Jahres 1965 präsentiert sich als ostdeutsches Arkadien, ein Land also, in dem

der „Wohlstand für alle“ wahr geworden ist: Freundliche Menschen sind dem Eroberer der Zukunft gerne behilflich, schnelle, bequeme Bahnen und Flugzeuge sind die Vehikel des neuen Lebens. Aus der Vogelperspektive nimmt er „die hellen Bänder der Verkehrswege“ und die „frisch leuchtenden“ Dörfer wahr. Die Mühsal bäuerlichen Lebens gehört der Vergangenheit an; jetzt sehen wir die angenehmsten Bilder natürlicher Idylle aufscheinen, das Land mit seinen Sportanlagen und Parks ist zur „Erholungslandschaft“ geworden. „Auch diese ländliche Welt, die sich wie der Inhalt einer unerschöpflichen Spielzeugschachtel unter ihm wegdreht, trägt unleugbar einen Zug zu einer höheren, vernünftigeren Ordnung, eine klarere Gliederung und dabei eine farbige Sauberkeit zur Schau, als er sie in Erinnerung hat.“ Die Epoche der sieben Jahre werde in der DDR entscheidendere, weittragendere und erstaunlichere Fortschritte bringen als sonst ein ganzes Menschenalter.⁴⁶

Ihren Lesern gaben die Propagandisten zu Bedenken, daß „diese großartige Verwandlung“ Im Alltag freilich kaum bewußt werden könne, „weil wir sie täglich mitbewirken und miterleben. Für unser Leben, für unsere weitere Zukunft aber wird sie höchst wirksam sein – gerade diese Siebenjahrplanperiode und ihre Ergebnisse!“⁴⁷

Die biunenkommunikative Absicht dominierte diese zweite Sieges-Kampagne völlig. Einerseits sollten vermittels der präzisen Zeitdenotation ‚Sieben Jahre bis zum Sieg‘ alle verfügbaren materiellen und mentalen Ressourcen in der Republik aktiviert werden. „Mit dem V. Parteitag und dem Siebenjahrplan beginnt eine neue Etappe der sozialistischen Umwälzung in der DDR. Die Lösung der wirtschaftlichen Aufgaben erfordert die Erziehung und Selbsterziehung der Menschen zu bewußten Sozialisten, die die komplizierten Fragen der Ökonomik und der modernen Technik meistern. Das erfordert, nicht nur die Arbeiterklasse, sondern die gesamte Bevölkerung der DDR für die humanistischen Ideen des Sozialismus zu begeistern und die Talente und Fähigkeiten der Volksmassen zu mobilisieren.“⁴⁸ – Eine durchaus ehrenwerte Intention.

Auf der anderen Seite war die akribisch-detaillierte und gesetzmäßige Zeitplanung nützlich ihrer nun eng geführten Zeitkonnotationen Ausdruck verstärkter parteilicher Dogmatik. In den ab 1959 vorgegebenen Zeitrahmen hatten sich das politische Geschehen wie die persönliche Geschichte eines jeden einzelnen fortan ohne Wenn und Aber einzuordnen. Arkadische Zukunftsvisionen sollten jeden Glauben auf einen noch so rudimentären kritischen Diskurs zerstreuen. In Verbindung mit dem Siebenjahrplan nämlich seien die noch anstehenden Probleme der DDR „durchzuarbeiten“, erläuterte Ulbricht vor der Propaganda-Kommission der Partei. „Das wird zu einer wirklichen Festigung der DDR führen und zu einer großen Entfaltung der Aktivität. Es

muß jedem Arbeiter, jedem Bauer, jedem Mittelständler klar sein, daß es keinen dritten Weg gibt.“⁴⁹ Zur euphemistischen Funktion der Zeitperspektive ‚1965‘ gehörte die Ausmerzung der immer noch virulenten Idee von einem ‚dritten Weg‘ in Deutschland. Die Grundüberzeugung unbesiegbarer Stärke und gesetzmäßiger Überlegenheit des sozialistischen Lagers sollte also nicht nur Hoffnung und Zuversicht vermitteln, sondern im selben Atemzug auch Hoffnungslosigkeit und Resignation erzeugen: Den Skeptikern und Kritikern im Lande war ein für alle Mal zu bedenken, daß es nur noch einen einzigen Weg in die Zukunft gäbe: Den Fahrplan zum Sieg des Sozialismus. Das Zeitdogma ‚1965‘ steht somit für eine lediglich auf den ersten Blick paradoxe Politik der Desillusionierung durch Illusionierung.⁵⁰

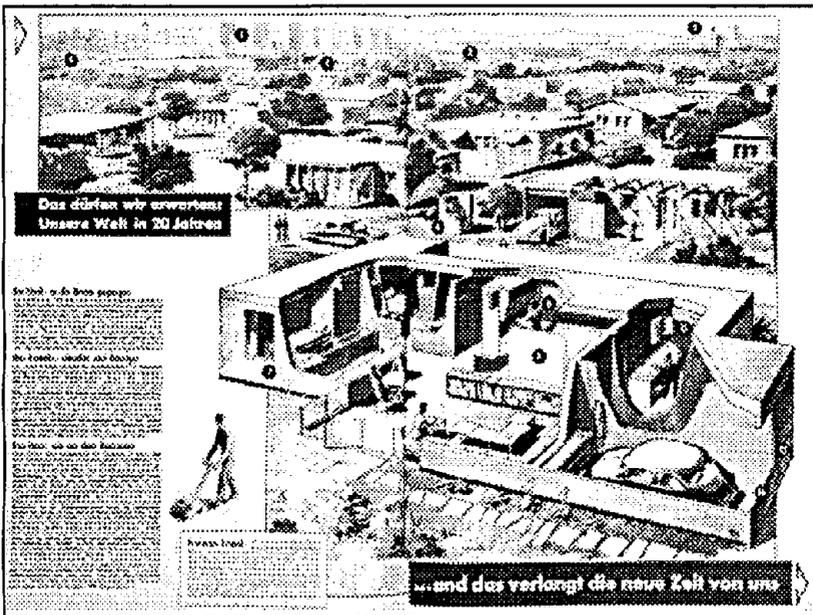
1960–1980: Utopie? Nein – Sozialismus!⁵¹

Wie reich werden wir in zwanzig Jahren sein? Die Frage nach dem Niveau des Wohlstandes in überschaubarer Zukunft beschäftigte die Deutschen hüben wie drüben Ende der fünfziger Jahre.

Das erste Jahrzehnt der DDR sei noch gekennzeichnet gewesen „durch die schwierige, opfervolle Aufgabe, aus den Trümmern des Krieges und den Improvisationen der ersten Nachkriegsjahre eine gut funktionierende moderne Wirtschaft aufzubauen.“ Die Zeit der Entbehrungen und der Mangelwirtschaft aber zähle ab sofort zur Vergangenheit,⁵² von nun an erhöhe sich die volkswirtschaftliche Gesamtproduktion Jahr für Jahr um zehn bis zwölf Prozent. „Man könnte durchaus zufrieden sein, so alle sechs bis acht Jahre seinen Lebensstandard verdoppelt zu sehen – und das auf unabsehbare Zeit hinaus!“ Ein Vergleich der „zukünftigen Wirklichkeit“ mit der Realität von 1960 hinke ganz erheblich: „Unser Zeitgenosse von 1980 lebt nämlich in einer ganz anderen, schöneren Umwelt und Atmosphäre!... Die ganze Gesellschaft ist reicher geworden – auch der Staat und die allgemeinen Einrichtungen: der Betrieb, die Gemeinde, die Gewerkschaft, der Klub, die Sportgemeinschaft. Entsprechend großzügig und umfassend sind ihre sozialen und kulturellen Leistungen... Das Milieu, in dem sich die Menschen morgen bewegen, in dem sie lernen und arbeiten, sich vergnügen und erholen, ist in einem solchen Grad schön und reich, außerdem technisch vollkommen, daß ihnen kein (vernünftiger) Wunsch offenbleibt. Das Verfügen über eine großartige Warenfülle für den täglichen Bedarf, die gut eingerichtete Wohnung mit allem, was in Schrank und Garage dazugehört, werden für jeden eine Selbstverständlichkeit sein.“ Die Propagandisten der sozialistischen Zukunftsgesellschaft gerieten ins Schwärmen: „So stehen wir heute an der Schwelle eines Lebens, das den

siebenten Himmel der Mohammedaner ebenso wie das Paradies der Bibel verblassen läßt.⁴⁵³

Ein wenig mehr auf die Befindlichkeit der Menschen im vollendeten Sozialismus ging eine fiktive „Reportage“ rund um den hauptstädtischen Alexanderplatz ein. „Auch heute, im Jahre 1980, trägt man noch Anzüge oder Kleider, nur bunter, farbenfreudiger ist alles geworden. Das entspricht ganz den Gefühlen unserer Menschen, ihrer Stimmung und ihrer Lebensweise, die so schön ist wie nie zuvor... Wir Menschen von 1980 sind, möchte ich sagen, bessere Menschen geworden; sind freundlicher, höflicher, hilfsbereiter zueinander. Wir leben glücklich. Daß wir so leben können, verdanken wir denen, die damals, vor zwanzig Jahren, alles nach ihren Kräften taten, um die ökonomische Hauptaufgabe zu lösen.“⁴⁵⁴ Gleichwohl: Ende der fünfziger Jahre präsentierten sich die sozialutopischen Gehalte marxistisch-leninistischen Fortschrittsdenkens vorwiegend im Gewande materialistisch geprägter Wohlstandsverheißungen. Unerschütterlich schien der Glaube daran, daß die virtuellen Warenwelten dereinst Wirklichkeit werden würden.⁵⁵



Schöne neue Welt (West): Stadtlandschaft des Jahres 1980

Quelle: Quick 1959

Wie konnte hingegen die Zukunft aussehen, die der Westen anzubieten hatte? Auch in der Bundesrepublik wurde Wert darauf gelegt, daß es sich beim Blick in die Zukunft keineswegs um phantastische Spielereien, sondern um rationale, wissenschaftlich begründete Vorstellungen handele. Die Zeitschrift ‚Quick‘ betonte besonders, daß Ludwig Erhard ausschließlich Fachleute des Wirtschaftsministeriums zusammengerufen hatte, um über das Szenario des Jahres 1980 zu beratschlagen. Denn „sie *rechnen* mit der Zukunft“: kein Politiker, kein Ideologe, „kein Techniker sitzt mit am Tisch. Denn hier soll kein utopisches, kein fortschrittsgläubiges Zukunftsbild entworfen werden. Nicht der kühne Zeichenstift des Konstrukteurs allein formt ja die Welt von morgen, sondern viel entscheidender der nüchterne Rechenstift des Wirtschaftlers.“⁵⁶

Vieles ist gemeinsam. Wirtschaftsdiagramme mit ihren aufwärts weisen Produktivitätskurven bilden den seriösen Hintergrund, der die Silhouetten des Jahres 1980 hier wie dort visuell beglaubigt. Hier wie dort sind es schnelle und neue Transportmittel, die den Verkehr zügigen und problemloser machen. Selbstverständlich greift die Hausfrau im Westen wie im Osten auf fertig gekochte, tiefgekühlte Mahlzeiten zurück – in der Bundesrepublik allerdings glaubte man, die Tiefkühlkost würde im Pariser ‚Maxims‘ vorgekocht werden. Nicht nur helle und schöne Wohnungen erwarten die Deutschen; geradezu frappierend ist die beiderseitige Annahme, daß Glühbirnen und Leuchtstoffröhren als Lichtspender ausgedient haben würden: geheimnisvolle „Leuchtflächen“ sorgen Anno 1980 im Wohnzimmer des Westens wie in der Mammutkaufhalle des Ostens für angenehme Helligkeit.

Als „Symbol dieser Zeit“ gilt der Westzeitschrift das Atomkraftwerk und als „die große Sehnsucht der Zeit“ das Eigenheim. „Das typische Haus von 1980 liegt weit außerhalb, in grünen, baumbeschatteten Randsiedlungen oder Trabantenstädten.“ Selbstverständlich gehören zwei Garagen mit zwei Autos zur bürgerlichen Vorstadtidylle.⁵⁷ Dort oder in „wolkenkratzerartigen Hochhäusern“ mit Appartements, die über zwei Etagen gehen, wohnt die bundesdeutsche Musterfamilie. Der Vater arbeitet an Maschinen, die von ihm „blitzschnelle Entscheidungen“ abverlangen, Apparate, die „den Arbeiter von 1980 viel Nervenkraft (kosten), weit mehr als die Maschinen von 1959. Aber sie belohnen ihn auch; sie verschaffen ihm mehr Verdienst, eine kürzere Arbeitszeit – und erhöhen seine gesellschaftliche Steilung.“ Das Problem der Mutter sei das Hauspersonal, denn Köchinnen und Kindermädchen, sogar Putzfrauen, sind „teuer geworden: auch eine Folge des hohen Lebensstandards von 1980“.

Jedoch, nicht ein Schlaraffenland unübersehbarer Warenwelten, nicht überdimensionale Einkaufsparadiese wie im Osten bilden den Kern des

Zeithorizontes ,1980‘ im Westen. Erneut ist es durchaus nicht das materielle Wohlbefinden, das dem Minister Sorgen bereitet, sondern die „geistige und seelische Entfaltung der Menschen“. Dabei denkt der Ökonom vor allem an die beiden Kinder der Idealfamilie. „Die Neunzehn- und Zwanzigjährigen des Jahres 1980 werden sich einer schlimmen Gefahr gegenübersehen: der Gefahr, sich von der Technik, der Automation, der Standardisierung dieser künftigen Welt ihre Eigentümlichkeit, ihre Seele abkaufen zu lassen. Wollen wir hoffen, daß diese Generation aus ihrer Freizeit etwas machen wird. Daß sie die Phantasie pflegt. Daß sie musiziert, singt, malt, bastelt, schneidert, liest – daß sie nachdenkt. Daß sie auf diese Weise instinktiv der Verödung, der Vermassung entrinnt, die immer droht, wenn das Technisch-Materielle zu wichtig genommen wird.“

„Was besser ist, 1959 oder 1980?“ In der fatalistischen Beantwortung dieser Frage ist man sich wiederum hüben wie drüben einig. Denn „darauf gibt es nur eine Antwort: Wir haben gar keine Wahl. Jeder einzelne von uns wird sich auf diese neue Zeit einstellen müssen!“

Horizonte der Vergangenheit und Zukunft reflektieren die politischen, sozialen und mentalen Befindlichkeiten ihrer Zeit. Ende der fünfziger Jahre sind sie von der Empfindung der politisch Verantwortlichen geprägt, daß der deutsch-deutsche Wettbewerb nun erst recht beginne und daß dessen Ausgang durchaus offen und unentschieden sei. In der DDR wie in der Bundesrepublik gebären sich diese virtuellen Zeithorizonte gleichermaßen aus einem Gefühl von Schwäche und aus der Suggestion von Stärke. Heutzutage mag dieser Befund befremden, aber daß die Bundesrepublik just dreißig Jahre später sowohl moralisch wie materiell als „Sieger“ aus der Konkurrenz der beiden Systeme hervorgehen würde, war in den Jahren um 1959 keineswegs ausgemacht. Im Gegenteil, der Westen befand sich seit dem ‚Sputnik-Schock‘ propagandistisch völlig in der Defensive, verlor sogar kurzfristig das Vertrauen in sein ökonomisches „Fundament“ und war im Begriff, sich notgedrungen auf eine „bloß“ moralische Argumentation zurückzuziehen. Das galt nicht nur für Ludwig Erhard, die Inkarnation westdeutscher Wohlstandsverheißung. Befragt nach „Deutschland im Jahre 1969“ gaben westdeutsche Politiker zu Bedenken, daß in zehn Jahren „auch in der Zone der Lebensstandard ertüßlich sein wird. Dann wird die Freiheit Deutschlands ebenso wie seine Einheit vor allem von der besseren Moral abhängen!“⁵⁸ – Paradigmenwechsel: Der Osten dagegen, bis dato im festen Glauben moralischer Überlegenheit, fühlte sich ökonomisch endlich im Aufwind und verstieg sich zu phantastischen Voraussagen für die Jahre 1961, 1965 und 1980, welche den konsumtiven Rückstand der DDR im deutsch-deutschen Vergleich zumindest narrativ kompensieren

sollten. Von beiden Seiten wurden virtuelle Zeithorizonte in Dienst gestellt, um eine hoffnungsfrohe aber zugleich prekäre Gegenwart zu legitimieren, indem sie Zukunft wie Vergangenheit affirmierten.⁵⁹

1961 taucht der kühne Anspruch des Ein- und Überholens mit keinem Wort mehr auf, und nicht erst 1965 entpuppen sich die überschwenglichen Träume vom vollendeten Sozialismus als hohle Phrasen, als reine Illusionen.⁶⁰ Weit schlimmer noch: der uneingelöste Zeithorizont, 1961 ' mutiert zur Mauer aus Beton und die unerreichte Zeitenwende, 1965 ' bringt nichts als Versorgungsengpässe und Härte aus Westdeutschland. Die Ende der fünfziger Jahre errichteten und emotional stark aufgeladenen Zeithorizonte sedimentierten so als uneingelöste Versprechen im kollektiven Bewußtsein der DDR-Bevölkerung.

Virtuelle Zeithorizonte bedienen sich arkadischer, idyllischer Topoi; nicht nur 1959 wurde das frühlinghafte Aufblühen der Republik innerhalb weniger Jahre versprochen. Solche Zeithorizonte haben weiterhin Konjunktur; zuletzt war es Helmut Kohl, der prophezeite, die ostdeutschen Länder würden sich *binnen vier Jahren* „zu blühenden deutschen Landschaften“ entwickeln.⁶¹ Im Wahljahr 1994 ist diese Zeitspanne abgelaufen; das Zeitversprechen gerät auf den Prüfstand. Auf die Frage, ob er diese 1990 ausgesprochene Vision mittlerweile womöglich bedauere, antwortete der Historiker und Kanzler unlängst: „Ich bleibe bei diesem Satz. Der verlängert sich nur um ein paar Jahre. Aber was ist das schon, ob nun vier oder fünf oder... acht oder zehn Jahre?“⁶² Die Geschichte dieses Zeithorizontes dauert also an...

- 1 Was bringt uns 1959? Printkampagne, veröffentlicht z.B. in: Der Spiegel, Jg. 13, Nr. 1 vom 1.1.1959, S. 29.
- 2 Wir im Jahre 1980. in: Quick, Jg. 12 (1959), Nr. 8 vom 21.2.1959, Titelseite und S. 6-12. – Vgl. dazu die Replik des Neuen Deutschland im Beitrag von Gerald Diesener in diesem Band.
- 3 Vgl. dazu insbesondere den Beitrag von Monika Gibas in diesem Band.
- 4 Siehe dazu auch den Beitrag von Volker Ilgen in diesem Band.
- 5 Die nachfolgende, allererste Annäherung daran, was wir unter „virtuellen Zeithorizonten“ verstehen möchten, bezieht sich zunächst auf Phänomene der Zeitpolitik in der DDR. Eine weitere, vor allem vergleichende Ausdifferenzierung der Begrifflichkeit ist durch die Einbeziehung zusätzlicher Quellen zu erwarten. Virtuelle Zeithorizonte müssen – trotz struktureller Gemeinsamkeiten – für die beiden deutschen Nachkriegsgesellschaften unterschiedlich definiert und bewertet werden.
- 6 Th. Luckmann, Gelebte Zeiten – Und deren Überschneidungen im Tages- und Lebenslauf, in: R. Herzog/R. Koselleck (Hrsg.), Epochenschwelle und Epochenbewußtsein, München 1987, S. 283-304, S. 293. Hervorhebungen vom Verfasser. Vgl. auch Th. Luckmann, Lebensweltliche Zeitkategorien, Zeitstrukturen des Alltags und der Ort historischen Bewußtseins, in: B. Cerquiglini/H. U. Gumbrecht (Hrsg.), Der Diskurs der Literatur- und Sprachgeschichte. Wissenschaftsgeschichte als Innovationsvorgabe, Frankfurt a.M. 1983, S. 13-28.
- 7 O. Marquardt, Temporale Positionalität – Zum geschichtlichen Zäsurbedarf des modernen

- Menschen, in: Herzog/Koselleck (Hrsg.) Epochenschwelle (Anm. 6), S. 343-352.
- 8 Th. Luckmann, Gelebte Zeiten (Anm. 6), S. 286.
 - 9 In der Bundesrepublik der achtziger Jahre erlebten beispielsweise die fünfziger Jahre als virtueller Zeithorizont ihre Renaissance; siehe dazu R. Gries/V. Ilgen/D. Schindelbeck, Gestylte Geschichte. Vom alltäglichen Umgang mit Geschichtsbildern, Münster 1989, darin insbes. S. 59-165.
 - 10 Zum Terminus „sozialerZeit“ vgl. G. Dux, Die Zeit in der Geschichte. Ihre Entwicklungslogik vom Mythos zur Weltzeit, Frankfurt a.M. 1992, der auf S. 72ff. eine Kritik des Begriffes bei Emile Durkheim und bei Norbert Elias vornimmt.
 - 11 Für A. Nassehi, Die Zeit der Gesellschaft. Auf dem Weg zu einer soziologischen Theorie der Zeit, Opladen 1993, S. 253f., zählen diese Prozesse zur zentralen Problemstellung seiner „Gesellschaftstheorie der Zeit“. Es gehe nämlich um die Frage, „in welcher Weise ein Gesellschaftssystem durch Systemdifferenzierung unterschiedliche Ereignisemparalitäten und Zeithorizonte herausbildet, wie diese Zeithorizonte miteinander koordiniert werden und wie sich dies in Form einer zentralen bzw. mehrerer divergierender Zeitemantiken niederschlägt.“
 - 12 Th. Luckmann, Gelebte Zeiten (Anm. 6), S. 294f.
 - 13 So sinngemäß A. Nassehi, Die Zeit in der Gesellschaft (Anm. 11), S. 332ff., in Anlehnung an J. Baudrillard, Der symbolische Tausch und der Tod, München 1982, S. 77f.
 - 14 Die Abschottung vor einem autoritären Synchronisationsverlangen mag ein Grund für die Genese einer sogenannten Nischengesellschaft sein: die Abwehr des Verlangens von Partei und Staat, letztlich die individuellen, „inneren Zeiten“ gesellschaftlich in Besitz zu nehmen und an die Kardare virtuelle Zeithorizonte zu legen. Vor der Datsche und vorm heimischen Wohnzimmer, den Verortungen familiärer „Eigen-Zeiten“ (G. Dux, Die Zeit in der Geschichte [Anm. 10], S. 41), machte der „Sieg des Sozialismus“ Halt, unbeschadet dessen, ob dieser nun wahlweise für 1961, 1965 oder 1980 prophezeit worden war.
 - 15 R. Koselleck, Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten, Frankfurt a.M. 1979, S. 11f.
 - 16 Vgl. Kants Konzeption des „Geschichtszeichens“; Kants gesammelte Schriften, hrsg. von der Königlich Preussischen Akademie der Wissenschaften, Bd. 7, Berlin 1917, S. 84. Diesen Hinweis verdanke ich Heinz Dieter Kittsteiner (Frankfurt/Oder).
 - 17 In Anlehnung an das Konzept der „alltagsästhetischen Episoden“ von G. Schulze, Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt a.M. 1992, S. 98ff.
 - 18 Vgl. W. Ulbricht, Der Kampf um den Frieden, für den Sieg des Sozialismus, für die nationale Wiedergeburt Deutschlands als friedliebender, demokratischer Staat“, Berlin (Ost) 1958, S. 45.
 - 19 Wer abseits steht, betrügt sich selbst, in: Wochenpost Nr. 29/1958, S. 2.
 - 20 G. Krüger, Schon beim Planen den Sieg des Sozialismus vorbereiten, in: Der Handel. Zeitschrift für Theorie und Praxis des Binnenhandels in der Deutschen Demokratischen Republik, Jg. 8 (1958), Nr. 8, S. 449-453, S. 452.
 - 21 Ebenda, Schaubilder „Das Warenangebot steigt“, S. 577, 636 und 637.
 - 22 PVC und die Zauberer von Bitterfeld, in: Wochenpost Nr. 4/1959, S. 10f.
 - 23 D. Staritz, Geschichte der DDR, 1949-1985, Frankfurt a.M. 1985, S. 124.
 - 24 Wer abseits stiehlt, betrügt sich selbst, in: Wochenpost (Anm. 19).
 - 25 L. Erhard, Über den „Lebensstandard“. Die Freiheit und der Totalitarismus – Die Herausforderung des Herrn Ulbricht, in: Die Zeit, Nr. 33/1958 vom 15.8.1958, S. 11f.
 - 26 Tatsächlich war das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft seit jeher mit hohen moralischen Ansprüchen verknüpft worden; vgl. die entsprechenden Passagen zum Beispiel in L. Erhard, Wohlstand für alle, Düsseldorf 1957, insbes. S. 232ff. und S. 353ff.
 - 27 Herr Erhard, unsere Republik und die Moral, in: Wochenpost Nr. 34/1958, S. 2.
 - 28 3650 Tage und ihr Ergebnis, in: Neue Zeit vom 22.10.1959.

Virtuelle Zeithorizonte

- 29 Siehe dazu zuletzt H. Hörz, *Philosophie der Zeit. Zeitverständnis in Geschichte und Gegenwart*, Berlin (Ost) 1989.
- 30 Kundgebungen, Bockwürste, Volkskunst-Ensembles, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 8.10.1959.
- 31 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/107, Propaganda-Kommission beim Politbüro des Zentralkomitees der SED (i.G.), Stenographische Niederschrift der Besprechung des Genossen Walter Ulbricht mit einigen Genossen Propagandisten am 10.7.1959. Zwischenruf Ulbrichts, S. 11 (13).
- 32 Zu weiteren Aspekten siehe den Beitrag von Monika Gibas in diesem Band sowie unsere dort angezeigten weiteren Veröffentlichungen zur Geschichte der Dezentren in der DDR.
- 33 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/100, Abt. Agitation und Propaganda, Die Verantwortung des sozialistischen Journalisten vom 26.3.1959, S. 7.
- 34 Vollenden wir das Werk des Friedens! Aufmacher in: *Der Morgen*, Jg. 15, Nr. 234 vom 7.10.1959.
- 35 W. Ulbricht, Eine schöne Menschengemeinschaft, Leitartikel in: *Neues Deutschland*, Jg. 14 (1959), Nr. 276 vom 7.10.1959. – Zum „legitimatischen Potential“ des Antifaschismus siehe zuletzt S. Meuschel, *Legitimation und Parteiherrschaft in der DDR. Zum Paradox von Stabilität und Revolution in der DDR 1945-1989*, Frankfurt a.M. 1992, S. 29ff.
- 36 Die Republik sind wir! in: *Tribüne* vom 19.9.1959.
- 37 Wir alle sind die Geburtstagskinder, in: *Der Morgen*, Nr. 228 vom 30.09.1959.
- 38 3650 Tage und ihr Ergebnis, in: *Neue Zeit* vom 22.10.1959.
- 39 Guten Tag, Republik! in: *Frau von Heute*, Jg. 14 (1959), Nr. 41 vom 9.10.1959, S. 3f.
- 40 Zum Geburtstag unserer Republik kulturelle Höhepunkte in allen Städten und Dörfern, in: *Presse-Informationen* Nr. 77 (1760) vom 10.7.1959, S. 5f.
- 41 Stadtarchiv Leipzig, Stadtverordnetenversammlung und Rat der Stadt (StVuR) 4116, Arbeitsplan der Agit.-Kommission der gemeinsamen Kommission des Rates des Stadtbezirkes und des Stadtbezirksausschusses der Nationalen Front Leipzig Mitte zur Vorbereitung des 10. Jahrestages der Gründung der Deutschen Demokratischen Republik, o.D. (15.6.1959).
- 42 W. Ulbricht, Der Siebenjahrplan des Friedens, des Wohlstandes und des Glücks des Volkes, Rede vor der Volkskammer am 30.9.1959, in: *Neues Deutschland* vom 1.10.1959 (Sonderbeilage).
- 43 Rationalisieren, aber möglichst billig. Das 6. Plenum des Zentralkomitees der SED, in: *SBZ-Archiv*, Jg. 10, 1959, Nr. 20 vom 25.10.1959, S. 306f.
- 44 ‚Frau von heute‘ blickte für Sie in die Zukunft, in: *Frau von heute* Nr. 1/1960, S. 5-7, und: *Aus dem Alltag steigt die Zukunft*, ebenda, S. 8-9.
- 45 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/100, Beratung über die gesamttdt. Arbeit mit Gen. Walter Ulbricht am 27.2.1959, S. 10.
- 46 Sprung über sieben Jahre, in: *Das Magazin*, Nr. 2/1960, S. 46-48. Vgl. hierzu auch den Beitrag von Dirk Schindelbeck in diesem Band.
- 47 Ebenda.
- 48 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/100, Abt. Agitation und Propaganda, Die Verantwortung des sozialistischen Journalisten vom 26.3.1959, S. 4.
- 49 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/107, Propaganda-Kommission beim Politbüro des Zentralkomitees der SED (i.G.), (Anm. 31), Einlassung Ulbrichts, S. 6 (9).
- 50 Vgl. Spekulation mit der Hoffnungslosigkeit, in: *SBZ-Archiv*, Jg. 10, 1959, Nr. 12, S. 177.
- 51 Die Zeitschrift *Jugend und Technik* widmete ab 1960 dem Thema ‚Wie sieht’s denn morgen

- aus?“ eigens eine Rubrik, hier: *Jugend und Technik* Nr. 11/1960, S. 64ff.
- 52 Zur Verfaßtheit der Mangelgesellschaft siehe R. Gries, *Die Rationen-Gesellschaft. Versorgungskampf und Vergleichsmentalität: Leipzig, München und Köln nach dem Kriege*. Münster 1991.
- 53 Wie reich sind wir morgen? in: *Das Magazin* Nr. 11/1959, S. 40-42. Der Autor des Beitrages veröffentlichte kurz darauf das Buch zum Thema; K. Böhm/R. Dörge, *Unsere Welt von morgen*, Berlin (Ost) 1960.
- 54 Zwanzig Jahre später, in: *Jugend und Technik* Nr. 9/1959, S. 544f.
- 55 Unter literaturgeschichtlichen Gesichtspunkten wäre zu prüfen, inwieweit diese trivialen Zukunftsvorstellungen zu der in der Sowjetunion gepflegten Gattung der ‚Wissenschaftlichen Phantastik‘ zu zählen sind. M. Salewski, *Zeitgeist und Zeitmaschine. Science Fiction und Geschichte*, München 1986, S. 36ff.
- 56 „Wir im Jahre 1980“, in: *Quick* (Anm. 2), S. 6, Hervorhebung vom Verfasser.
- 57 Vgl. dazu V. Hgen, *Das wahre Glück in den eigenen vier Wänden. Geschichte des Eigenheims als Geschichte einer Sehnsucht*, in: *Das Parlament* Nr. 12-13/1994, S. 17.
- 58 So beispielsweise R. Barzel in: *Deutschland im Jahre 1969. Eine Umfrage – Zehn Jahre nach der Gründung der Bundesrepublik*, in: *General-Anzeiger für Bonn und Umgegend* vom 15.1.1960. Daß in zehn Jahren die Sowjetunion auf dem Gebiet der Wissenschaft und Forschung weltweit die führende Position einnehmen würde, meinten 36 Prozent der Bevölkerung in der Bundesrepublik; siehe *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, Essen, vom 16.4.1960.
- 59 Diese Kategorie temporaler Positionalität fehlt in der plausiblen Auflistung von O. Marquard, *Temporale Positionalität* (Anm. 7), S. 347ff.
- 60 ‚Zum Problem der Epochenillusion‘ siehe W. Barner, in: Herzog/Koselleck (Hrsg.) *Epocheuschwelle* (Anm. 6), S. 517-529.
- 61 Zuerst am 18.5.1990 in der Ansprache anläßlich der Unterzeichnung des Vertrages über die Schaffung einer Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Demokratischen Republik, zit. nach: *Union in Deutschland* Nr. 18/1990 vom 31.5.90, S. 2ff.
- 62 So H. Kohl in den ARD-Tagesthemen, zit. nach Bundespresseamt, *Fernseh-/Hörfunkspiegel I* vom 23.2.1994, S. 2.

Schon einmal am Wendepunkt – im ‚Neuen Deutschland‘ 1959

„Die Wende“ als Umschreibung der ostdeutschen Entwicklungen im Zeitabschnitt 1989/90, beginnend von Herbst 1989 über die Implosion der DDR bis hin zu ihrem Aufgehen in die Bundesrepublik, ist so eindeutig in den Sprachgebrauch des nunmehrigen Deutschland eingezogen, daß ein anderer Gebrauch dieses Topos heute kaum noch denkbar erscheint. Sowohl in der politischen Kultur der DDR als auch der früheren Bundesrepublik war der Begriff zuvor mit anderen Assoziationen oder Ereignissen verbunden gewesen, die inzwischen aus der kollektiven Erinnerung weitgehend verdrängt worden sind. Bis dahin galt in der BRD – und nicht nur aus der Sicht der CDU – die Ablösung der Sozialdemokraten unter Helmut Schmidt aus der Regierungsverantwortung im Jahre 1982 als „die Wende“ schlechthin. Im Osten hingegen kursierte Erich Honeckers Diktum von immer möglichen „jähren Wehdungen“ internationaler Politik, das vor allem in der wehrpolitischen Propaganda der DDR seinen Niederschlag fand.

Vor diesem Hintergrund mutet die erste Ausgabe des Neuen Deutschland (ND) im Jahr 1959 fast wie eine Überraschung an. In dicken Lettern kündigte die von Walter Ulbricht gezeichnete Neujahrsbotschaft „Jahre der Wende“ an. Was, so ist zu fragen, hatte den SED-Chef zu dieser Wortwahl geführt? Denn eine Wende umschließt immer mindestens zwei Momente: einen Abschluß, das Ende einer bis zu diesem Punkt hinführenden Entwicklung, neben den jetzt etwas Neues tritt, ein Beginnen in eine veränderte, mithin qualitativ andere Richtung.

I.

Ein Blick in aktuelle Standardübersichten zur ostdeutschen Geschichte läßt ebenso wie das Nachlesen in Lehrbüchern der ehemaligen DDR das Jahr 1959 als eher „gewöhnlich“ erscheinen. Gewiß, es gab in seinem Verlauf das Dezennium der Staatsgründung¹. Penibel vermerken auch alle einschlägigen Annalen Ereignisse wie den Aufruf der Jugendbrigade „Nikolai Mamai“ des VEB Elektrochemischen Kombines Bitterfeld, sozialistisch zu arbeiten, zu

lernen und zu leben sowie die 1. Bitterfelder Kulturkonferenz mitsamt der von hier ausgehenden Orientierungen auf eine volksnahe Kultur. Auch damals vieldiskutierte innen- und außenpolitische Ereignisse finden ihren Platz: die Note der Sowjetunion mit dem Entwurf eines Friedensvertrages für Deutschland vom Januar, die Genfer Außenministerkonferenz oder der Vorschlag eines Nichtangriffsvertrages zwischen der Bundesrepublik und der DDR. Der Wirtschaftsentwicklung gab vor allem der im Oktober beschlossene ehrgeizige Siebenjahrplan das Gepräge, und Eilenburg konnte sich kurz vor Jahresende als „erster voll genossenschaftlicher Kreis in der DDR“ präsentieren. Nicht zuletzt erlebte die Staatsflagge der DDR mit Hammer, Zirkel und Ährenkranz in diesem Jahr ihre Geburt, woraufhin der höhnische Begriff der „Spalterflagge“ im Westen Deutschlands die Runde machte. Dies konnte die DDR mit der Bemerkung, ihr Emblem verkörpere die friedliche demokratische Entwicklung, es wäre nun zeitgemäß, Westdeutschland ersetze den bekannten „Pleitegeier“ durch eine Friedenstaube.²

Auch im Gedächtnis der Zeitzeugen scheinen die Spuren gerade dieses Jahres weitgehend verblaßt, wohingegen Ereignisse der Jahre 1953, 1956 und natürlich 1961 in der kollektiven Erinnerung überdeutlich verhaftet sind. Was hatte es also mit Ulbrichts „Wende“ auf sich?

Der Versuch, dieser Frage im Rahmen einer propagandageschichtlichen Untersuchung zu begegnen, erfordert mehrere Vorbemerkungen. Das Ziel der Analyse besteht nicht etwa darin, positivistisch alle Tatsachen, Ereignisse, Prozesse oder Entwicklungen Revue passieren zu lassen oder noch greifbare Erinnerungen und Sachverhalte mit ihren zeitgenössischen Kommentierungen und Interpretationen zu verbinden, um so dem vielzitierten Zeitgeist wieder Leben einzuhauchen; es geht viel mehr um die Feststellung und Vermittlung einiger zentraler Inhalte und Intentionen, die 1959 die Propaganda des Neuen Deutschland prägten. In der täglichen Berichterstattung dieser Zeitung die deutlich betonten oder auch sich wiederholenden, mithin die auf längerfristige Wirkungen zielenden inhaltlichen Grundmuster zu bestimmen und auf diese Weise zentrale Anliegen der Journalisten, Redakteure und Kommentatoren herauszuarbeiten ist das Hauptziel der Analyse.

Der Propagandabegriff ist in der Vergangenheit in Ost und West unterschiedlich definiert worden.³ In neueren Analysen und Betrachtungen zur Geschichte der DDR wird dabei – zumeist bereits schon mit wertendem Unterton – vermerkt, hier habe es nur eine von der Partei ausgehende Indoktrination gegeben (daß in der DDR mehrere Parteien existierten, wird geflissentlich ignoriert), demgegenüber könne die Gesellschaft der Bundesrepublik auf eine über vierzigjährige Tradition politischer Bildung zurückschauen.⁴ Detailuntersuchungen hierzu existieren mittlerweile in großer Zahl.⁵ Das

erweckt in der öffentlichen Diskussion nicht selten den Anschein, politische Propaganda wäre lediglich ein ostdeutsches Phänomen gewesen. Treffender und dem Sachverhalt angemessener beschreibt hingegen das Kompendium „Geschichtliche Grundbegriffe“ die Situation, wenn es feststellt, man spreche in der Bundesrepublik „in der Regel von ‚Öffentlichkeitsarbeit‘“, um „Methoden politischer und ideologischer Werbung (zu) bezeichnen“. Das zeige jedoch nur, heißt es weiter, „daß mit der Verdrängung des Propagandabegriffs neue Bezeichnungen notwendig geworden sind, da die Sache selbst inzwischen eine politische Selbstverständlichkeit ist.“⁶

Somit kann auch für die hier angestellten Überlegungen die von H. D. Lasswell stammende Definition Anwendung finden, wonach jede Propaganda besnebt sei, die „Einstellung großer Menschermengen ... in umstrittenen (kontroversen) Fragen, in denen sich eine bestimmte Gruppe engagiert hat, ... zu beeinflussen“.⁷

Ohne Zweifel bedarf das Neue Deutschland, das faktisch eine partei- und regierungsamtliche Qualität verkörperte, subtiler Quellenkritik. Weder kann sie an dieser Stelle geleistet, noch in ihren theoretischen Prämissen erörtert werden. Zudem fehlen bisher verlässliche Auskünfte zur Breitenrezeption des ND. Verallgemeinernde Aussagen über erzielte Resultate der verfolgten Überzeugungsabsichten des Zentralorgans der SED können deshalb nur mit größter Vorsicht getroffen werden. Karl Friedrich Reimers hat mit Blick auf die Printmedien der DDR einschränkend zu bedenken gegeben, ihre von der SED kontrollierte Propaganda habe „in erster Linie auf die Funktionärskader“ gezielt.⁸ Wiewohl die Partei angesichts von zuletzt über zwei Millionen Mitgliedern auch zwangsläufig einen Apparat von mehreren Hunderttausend Funktionären auf den verschiedenen Ebenen aufzubauen genötigt war, reichte der gewünschte und auch tatsächlich erreichte Leserkreis des Neuen Deutschland dennoch weit über diese Elite hinaus. Das ND war die auflagenstärkste Tageszeitung in der DDR⁹ und richtete sich ebenso an Leser, die der SED nicht angehörten. Ein zeitgenössisches Resümee belegt das Selbstverständnis der ND-Verantwortlichen: „Die Methode des sozialistischen Journalismus, ... ist die Schilderung unseres konfliktreichen neuen Lebens, die Verbreitung der fortgeschrittensten Erfahrungen bei der sozialistischen Umwälzung, die geduldige Erläuterung der Zusammenhänge zwischen den großen politischen Fragen und dem persönlichen Leben des Einzelnen, die offensive und lebensnahe Propagierung der marxistisch-leninistischen Weltanschauung und die unbarmherzige Bekämpfung der faulen, zersetzenden Ideologie des Imperialismus. Das ist der dialektische Inhalt des Begriffes: Die Presse – kollektiver Organisator der sozialistischen Umgestaltung.“¹⁰

Nachrichtenpräsentation, Kommentierung, Stil und Inhalt zeigen, daß tatsächlich keineswegs nur an eine gesellschaftliche Elite gedacht wurde. Auch deshalb ist eine subtile kommunikationsgeschichtliche Untersuchung des Neuen Deutschland eine vordringliche, hoffentlich bald gelöste Forschungsaufgabe.

II.

Der Untergang des sozialistischen Staates DDR im Zuge einer „Wende“ war selbstverständlich nicht gemeint, als Walter Ulbricht den schon erwähnten Akzent am ersten Tag des Jahres 1959 setzte. Vielmehr kennzeichnete vor allem uneingeschränkter Optimismus seine Botschaft, „daß wir uns an einem Wendepunkt der Entwicklung befinden.“ In dreierlei Richtung bestimmte er ihn genauer. Zum einen charakterisierte diese Wende „die Erfolge beim Aufbau des Sozialismus, bei der Festigung der Arbeiter-und-Bauern-Macht ... und bei der Erhöhung der Lebenshaltung unserer Bevölkerung“. Hinzu traten zweitens „die Initiative der Sowjetunion zur Entmilitarisierung und Neutralisierung von Westberlin und zur Schaffung eines Friedensvertrages mit Deutschland sowie die Initiative der DDR zur Wiedervereinigung Deutschlands als friedliebendem demokratischem Staat auf dem Wege der Bildung einer Konföderation.“ Als drittes Moment hob Walter Ulbricht die „ständig wachsende Überlegenheit des sozialistischen Lagers über das imperialistische Lager“ hervor.¹¹

Um in der weiteren Verfolgung des hier angeschlagenen Akkords eine bessere Übersicht zu ermöglichen, gliedert sich die folgende Darstellung in drei Schwerpunkte: Selbstdarstellung, Zukunftserwartung und Feindbild. Sie wurden in enger Tuchfühlung zu den anderen Aufsätzen dieses Heftes ausgewählt, um angesichts einer Fülle von Einzelheiten und verfolgbaren Linien möglichst viele Vergleichsfelder zu eröffnen.

Selbstdarstellung

Die Abschaffung noch bestehender Rationierungen und Preissenkungen 1959¹² sowie die Erhöhungen von Einkommen und Kaufkraft hatte Walter Ulbricht als ein „Wendeelement“ charakterisiert, wobei er diese Entwicklungen hier noch vor allem den Weichenstellungen des V. Parteitages 1958 zuschrieb. Die Gesamtheit der ökonomischen Veränderungen veranlaßte ihn zu einer bemerkenswert euphorischen Würdigung: Die jetzt erreichten Erfolge eröffneten die „herrliche Perspektive des Sieges des Sozialismus“ und wiesen „den realen Weg der nationalen Wiedergeburt Deutschlands als

Gerald Diesener

- 1959, S. 4f.
- 41 Ihr seid das neue Jahrhundert. Fragen und Probleme beim Erfahrungsaustausch sozialistischer und kommunistischer Brigaden, in: ND vom 17. Mai 1959, S.5.
 - 42 Vgl. die Berichterstattung des ND über die Beratung der Volkskammer am 1. Oktober 1959, S. 1.
 - 43 Dr. K. (d.i. Günter Ketzscher), „Stalingrad“, in: ND vom 17. Januar 1959, S. 1.
 - 44 Vgl. W. Ulbricht, Jahre (Anm. 8)
 - 45 Pakete aus der DDR bringen Freude, in: ND vom 2. Januar 1959, S. 2
 - 46 Der ‚Ostzonen‘-Otto, in: ND vom 7. Januar 1959, S. 6.
 - 47 Vgl. Tempo bedeutet Sieg (Anm. 21).
 - 48 Ebenda.
 - 49 SPD-Mehrheit beschließt Godesberger Kapitulationsprogramm, in: ND vom 16. November 1959, S. 1.
 - 50 Wo Strauß vordringt, geht die Bildung zurück, in: ND vom 16. April 1959, S. 4.
 - 51 Abdruck in: Wo die Not am größten ist, in: ND vom 29. April 1959, S. 5.
 - 52 Vgl. neben den Berichten während des gesamten Jahres vor allem: Tausende kamen vor Weihnachten in die DDR, in: ND vom 24. Dezember 1959, s. 1.
 - 53 Vgl. dazu insbesondere die Abschnitte 2 und 7 im Aufsatz von Dirk Schludelbeck in diesem Heft.
 - 54 Zum Problem der Zeithorizonte vgl. den Beitrag von Rainer Gries in diesem Heft.
 - 55 So die Kommentierung des Quick-Interviews Ludwig Erhards unter dem Titel: Prophet Erhard und das Jahr 1980, in: ND vom 5. März 1959, S. 4. Vgl. hierzu die Tiefenanalyse von Rainer Gries in diesem Heft.
 - 56 H. Niemann, Meinungsforschung in der DDR. Die geheimen Berichte des Instituts für Meinungsforschung an das Politbüro der SED, Köln 1993.

Schon einmal am Wendepunkt: 1959

- 10 S. Drobela, Ein Wesenszug unserer Presse, in: ND vom 12. August 1959, S. 4.
- 11 Vgl. W. Ulbricht, Jahre der Wende, in: ND vom 1. Januar 1959, S. 1 u.3.
- 12 Zu Jahresbeginn wurden z.B. die Preise für Reis (am 1. Januar) sowie für Zucker und Margarine (am 2. Februar) gesenkt. Lohnerhöhungen folgten gleichfalls im ersten Quartal in einer Reihe von Branchen, etwa im Bergbau, in der chemischen Industrie, in der Volksbildung (sämtlich am 19. Februar), in der staatlichen Verwaltung (am 1. März), im Bereich der Post und der Lebensmittelindustrie (am 26. März). Weitere Einkommensverbesserungen in anderen Bereichen sowie Rentenerhöhungen folgten noch im gleichen Jahr.
- 13 W. Ulbricht, Jahre (Anm. 11).
- 14 Vgl. die Berichterstattung zur 4. Tagung in: ND vom 20. Januar 1959, S.3-5.
- 15 Vgl. den Abdruck der Rede in: ND vom 28. Januar 1959, S. 3.
- 16 Vgl. die Kommentierung des Planes unter der – deutlich in Anlehnung an einen Buchtitel von John Reed gewählten – Überschrift: Sieben Jahre, die die Welt verändern, in: ND vom 29. Januar 1959, S. 1. Vgl. hierzu auch den Beitrag von Rainer Gries in diesem Heft.
- 17 Unzweifelhaft treffen jene Einschätzungen zu, wonach es sich hier um „abenteuerliche Versprechungen“ gehandelt habe. Zuletzt analysierte die Konsequenzen dieser strategischen Entscheidung: K. Gossweiler, Stärken und Schwächen im Kampf der SED gegen den Revisionismus, in: Streitbarer Materialismus 18/1994, S. 33-80, bes. S. 48.
- 18 Vgl. Programm und Statut der KPdSU, angenommen auf dem XXII. Parteitag der KPdSU, Berlin 1961.
- 19 Vgl. Tempo bedeutet Sieg, in: ND vom 16. Februar 1959, S. 1.
- 20 Vgl. Kommunistisches Tempo, in: ND vom 16. April 1959, S. 1.
- 21 Vgl. dazu vor allem die Berichterstattung unter der Überschrift: Einzigartiges Wachstum der sozialistischen Wirtschaft, in: ND vom 2. März 1959, S. 1.
- 22 Alle Zitate ebenda.
- 23 Vgl. die Berichterstattung unter der Überschrift: Kurs auf vollmechanisiertes Bauen, in: ND vom 8. Mai 1959, S. 1.
- 24 Vgl. ND vom 20. Mai 1959, S. 1.
- 25 Hier beispielhaft zitiert aus: Berliner wollen Gabentisch decken, in: ND vom 31. Mai 1959, S. 1.
- 26 Des Sieges gewiß, in: ND vom 1. Mai 1959.
- 27 Vgl. dazu den Abdruck großer Teile der Rede Walter Ulbrichts während der Bitterfelder Tagung: Fragen der Entwicklung der sozialistischen Literatur und Kultur, in: ND vom 15. Mai 1959, S. 3f. sowie die umfangreiche Kommentierung der folgenden Tage.
- 28 Vgl. den Bericht über den Besuch Walter Ulbrichts in den Leuna-Werken: Eine Beratung auf der Werkstraße, in: ND vom 7. August 1959, S. 3.
- 29 Alle Zitate entstammen der Reportage: 8 Harte und 15 Pils – ein Held?, in: ND vom 21. Oktober 1959, S. 3.
- 30 Zu den Ausformungen dieser Lösung auf der Ebene des Bezirks vgl. den Beitrag von Dirk Schindelbeck in diesem Heft.
- 31 Vgl. ND vom 1. Oktober 1959, S. 1.
- 32 Vgl. ND vom 2. Oktober 1959, S. 1.
- 33 Vgl. dazu insbesondere den Beitrag von Monika Gibas in diesem Heft.
- 34 Vgl. Brief Walter Ulbrichts an Flora und Jolanthe, in: ND vom 28. November 1959, S. 1f.
- 35 Ein Jahr der Entspannung, in: ND vom 31. Dezember 1959, S. 1.
- 36 Worauf wir anstoßen, in: ND vom 31. Dezember 1959, S. 1.
- 37 Vgl. hierzu den Beitrag von Rainer Gries in diesem Heft.
- 38 Vgl. Schritt zum Morgen, in: ND vom 15. Februar 1959, S. 1.
- 39 Vgl. hierzu den Beitrag von Dirk Schindelbeck in diesem Heft.
- 40 W. Ulbricht, Fragen der Entwicklung der sozialistischen Kultur und Kunst, in: ND vom 15. Mai

Hand, wenngleich die genauen Beziehungen noch der Offenlegung harren.

Umsomehr sind Untersuchungen herausgefordert, die das in propagandageschichtlichen Forschungen erarbeitete Material einerseits zu Erkenntnissen anderer geschichtswissenschaftlicher Spezialdisziplinen in Beziehung setzen, andererseits sollten benachbarte Wissenschaften zur weiteren Ausschöpfung des hier vorliegenden Wissens hinzugezogen werden.

Von Jacob Burckhardt stammt das vielzitierte Diktum, wonach auch Vorstellungen Tatsachen seien. Das gilt gewiß auch für die Propaganda, die mittlerweile in alle Sphären unseres Lebens hinein greift und an deren Geschichtsmächtigkeit heute niemand mehr ernsthaft zweifeln dürfte.

- 1 Vgl. z.B. bei H. Weber, DDR – Grundriß der Geschichte, Hannover 1991. Kurios ist hier allerdings, daß gerade der 10. Jahrestag der DDR keinen Eingang in die Zeittafel (ebenda, S. 284-353) gefunden hat, während die Gründung des Staates 1949 (S. 288) sowie sein 20. (S. 313), 30. (S. 327) und 40. (S. 344) Jubiläum berücksichtigt sind. – Für die Lehrbücher der DDR vgl. z.B.: Autorenkollektiv, Hochschullehrbuch Geschichte der Deutschen Demokratischen Republik, Berlin 1981.
- 2 Vgl. hierzu: Die neue Staatsflagge der DDR, in: Neues Deutschland (nachfolgend ND) vom 24. September 1959, S. 1, Die Flaggen zeigen die Ziele der beiden deutschen Staaten. in: ND vom 9. Oktober 1959, S. 2. Vgl. zur Rezeption der „Spalterflagge“ den Beitrag von Eckardt Fuchs in diesem Heft.
- 3 Vgl. für die BRD das Stichwort „Propaganda“ in: Staatslexikon in 5 Bänden, Freiburg 1988, Bd. 4, S. 595-597, für die DDR das Stichwort „Propaganda“ in: Kleines Politisches Wörterbuch, Berlin 1986, S. 777ff. – Wiewohl schon angemerkte Differenzen zwischen beiden Definitionen bestehen, kann man als einheitliche Klammer feststellen, daß beide Definitionen unter Propaganda den Versuch verstehen, politische Überzeugungen zu fundieren.
- 4 Ebenso verallgemeinernd wie vereinfachend zum Beispiel: „Im Unterschied zur Indoktrination diktatorischer Staaten, die den Bürger einer Einheitsmeinung zu unterwerfen suchen, ist politische Bildung in der Demokratie auf Selbstbestimmung, Erkenntnis eigener Interessen und Pflichten, verantwortliches Handeln in Staat und Gesellschaft und Freiwilligkeit ausgerichtet“. Ignoriert wird, daß die hier avisierten Prozesse, die in unterschiedlicher Ausprägung gewiß existier(t)en, nicht als Pendants betrachtet werden können. Zitat aus: Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland vom 10. Dezember 1991, Abdruck: Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament vom 10. April 1992.
- 5 Vgl. hierzu vor allem die vielen Beiträge in der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ in der Wochenzeitung „Das Parlament“, die sich Aspekten des in Rede stehenden Themas zuwandten.
- 6 Vgl. das Stichwort „Propaganda“ in: Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Stuttgart 1984, Bd. 5, S. 69-112, Zitat S. 112.
- 7 Ausführlicher und mit Literaturverweisen, auch zu H. D. Lasswell, siehe das Stichwort „Propaganda“ in: Staatslexikon (Anm. 3).
- 8 Vgl. dazu das von Karl Friedrich Reimers besorgte Stichwort „Propaganda“ in: Staatslexikon (Anm. 3), bes. S. 597.
- 9 Für das Ende der fünfziger Jahre wird die tägliche Auflage des ND mit rund einer Million Exemplaren beziffert. Vgl. das Stichwort „Neues Deutschland“ in Meyers Neues Lexikon in achtzehn Bänden, Band 10, Leipzig 1974, S. 53.

unumstößlichen Gewißheit eines kommenden Triumphes in der internationalen Klassenauseinandersetzung. Das mag insofern etwas verwundern, da die DDR zu dieser Zeit ja noch gegen den Alleinvertretungsanspruch der Bundesrepublik um eine Anerkennung auf internationalem Parkett rang, wobei sich erst kleine Erfolge abzeichneten. Wie sehr muß angesichts dessen die Erwartung im Hintergrund gestanden haben, daß sich binnen sieben Jahren die Welt von Grund auf verändern würde!

Man wird in der Geschichte wohl selten einen Abschnitt finden, dessen Bestimmung der Zeithorizonte so eindeutig ausfällt.⁵⁴ Verankert in die Vision einer für alle Zukunft anbrechenden glücklichen und harmonischen Welt des Sozialismus/Kommunismus, die sich aufgrund dieser weitgefaßten Perspektive auch weiteren Abstufungen in die Ferne entzieht, haben die Jahre 1961 und 1965 als Wegmarken in der Verwirklichung des Siebenjahrplanes eine fast magische Kraft. Ludwig Erhards gleichzeitige Vorsicht in der Prognose als Schwäche auslegend – „Sein Wirtschaftswunder ist wie eine Seifenblase geplatzt. Der Realität des Aufbaus, der Sicherung des materiellen und kulturellen Wohlstandes im Sozialismus hat er nichts mehr gegenüberzustellen als prophetische Spintisierereien über das Jahr 1980 und die sehr realistische Aufforderung an die westdeutsche Bevölkerung, im Jahre 1959 und in den folgenden Jahren Opfer und noch einmal Opfer zu bringen“⁵⁵ –, galten die beiden genannten Jahre als nahe Wegmarken, an denen vor allem die Einlösung der Verheißungen erwartet wurden.

Insoweit ist das Bild auffällig entproblematisiert und geglättet. Vielleicht ist auch darin der Grund zu suchen, wenn von diesem propagandistischen Aufbruch des Jahres 1959 so wenig im Gedächtnis heutiger Zeitgenossen aufbewahrt ist. Den sich offenbarenden Überschwang beim Ausmalen der Zukunft, der sinnfällig auch in der Karikatur der Silvesterausgabe des ND zum Ausdruck kommt, deckte alle spätere Erfahrung nicht. Das wird auch an anderen Sachverhalten deutlich: Etwa beginnt eine Rückbesinnung auf das Jahr 1961 bei Befragungen im allgemeinen mit dem Berliner Mauerbau. Hätte die aus dem Jahre 1959 stammende Propagandafigur der Siebenstufenrakete tatsächlich die erhoffte Resonanz gefunden, müßte heute die erste Erinnerung Juri Gagarins Flug in den Kosmos im April 1961 gelten.

Es wäre aber zu einfach, deshalb retrospektiv lediglich Scheitern und damit eine kontraproduktive Propaganda zu konstatieren. Denn neuere Veröffentlichungen wie jene Heinz Niemanns zur Akzeptanz der DDR in ihrer eigenen Bevölkerung lenken die Aufmerksamkeit auf sich offensichtlich relativ schnell wandelnde politische und weltanschauliche Einstellungen im Lande.⁵⁶ Daß dabei Propagandawirkungen eine Rolle spielen, liegt auf der

Gesprächen, daß sie endlich einmal ein Weihnachtsfest in gesicherten Verhältnissen verbringen möchten. Es fiel ihnen nicht leicht, ihren Wohnort in Westdeutschland zu verlassen, aber die unerträglichen Verhältnisse zwangen sie, sich in der DDR eine neue Heimat zu suchen.“⁵²

III.

Greift man nach diesem Überblick über zentrale Komponenten der Propaganda des ND im Jahre 1959 die eingangs gestellte Frage wieder auf, ob der Wende-Topos denn berechtigt gebraucht worden ist, läßt sich folgende Antwort geben. Seine Verwendung ist insofern gerechtfertigt, als ihm offensichtlich eine Vorstellung zugrundelag, wonach sich vor allem die Nachkriegsära, aber darüber hinaus ebenso der gesamte historische Abschnitt der Unterlegenheit des Sozialismus gegenüber dem Imperialismus nun unmittelbar dem Ende zuneige. Es schien so, als befände man sich auf dem Weg in eine strahlende Zukunft. Wäre dies eingelöst worden, wäre eine spätere Historiographie kaum umhin gekommen, diese „Wende“ als eine einschneidende Wegmarke zu begreifen.

Namemlich die Erfolge der Sowjetunion in der Weltraumforschung im Verbund mit einem ungetrübten Fortschrittsoptimismus verleiteten zur Prognose, daß nunmehr die „Zeit der Verwirklichung großer Ziele, eine Zeit des Friedens und des Fortschritts, eine Zeit der höchsten Entwicklung der Technik“ (Nikita Chruschtschow) gekommen sei. Erfüllt vom Glauben, daß mit dem Siebenjahrplan die ökonomischen Weichenstellungen bereits die unumkehrbare Richtung wiesen, zielte die Propaganda betont auf die Vermittlung von Elementen eines neuen Menschenbildes. Damit aber sind schon 1959 sehr deutliche Anklänge an die erst später propagierte Theorie von einer sozialistischen Menschengemeinschaft belegt.

Auffällig ist, daß diese Propaganda bei alledem in einem relativ allgemeinen Rahmen konzipiert ist. Dirk Schindelbecks Beobachtungen zur Familie Leberecht als Verkörperung einer erreichten Höhe der Zeit, deren individueller Konsum eine bestimmte unumkehrbare Lebensqualität zum Ausdruck bringt, finden im ND kein Pendant.

Wiewohl die Verheißung höchsten Konsumniveaus auch hier im Raum steht, dominieren doch eher idealistisch zu nennende Gedanken und Motive, wenn die Werte und Normen beschrieben werden, die den Propagandabroschüren zum sozialistischen Wettbewerb und der Aktivistenbewegung das Profil verleihen.⁵³

Das Feindbild hingegen ist eindeutig, doch zugleich überlagert von der

oder Treffen, an denen Vertreter beider Länder teilgenommen hatten, ist die schon mehrfach bestimmte Trennungslinie ebenfalls auszumachen. Repräsentativ kann die Kommentierung einer gesamtdeutschen Lehrertagung in Eisenach herangezogen werden. Man könne verstehen, rnutmaßte das ND, daß viele westdeutsche Kollegen „mit einem gewissen Neid auf unsere Entwicklung“ blickten. „Wir wünschen“, hieß es weiter, „jedem westdeutschen Arbeiterkind die gleichen Entwicklungsmöglichkeiten, wie sie unseren Kindern offenstehen.“ Dagegen hielt es aber ebenso apodiktisch: „Aber niemand soll sich darüber hinwegtäuschen, daß man diesen Schritt zur höheren Bildung nicht tun kann, solange der Stiefel des deutschen Militarismus dazwischen steht.“⁵⁰

Beliebt war auch, wann immer es um die Schilderung der Lebenslage der westdeutschen Arbeiter ging, das Mittel der Übernahme von Texten aus bundesrepublikanischen Zeitungen und Zeitschriften. Als ein solch ‚authentisches Dokument‘ und somit von vornherein keinerlei Propagandavorwürfen ausgesetzt, druckte das ND beispielsweise folgendes Gedicht aus dem „Vorwärts“ nach:

„... Wanderer, kommst Du nach
Rheine, sieh dich um und kehre
zurück und sage, du hättest
Macht gesehen; wirtschaftliche
Macht in den Händen weniger;
und erzähle, wie mitten in
einer hochentwickelten Kultur-
land Arbeiter Holz klauen
müssen, um Steckrüben essen
zu können...“⁵¹

Ein letztes Beispiel soll verdeutlichen, daß die Propaganda keineswegs nur auf theoretischer Ebene die Vorzüge des Sozialismus zu preisen und damit die DDR vom westlichen deutschen Staat abzugrenzen verstand. Die Darstellung eines schon jetzt und in der Zukunft noch deutlich attraktiveren Lebens in der DDR warf zweifellos auch die Frage der Übersiedlung auf.

Tatsächlich finden sich immer wieder Mitteilungen über Ankömmlinge aus Westdeutschland. Gewiß wohlkalkuliert zum Weihnachtsfest vermeldete das ND denn auch als „Aufmacher“ einen verstärkten Übersiedlerstrom aus der BRD in die DDR. Wenngleich individuell unterschiedliche Gründe für deren Schritt benannt wurden, resümierte der umfangreichste Bericht hierzu: „Viele Übersiedler, die in den letzten Tagen gekommen sind, äußerten in

war der hauptsächliche Kontrahent, und dies in doppeltem Sinne: zum einen der zentrale Widerpart im Ringen um die internationale Anerkennung der DDR als souveränem deutschen Staat – den Verlauf der Genfer Außenministerkonferenz wertete das ND abschließend vor allem als wichtigen Erfolg in diesem Bemühen – und zum anderen jener Staat, den in naher Zukunft zu überholen die zentrale Aufgabe war. Etwa resümierte das ND angesichts der Beratungen des Siebenjahrplanes, es gäbe „zwei gesellschaftliche Hauptkräfte heute in Deutschland, die Arbeiterklasse und die Monopolkapitalisten.“ Während die SED „der Vortrupp der Hauptkraft der Nation, der Arbeiterklasse“ sei, verkörpere die „Adenauer-CDU“ die Partei „des Monopolkapitals“. Die SED, hieß es weiter, habe „einen Plan des Friedens, vom Volk erarbeitet und beschlossen“.

Ähnliches Selbstbewußtsein demonstrierten die Kommentierungen der wirtschaftlichen Erfolge der DDR. Elf Prozent Zuwachs der Industrieproduktion vom Januar 1959 gegenüber demselben Monat des Vorjahres deklarierte das ND als „Pfeile, die wir auf die westdeutschen Militaristen abschießen“ und setzte hinzu, „mehr Stahl als im vorigen Jahr im Januar, das brennt diesen albernen Schreihals Strauß, dessen Gehabe so fatal an Göring erinnert.“ Zugleich wurde betont: „Wahr ist jedoch, daß die Entlassung von hunderttausend Ruhrkumpeln angesichts der ökonomischen Erfolge unserer Republik den westdeutschen Arbeitern viel Stoff zum Nachdenken darüber geben wird, welche gesellschaftliche Ordnung die bessere ist.“⁴⁷ Stimmeneinbußen der CDU bei den Wahlen in Niedersachsen und Rheinland-Pfalz im Frühjahr 1959 wurden, ebenfalls im „Wende“-Denkmuster⁴⁸, schon als Zeugnisse beginnenden Umdenkens gedeutet.

Das wohl größte Argumentationsproblem in diesem Zusammenhang entstand dann freilich, als die SPD gegen Ende 1959 ihr Godesberger Programm verabschiedete. Die Sozialdemokraten waren zwar im Verlauf des Jahres schon des öfteren scharf attackiert worden, wenngleich auch immer wieder moderate Töne gegenüber der SPD ihren Platz hatten und Dialogbereitschaft signalisiert wurde. Godesberg war deshalb ein besonders herber Schlag für die SED; das ND sprach von der „völlige(n) Kapitulation der SPD-Führung vor dem deutschen Imperialismus“⁴⁹; der Beschluß würde allerdings von der Mehrheit der Parteimitglieder nicht mitgetragen. Vielmehr fände deren Meinung sich in Peter von Oertzens Debatteneinwurf wieder, wonach dieser Parteitag „in die Geschichte eingehen (werde) als derjenige, bei dem die SPD von Karl Marx abgekommen“ sei.

In der angesichts einer offenen Grenze zwischen DDR und Bundesrepublik nicht immer einfachen Berichterstattung über Tagungen, Konferenzen

Feindbild

Noch deutlichere Konturen als die beiden zuvor untersuchten Schwerpunkte zeigt das Feindbild, das dem Jahrgang 1959 des ND die Prägung verlieh. Es war kompromißlos, klar und eindeutig. Stil und Substanz atmeten den Geist des Kalten Krieges.

Der Hauptgegner, dem diese Auseinandersetzung galt, war schlicht „der Imperialismus“ der Bundesrepublik. Die stärkste denkbare Ablehnungsfigur, die den politischen Gegner zum Feind transformiert, ist partiell bis in die Überschriften der ND-Artikel zu verfolgen. „Aufmarsch von 60.000 Ruhrkumpeln in der Hauptstadt des Klassenfeindes“ überschrieb das ND beispielsweise im Herbst 1959 angesichts einer Massendemonstration seine Berichterstattung aus Bonn. Auch die aus dem „Wende“-Topos abgeleiteten Vorstellungsmuster wurden zur Analyse des internationalen Kräfteverhältnisses immer wieder in Anspruch genommen, so zum Beispiel im Leitartikel „Stalingrad“ am 17. Januar. Unter Anspielung auf den 15. Jahrestag der Schlacht an der Wolga wurde festgestellt: „Wir stehen am Wendepunkt der Entwicklung in Deutschland“⁴³. Die Begründung für diese Einschätzung ergänzte mit innerer Logik den optimistischen Grundtenor der Bestimmung der Situation der DDR und der sozialistischen Länder: Das Kräfteverhältnis habe sich „bedeutend“ zugunsten „des Friedenslagers“ verschoben. Die Politik des deutschen Militarismus „offenbare sich unverhüllt in ihrer ganzen Abenteuerlichkeit.“ Nur der Friedensvertrag, für den die Sowjetunion soeben einen Entwurf präsentiert habe, böte den Ausweg aus dieser Situation.

Klar getrennt wurde bei alledem – wie schon in der Neujahrsbotschaft – zwischen der politischen Elite der Bundesrepublik und ihrer Bevölkerung. Denn vor allem die Arbeiter des anderen deutschen Staates galten als Verbündete, für die eine Sorgepflicht wahrzunehmen sei. Dies läßt sich auch den Ankündigungen Walter Ulbrichts entnehmen, als ein Resultat der Erfolge beim Aufbau des Sozialismus könne man jetzt zugunsten der „von der Wirtschaftskrise betroffenen Arbeiter des westdeutschen Kohlebergbaus, der Stahlindustrie und der Textilindustrie großzügige Hilfsaktionen ein(zu)leiten. Allerdings müssen die Werktätigen Westdeutschlands nun dafür sorgen, daß Bonn Hilfsaktionen und Hilfsangebote der DDR nicht wie bisher sabotiert.“⁴⁴ In den nächsten Tagen fehlten die bestätigenden Berichte hierzu nicht. „Pakete aus der DDR bringen Freude“ ließ es.⁴⁵ Bald darauf wurde – voller Empörung – auch über einen inhaftierten Verleumder aus der DDR berichtet, der überführt worden war, über 1800 Bettelbriefe in den westlichen deutschen Staat geschickt zu haben.⁴⁶

Hiermit ist die propagandistische Grundfigur erfaßt. Die Bundesrepublik

ebenen bzw. Vertretern der technischen Intelligenz; etwa in der Feststellung eines Arbeiters: „Aber wir haben auch Sorgen. ... Der Technische Direktor unseres Werkes hat uns z.B. versprochen, uns in der Frage des technischen Fortschritts zu helfen, aber er hat sich noch nicht ein einziges Mal bei uns sehen lassen“.

Als letztendlicher Motor des Fortschritts wurden die sozialistischen Brigaden ausgemacht. Die Mobilisierung ihrer initiativen und innovativen Kräfte hinsichtlich aller Verbesserungen im Arbeitsprozeß nahm die zentrale Rolle bei der Bestimmung der Propagandaaufgaben ein („Die Mitglieder unseres Kollektivs denken auch über die Schaffung von neuen Maschinen und Automaten nach“); sie war zugleich begleitet von Erörterungen über die Veränderungen im alltäglichen Leben.

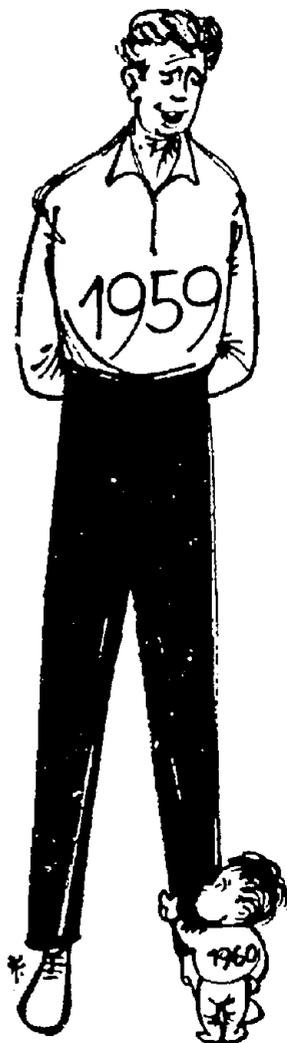
Thematisierte man die Einbeziehung der Frauen in den Prozeß des sozialistischen Lebens, so umfaßte die dann eingesetzte Argumentationsfigur meist auch das breite Spektrum der kulturellen Weiterbildung – „Wir ... waren sehr erstaunt, als am ersten Teenachmittag 70 Frauen unserer Brigademitglieder teilnahmen, um eine Einführung in künstlerische Probleme zu bekommen. Daraus sieht man doch, daß viele Bergarbeiterfrauen, die bisher der Kunst manchmal das Hinterteil zeigten, sich heute gern mit ihr befassen...“ – bis hin zu kritischer Reflexion über bisherige Gewohnheiten im Familienleben. Auffällig ist auch, daß das Alkoholproblem hier offen erörtert wurde. So sinnierte der Vorsitzende des Zentralrates der Sowjetgewerkschaften: „Ich denke, auch im Kommunismus wird es Wein geben, das schadet dem Kommunismus keinesfalls. Aber die Frage ist die, WIE man trinkt, nämlich mit Verstand.“⁴¹

Immer wieder mündete die Zukunftsbeschreibung in eine entproblematisierte Sicht der kommenden Zeit, die ungetrübt und vor allem nahes, nie mehr endendes Glück verhieß. Diese Stimmung brachte Walter Ulbricht auf die vielleicht einprägsamste Formel, als er am Ende seiner Rede zur Begründung des Siebenjahrplanes in sakraler Intonation ausrief: „Das Reich der Menschen ist gekommen!“⁴²

Doch solch überzogene Erwartungen in die zukünftigen Entwicklungen waren keine spezifische Ersehung der DDR. Als Beleg mag hier der Hinweis auf einen Aufsatz im ND dienen, der über die Zukunftsprognosen sowjetischer Wissenschaftler Auskunft gab. Animiert von den jüngsten Erfolgen beim Vordringen in den Weltraum, legten ihre Vorhersagen auch von derselben trügerischen Euphorie Zeugnis ab. Denn „gigantische Treibhausstädte auf dem Mond“, die zu Beginn des 21. Jahrhunderts vermutet wurden, warfen gewiß schon damals die Frage auf, wozu sie eigentlich nützlich sein könnten.

Menschen. „Beherrscher und Nutznießer“ dieser Epoche sei der sozialistische Mensch, den auszeichne, „gebildet, stark, fröhlich und charakterfest“ zu sein. Er „dirigiere grandiose Maschinen, lenke Weltraumschiffe, steuere Atomkraftwerke und ernte von trächtigen Äckern“, die „den Überfluß des nahen Kommunismus ahnen lassen.“ Schaut man im Frühjahr 1959 in die Spalten des Neuen Deutschland, fällt die zunehmend hymnische Diktion bei der Propagierung des Siebenjahrplanes³⁹ als einer neuen Zeit ins Auge. Im schnellen Wechsel verschiedenster Tagungen, Konferenzen und Zusammenkünfte wurde immer wieder, ausgehend von knappen Situationsbestimmungen, das Grundmuster der Zukunftsperspektiven durchgespielt. Als beispielhaft kann die einführende Passage aus dem Referat Walter Ulbrichts vor Schriftstellern, Brigaden der sozialistischen Arbeit und Kulturschaffenden in Bitterfeld im Mai 1959 gelten: „Es ist kein Zufall, daß sich hier in Bitterfeld, im Zentrum der chemischen Industrie, des Industriezweiges, der für die Erfüllung des Siebenjahrplanes entscheidend ist, die Brigaden der sozialistischen Arbeit und die Gemeinschaften der sozialistischen Arbeit entwickelt haben. Die Mitglieder der Brigaden, die täglich in den Produktionsbetrieben ihre Kraft und ihre Fähigkeiten für die Durchsetzung des Chemieprogramms und unseres Siebenjahrplanes einsetzen, entwickeln sich zu den fortschrittlichsten Menschen, zum Typ des sozialistischen Arbeiters. Sie stehen an den Maschinen, sie beherrschen die komplizierten Prozesse der Produktion, sie bilden sich ständig fachlich weiter, sie lesen, ihre Lektüre sind Fachbücher und in immer höherem Maße auch schöngeistige Literatur. Die Mitglieder der Brigaden der sozialistischen Arbeit erwerben sich nicht nur hohe Fachkenntnisse, sondern haben begonnen, die Höhen der Kultur zu erstürmen. Aus dem Arbeiter, der im kapitalistischen Deutschland nur ein Objekt der reaktionären Kulturpolitik der herrschenden Klasse war, dem mit geringen Ausnahmen die kulturellen Güter der Nation bis vor kaum einhalb Jahrhunderten verschlossen waren, die Schätze der Weltliteratur vorenthalten wurden, wird immer mehr ein Mensch, der schöpferisch an der Weiterentwicklung unseres gesamten Lebens Anteil nimmt.“⁴⁰

Der hier entworfene Idealtyp des neuen Arbeiters, der zunehmend auch komplizierte Produktionsabläufe zu beherrschen versteht, „schöpferisch“ agiert und darüber hinaus – in Aufnahme des berühmten Stalinwortes – die „Höhen der Kultur“ erstürmt, liegen immer wieder geführte Diskussionen zugrunde, was es denn nun konkret heiße, sozialistisch zu leben. Nicht untypisch ist die Berichterstattung unter der Überschrift „Ihr seid das neue Jahrhundert“ über eine Zusammenkunft sowjetischer Arbeiter mit Vertretern sozialistischer Brigaden in der DDR. Abermals offenbart sich – wie schon in der oben zitierten Rede Walter Ulbrichts – noch eine Distanz zu Leitungs-



*Zukunftsvision: Aus Kindern werden Leute
Quelle: Neues Deutschland, Silvesterausgabe 1959*

Zukunftsvisionen

Es liegt in der Natur der Sache, daß die Bestandsaufnahme eng mit den Visionen der zukünftigen Zeit³⁷ verknüpft ist. Das Jahr 1959 erweist sich als dabei ergiebig in der Umschau nach diesen qualitativ neuen Propagandaelementen, wie sie z. B. auch im Leitartikel des ND vom 15. Februar eingewoben sind.³⁸ „Hell und klar“ liege „das sozialistische Morgen“ vor den

schaft hineinwirken sollten. Am bekanntesten wurden dabei „Flora und Jolanthe“, jene Kuh und jenes Schwein, die in Presse, Funk und Fernsehen Wege der Erhöhung der landwirtschaftlichen Produktion wiesen. Hier lag ein spektakulärer Höhepunkt sicherlich in dem Brief, den Walter Ulbricht an beide richtete.³⁴ Der Erste Sekretär des Zentralkomitees der SED verlieh durch seine zustimmenden Bemerkungen zu kritischen Berichten von Flora und Jolanthe dieser Propaganda die besondere Autorität; und die zahlreichen Berichte im letzten Quartal 1959 aus ihrer Feder belegen denn auch, daß hier erfolversprechende propagandistische Wege zur Beschleunigung des Entwicklungstempos gesehen wurden. Und so ist auch die Bilanz 1959 voller Selbstbewußtsein, atmen die rückschauenden Betrachtungen auf das zu Ende gehende Jahr uneingeschränkte Zuversicht: „Erfolge 1959 geben Optimismus für 1960“ hieß die zentrale Überschrift der Silvesterausgabe. Beschworen wurden dabei im Kern zwei Momente: die wirtschaftlichen Erfolge der DDR und aller sozialistischen Staaten – voran die Sowjetunion mit ihren Leistungen in der Raumfahrt – und die erzielte Ergebnisse bei der Minderung internationaler Spannungen. „Wie hat die Welt des Sozialismus das entscheidende Gewicht genutzt, das ihr anno 1959 in der internationalen Politik zukommt?“, fragte der Leitartikel der Zeitung. Und antwortete mit Blick in die internationale Arena: „... indem sie nicht nur für eine Million Menschen, die in den sozialistischen Ländern leben, sondern für Hundert Millionen darüber hinaus die Lebensbedingungen fühlbar verbessert hat. Sie hat es genutzt für die tatkräftige Unterstützung des Befreiungskampfes der ehemals oder heute noch unterdrückten und abhängigen Völker. Sie hat es genutzt für einen grandiosen Fortschritt von Wissenschaft und Technik, der seinen Ausdruck in kühnen Schritten auf dem Wege zur Erschließung des Kosmos fand. Sie hat es genutzt, den kalten Krieg zurückzudrängen und der Entspannung voranzuhelfen.“³⁵

Alle Gesichtspunkte der inneren Entwicklung flossen zusammen in die Aufforderung, stolz dem Jahr 1960 zuzuprosten: „Wir haben das erste Jahr unseres großen Siebenjahrplanes erfolgreich abgeschlossen. Stoßen wir an auf noch größere Erfolge im zweiten Jahr! Stoßen wir an auf den Sieg des Sozialismus! ... Stoßen wir an auf den Sieg der DDR im friedlichen Wettbewerb mit Westdeutschland! Wir haben ein Jahr hinter uns, in dem sich die Vernunft in der Welt durchzusetzen begann. Wir wollen alle Kraft einsetzen, damit die Wende zum ewigen Frieden vollendet wird. Stoßen wir an auf den Sieg des Friedens in Deutschland und in der ganzen Welt!“³⁶

Bier, noch reden wir der Abstinenz das Wort. Aber man muß unseren Genossen schon rechtgeben, wenn sie diese Art ‚Heldentum‘ nicht preisen. ... Gewiß haben die Genossen auch recht, wenn sie sagen, daß ein solcher Mensch zunächst kein idealer Kandidat für die sozialistische Brigade ist. Aber wird dieser Jugendfreund nicht auch einmal im Sozialismus leben? Zweifellos wird er das! Demzufolge wird er sich auch in allen Situationen wie ein Sozialist verhalten und begreifen lernen müssen, daß sich ein Held unserer Zeit nicht durch übertriebenes Bechern hoher Mengen Alkohol, sondern durch gute Taten und Leistungen für die Menschheit auszeichnet.“

Schließlich thematisierte der Beitrag auch die familiäre Sphäre. Geschildert wurde die Situation einer jungen Arbeiterin, deren erst zweijährige Ehe zerrütet sei: „Ihr Mann betrügt sie und teilt zu Hause bisweilen mehr Prügel als Geld und gute Worte aus.“ Natürlich, hieß es weiter, gehöre diese Frau nicht zu den Besten im Betrieb. Sie klage vielmehr, ihre Kolleginnen hätten sich, statt ihr zu helfen, lediglich über ihre Situation amüsiert. „Nun ist es aber gerade der Vorzug der sozialistischen Ordnung“, argumentierte das ND hierzu, „und der sich gerade in ihr erst voll entfaltenden wahrhaft menschlichen Beziehungen, daß der einzelne mit seinen Sorgen und Problemen nicht mehr sich allein überlassen bleibt, sondern die ganze Gesellschaft ihm wie eine große Familie mit Rat und Tat zur Seite steht.“²⁹

Mit solchen Beispielen konstruktiver Kritik, aber auch harmonisierender Ausmalung zukünftiger Zeiten wurde versucht, die ehrgeizige Zielstellung des Siebenjahrplanes anhand von Fakten aufzuweisen und pädagogisch zu vermitteln. So titelte das ND vom 1. Oktober anlässlich seiner Beratung durch die Volkskammer: „Der Siebenjahrplan ist der Weg zu Frieden, Wohlstand, Glück“³⁰ und erläuterte: „Durch den Aufbau des Sozialismus schafft sich das Volk alles, was es vom Leben erwartet.“³¹ Die Verabschiedung am nächsten Tag wurde am gleichen Ort mit der Bemerkung gefeiert, man strebe einem „herrlichen Ziel“ entgegen.³² Das resümierte das ND mit den Worten: „Wissenschaftlich-technischer Höchststand, neue große Betriebe, fruchtbare Felder, von modernen Maschinen bestellt, helle wohnliche Städte – glückliche Menschen: das ist der Ausblick, der sich vor unserer Republik auftut.“

In den verbleibenden Monaten des Jahres 1959 wurde der schier grenzenlos scheinende Optimismus in die Fähigkeit, alle bestehenden Probleme schnell zu lösen und die zukünftigen hochgesteckten Ziele auch tatsächlich zu erreichen, nicht mehr getrübt. Die Feiern zum 10. Jahrestag der DDR standen ganz im Zeichen der soeben beschlossenen Aufgaben und atmeten die Gewißheit des baldigen Triumphes.³³

Um Tempo und Effizienz noch zu erhöhen, wurde weitere, neue Propagandakampagnen realisiert, die in die unterschiedlichsten Bereiche der Gesell-

den Mailosungen des Proletariats wurden Sowjetsterne, und aus den Sowjetsternen die ersten künstlichen Erdtrabanten und der erste künstliche Sonnenplanet. Das sozialistische Gesellschaftssystem, das bereits auf einem großen Teil unseres Planeten Ordnung geschaffen hat, kann genost zur Fahrt nach anderen Sternen rüsten. Und wir sind dabei, wir Arbeiter, Bauern, Angehörige der Intelligenz und der Mittelschichten der Deutschen Demokratischen Republik ... 1959 bestimmt der gesetzmäßige Vormarsch des Sozialismus in der DDR die Entwicklung in Deutschland.²⁶

Fällt also als herausragendes Charakteristikum der Propaganda zunächst die ständige Verknüpfung einer weitreichenden Perspektive mit möglichst präzisen Aufgabenstellungen in allen Bereichen der Gesellschaft ins Auge, tritt im Verlauf des Jahres 1959 spürbar das Bemühen hinzu, auch außerhalb der Produktionssphäre den Schritt in eine neue Qualität zu gehen. Die Propagierung des Bitterfelder Weges, dessen Beratung sich das ND ausführlich widmete,²⁷ begleitete zusehends ein pädagogisches Programm, das auf die Sphäre des Lebens im Arbeitskollektiv, in der Hansgemeinschaft und in der Familie zielte.

Über jene Probleme, die der Durchsetzung einer sozialistischen Lebensform entgegenstanden, konnte der Leser des ND häufiger und ausführlicher ein Bild gewinnen. Beispielhaft soll das an dieser Stelle an einer ausführlichen Reportage aus dem VEB Veritas Wittenberge gezeigt werden. Neben den Erfolgen, die seit den Initiativen zur Gründung von Brigaden der sozialistischen Arbeit erzielt worden seien, berichteten Parteifunktionäre auch offen über Schwierigkeiten und Hindernisse. Es sei mit vorbildlichem Verhalten allein nicht getan: „Saßen drüben an der Fensterreihe während der Arbeitszeit Kollegen auf der Bank und baumelten mit den Beinen, haben wir Genossen nicht geschwiegen: ‚Wie ist’s, Westdeutschland wollen wir überholen? Ihr möchtet doch auf allen Gebieten besser leben als die drüben? Das heißt aber Zeit gewinnen! Wozu verbaumelt ihr diese kostbare Zeit mit den Beinen?‘ Ein andermal fragten wir: ‚Habt ihr die Zeitung gelesen? Chruschtschow sagt, daß in wenigen Jahren Kriege vollständig ausgeschlossen sind, wenn die sozialistischen Länder mehr als 50 Prozent der Industrieproduktion der Welt bringen. Wollt ihr nicht ein bißchen mithelfen, daß dieser Termin noch vorverlegt wird?‘“²⁸

Läßt sich die propagandistische Aufforderung zur verbesserten Arbeitsmoral hier noch ganz allgemein aus den diagnostizierten Defiziten ablesen, visierten zwei weitere Erörterungen spezielle Probleme an. Über einen jungen Arbeiter, dessen Alkoholpegel mehrfach in der Woche mit „acht Harten, sechs Pfefferminz und fünfzehn Pils“ beschrieben wurde, machte sich das ND die folgenden Gedanken: „Wir mißgönnen unserem Jugendfreund weder das

der Exposition des sowjetischen Pavillons, er sehe eine „überzeugende Demonstration der ökonomischen Stärke der UdSSR und der Realität der auf dem XXI. Parteitag beschlossenen Ziele des Siebenjahrplanes“. Angesichts des ausgestellten fernöstlichen „großen Sprungs“ hob Hermann Matern hervor, daß man jetzt verstehen könne, daß „die Amerikaner solche Angst vor der stürmischen industriellen Entwicklung der chinesischen Volksrepublik“ hätten. Und der Plankommissionschef Erich Apel sekundierte, es gebe keinen Zweifel, daß „das von der Kommunistischen Partei Chinas gesteckte Ziel, Großbritannien einzuholen und zu überholen, erreicht wird.“²²

Die Propaganda beließ es nicht bei verbalen Ankündigungen des Sieges in der anstehenden Auseinandersetzung. Aufgeschlüsselt auf die einzelnen Branchen wiesen Partei- und Staatsführung dem Bereich die im Kern gleiche Aufgabe zu, jetzt dieses Überholen einzuleiten. Beispielhaft soll hier das Bauwesen betrachtet werden. Die im Mai 1959 tagende 3. Baukonferenz des Zentralkomitees und des Ministeriums für Bauwesen beschloß, während des Siebenjahrplanzeitraums 764.000 Wohnungen neu zu errichten bzw. um- oder auszubauen. Damit würde, argumentierte Walter Ulbricht, „in historisch kürzester Frist“ erstmalig in einem Teil Deutschlands die seit Jahrhunderten bestehende Wohnungsnot beseitigt. Bereits heute, unterstrich er, seien die Wohnverhältnisse in der DDR „besser als in Westdeutschland“. Ziel sei jetzt, „Westdeutschland bis 1961 nicht nur im Pro-Kopf-Verbrauch der Bevölkerung wesentlich (zu) übertreffen, sondern im Verlaufe des Siebenjahrplanes in allen wichtigen Zweigen das Weltniveau (zu) erreichen und es auf einigen wichtigen Gebieten mit(zu)bestimmen. Im Zusammenhang mit dieser Perspektive bitte ich Sie, den Plan der Entwicklung des Bauwesens zu gestalten.“²³ Im Verlaufe des Frühjahrs formierten sich unter diesen Voraussetzungen die auf den 10. Jahrestag der DDR zielenden Wettbewerbskampagnen. Am 20. Mai erschien als Aufmacher der Ruf des VEB „7. Oktober“ in Berlin: „10 Tage für die Republik“. Der Aufruf zielte auf einen zu erreichenden Planvorsprung von 10 Tagen bis zum Republikgeburtstag und artikulierte eine besondere Berliner Note mit der abschließenden Losung:

„Es brunnit der Bär: Seid helle,
rückt Strauß mit Taten auf die Pelle!“²⁴

In der Folgezeit nahmen Meldungen wie diese: „Die Werktätigen des VEB Tadellos wollen bis zum 5. Juni ohne Planschulden sein, von da ab jeden Monat einen Tag Planvorsprung erzielen und für 350.000 DM über den Plan produzieren ...“²⁵ einen festen Platz im ND ein.

Charakteristisch ist bei alledem, daß diese Propaganda, gleichgültig in welchem Bereich der Gesellschaft angesiedelt, stets in dieselben Zukunftsperspektiven mündete. Etwa resümierte der Leitartikel zum 1. Mai 1959: „Ja, aus

friedliebendem, demokratischem Staat“.¹³

Folgerichtig konzentrierte sich auch die noch im Januar desselben Jahres abgehaltene 4. Tagung des ZK der SED auf den „Weg zur Erhöhung der materiellen und kulturellen Lebensbedingungen des Volkes“.¹⁴ Inspiriert durch die Rede Nikita Chruschtschows während des XXI. Parteitages der KPdSU¹⁵ und den im Zuge seiner Beratungen beschlossenen Siebenjahrplan gewann der von hier ausgehende Planungszeitraum eine nahezu magische Bedeutung.¹⁶ Chruschtschow hatte während der Beratungen dieses Parteitages die zukünftigen Hauptaufgaben dahingehend definiert, daß das Erreichen des „höchsten Lebensstandards der Welt“ in relativ kurzer Frist möglich sein werde. Sowohl in absolutem Produktionsumfang wie im Pro-Kopf-Verbrauch wolle die Sowjetunion die USA binnen zwölf Jahren übertreffen.¹⁷ Der Sieg des Kommunismus in der UdSSR wie auch in den anderen sozialistischen Staaten wurde folgerichtig im 1961 verabschiedeten Parteiprogramm für die siebziger Jahre in Aussicht gestellt.¹⁸

Allein schon mit der Übernahme dieses Planungszeitraumes (faktisch wurde zu seinen Gunsten der zweite Fünfjahrplan der DDR, der für die Zeit von 1956 bis 1960 erarbeitet worden war, abgebrochen) war ein mehr als deutliches Zeichen für die nun beginnende Phase durchgängig paralleler Kommentierungen zur wirtschaftlichen Entwicklung in der DDR und in der UdSSR gesetzt. So verzeichnete die Industrieproduktion im Lande im Monat Januar 1959 gegenüber demselben Monat des Vorjahres ein Wachstum von 11,6 Prozent, was als Beweis gewertet wurde, daß die gesellschaftliche Ordnung des Sozialismus „die bessere“ sei.¹⁹ Als die Sowjetunion in ihrer Bilanz über denselben Zuwachs – im Vergleich der beiden ersten Quartale – ebenfalls eine elfprozentige Steigerung vermeldete, fand dies eine noch überschwenglichere Ausmalung. Schon ein Prozent allein, argumentierte das ND, wiege so schwer „wie etwa zehntausend Millionen Rubel zusätzlicher Produktion“. Die Folgerung lautete: „... wenn man heute in der Sowjetunion so gern vom Morgen und dem Jahre 1965 spricht, so deshalb, weil schon heute das Leben unvergleichlich leichter und reicher geworden ist, so daß die Verwirklichung des Siebenjahrplanes und der Sieg im friedlichen ökonomischen Wettbewerb mit dem Kapitalismus ein Leben in ungeteiltem Glück und dauerhaftem Frieden bedeuten.“²⁰

Die Gewißheit vom baldigen Überholen der westlichen Welt prägte von nun an jede Kommentierung wirtschaftlicher Entwicklungen. Als etwa der „bedeutsamste Schauplatz des friedlichen Warenaustausches zwischen den Staaten beider Weltmächte“²¹, die Leipziger Messe, im Frühjahr 1959 öffnete, versäumte kein namhafter Politiker der DDR, auf diesen Sachverhalt hinzuweisen. Volkskammerpräsident Johannes Dieckmann unterstrich angesichts

**„Deckt alle mit den Tisch der Republik“
Regie und Dramaturgie des DDR-Dezenniums am
7. Oktober 1959**

„Für des Volkes Frieden, Wohlstand, Glück! Deckt alle mit den Tisch der Republik!“, diese Losung beherrschte seit Anfang 1959 Plakate, Spruchbänder und Hauswände überall in der DDR. In Reden und Aufrufen, in „Reportagen aus der Arbeitswelt“, in Gedichten und Liedern wurde ein Bild vom DDR-Volk gezeichnet, das sich selbst mit seiner fleißigen Hände Arbeit den Geburtstagstisch zu einem ganz besonderen Jubiläum decken sollte: Zum zehnten Gründungstag der DDR am 7. Oktober 1959.

Die DDR schien 1959 geradezu in einen Geburtstagstaumel zu verfallen. Das erst im letzten Quartal anstehende Republikjubiläum warf hier nicht nur einfach seine Schatten voraus, wie das Jubiläen im persönlichen oder vergleichbare im kollektiven Leben in aller Regel zu tun pflegen. Dieses Ereignis strukturierte vielmehr den Ablauf des gesamten Jahres 1959. Es war der Fokus, auf den hin das gesellschaftliche Leben im eigentlichen Wortsinne „planmäßig“ ausgerichtet wurde.

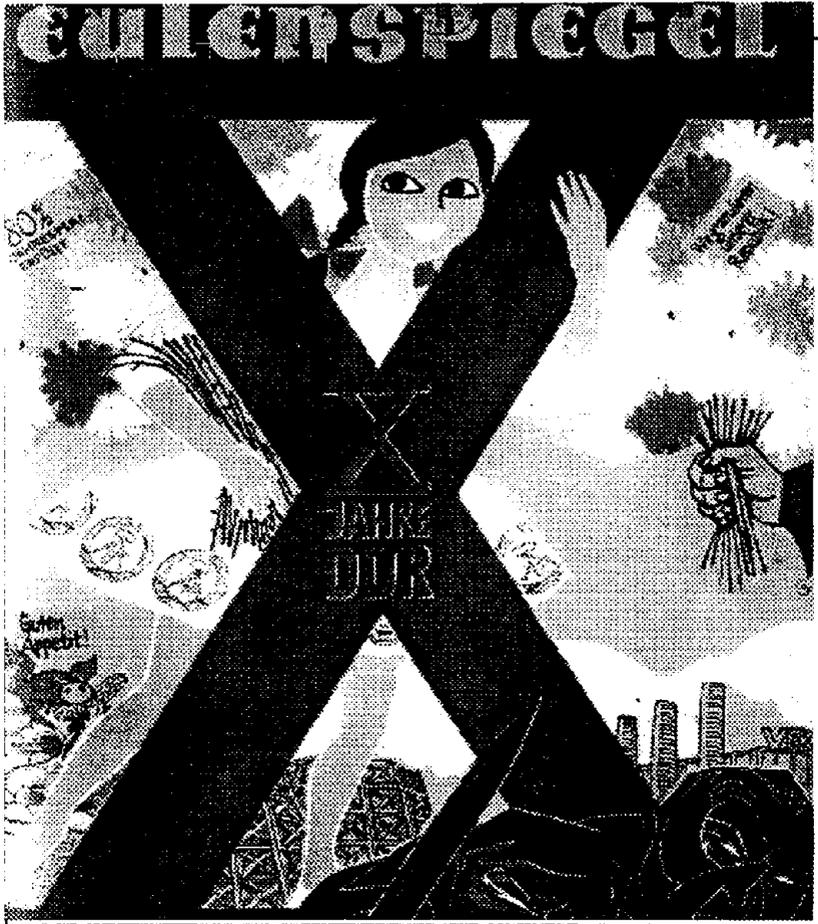
Das „andere Deutschland“ westlich der Elbe, dessen Geburtstag sich nahezu gleichzeitig zum zehnten Male jährte, ließ solche Jubiläumseuphorie fast ganz vermissen und kommentierte genüßlich das lautstarke Gekläne seines östlichen Nachbarn. Im Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vom 3. September 1959 heißt es: „Seit Monaten bereits ist der Pankower Propagandaapparat zu einem nicht geringen Teil auf die Vorbereitung des zehnten Jahrestages der Gründung der sogenannten DDR ausgerichtet, den man am 7. Oktober festlich zu begehen beabsichtigt. Da die mitteldeutsche Bevölkerung von sich aus bekanntlich keinen zwingenden Anlaß sieht, das hinter ihr liegende Dezennium einer Unrechts- und Gewalt Herrschaft in einem Reigen rauschender Feste zu feiern, muß die Jubiläumstimmung künstlich erzeugt und den offensichtlich immer noch nicht zur Erkenntnis ihres sozialistischen Glücks gelangten Menschen nachdrücklich klargemacht werden, was alles in den verflöhenen Jahren an Fortschritt, Wohlstand und Errungenschaften aus dem unerschöpflichen SED-Füllhorn über sie ausgestreut worden ist.“¹

Die amtlichen Schreiber hielten statt dessen den zehnten Jahrestag der Währungsreform von 1948 für würdig, erwähnt zu werden und bezogen sich damit ganz authentisch auf einen zentralen Gründungsaspekt der Bundesrepublik.²

Die DDR dagegen hob tatsächlich mit großem Pathos die Besonderheit des 7. Oktober 1959 innerhalb des bis dato absolvierten Geburtstagskalendariums hervor: Für sie war das erstmals kein gewöhnlicher Jahrestag, sondern es war das Datum, an dem man nun schon auf ein Dezennium eigenstaatlicher Existenz verweisen konnte. Den propagandistischen und handfest-materiellen Anfeindungen des Westens sowie der Distanz und Skepsis eines Teils seiner Bürger zum Trotz hatte dieser Staat die magische Zehn-Jahres-Marke beim Hürdensprint in die Zukunft erreicht. Dieser zehnte Geburtstag bedeutete damit nicht nur ein Jahr mehr in der Reihe der bis dahin absolvierten Jahrestage. Er markierte vielmehr den Punkt, an dem ein bestimmtes Quantum Zeit – zehn Jahre – in eine neue Qualität, in soziale Zeit – im Selbstverständnis der DDR gar in „Weltgeschichte“ – umschlug.³ Mit diesem Jubiläum trat die DDR – nach eigenem Selbstverständnis – in die Ahnengalerie des „welt-historischen Prozesses“. Ab jetzt *hatte* sie nicht nur eine Geschichte, sie *war selbst* Geschichte, war „würdiger Bestandteil des jahrhundertelangen Kampfes des edelsten Teils der Menschheit um eine sozial gerechtere Gesellschaft“. In seinem „Aufruf des Präsidenten zum 10. Jahrestag“ verwies Wilhelm Pieck darauf, daß die DDR Erbe des Vermächnisses von Bebel, Liebknecht, Luxemburg, Mehring und Thälmann sei und daß „unser geschichtsbildendes Ringen nach 1945“ in dieser Tradition stehe. „Mit Stolz und Freude“, so fährt er fort, „erfüllt uns das Gedeihen dieser ersten wahrhaften Demokratie in der deutschen Geschichte, die beispielhaft für das künftige einheitliche Deutschland ist. Diese Demokratie ist Hort und Heimat aller friedliebenden Deutschen, weil sie das imperialistische Giftgewächs mit seinen militaristischen und faschistischen Ablegern für alle Zeiten entfernte. Diese Demokratie ist das seit hundert Jahren ersehnte und erkämpfte Vaterland aller deutschen Sozialisten.“⁴

Auch die Äußerungen der übrigen Repräsentanten der DDR in den Medien und auf der zentralen Festveranstaltung am 7. Oktober sowie die im Auftrage der SED-Führung aus Anlaß des bevorstehenden Jahrestages verfaßten Thesen zur Geschichte, Gegenwart und Zukunft der DDR⁵ atmeten ganz dieses Selbstverständnis eines ehrenvollen und moralisch-schwerwiegenden historischen Auftrages und historischer Größe, das Heinz Bude – in Anlehnung an Hayden White – ein „tragisches“ nennt.⁶ Die Propagandisten, die „Magier“

des Festes, planten also nicht weniger, als im Schein der Fackeln, im Pathos der Ansprachen und im Blitzen der Feuerwerke die zischende Verwandlung von bloßem Dasein in „Geschichte“ vor den Augen ihrer Bürger und der ganzen Welt zu zelebrieren.



Fröhliche junge DDR feiert Geburtstag – „Bonner Ultras“ ärgern sich!
Quelle: Eulenspiegel-Titelblatt, Nr. 40, 1959

Der folgende Text will den Leser nicht an die Orte des Spektakulums am 7. Oktober 1959 selbst führen. Der Versuch, die unmittelbare Festtagsatmosphäre rekonstruieren zu wollen, würde sich ohnehin schwierig gestalten, da als Quelle für ein solches Unterfangen bislang lediglich die euphorischen Berichterstattungen in den DDR-Medien und die überwiegend im Jargon des Kalten Krieges gehaltenen Äußerungen der bundesdeutschen Presse zur Verfügung stünden. Lebensgeschichtliche Erinnerungen wären für ein solches Vorhaben – auch eingedenk aller Problematik ihrer Nutzung als Quelle⁷ – unverzichtbar, stehen aber noch kaum zur Verfügung.⁸ Deshalb versucht der folgende Text, zentrale organisatorische und dramaturgische Überlegungen der Regisseure dieses politischen Großereignisses transparent zu machen, um eine Vorstellung von Stellenwert und Dimension dieses Jahrestages innerhalb der DDR-Liturgie zu vermitteln.

Die Regisseure

Selbstverständlich nahm die Führung der SED die Regie eines für die politische Präsentation des jungen Staates nach innen und nach außen so wichtigen Ereignisses selbst in die Hand. Schon ein Jahr zuvor erging an alle gesellschaftlichen Organisationen die Direktive, Vorschläge zur Gestaltung des Jubiläums zu unterbreiten. Daß diese Weisung die erwarteten Folgen zeitigte, belegt ein Dokument aus der Feder des Präsidiums der „Gesellschaft zur Verbreitung wissenschaftlicher Kenntnisse“, datiert vom 26. November 1958. In diesem Schreiben entwickelt das Gremium ein ganzes Bündel von Ideen: Herausgabe von Büchern, Dokumentarfilmen und Diaserien bis hin zu Rededispositionen für Vorträge zum Thema „Zehnter Jahrestag der DDR“.⁹

Aber die Partei erwartete nicht nur Anregungen, sie band auch stantliche Instanzen, politische und gesellschaftliche Organisationen in die organisatorische und inhaltliche Vorbereitung des Jubiläums ein. In einer Sitzung am 20. Januar 1959 legte das höchste Führungsgremium der Partei, das Politbüro des Zentralkomitees der SED, hinsichtlich der Organisation des Jahrestages die Verantwortlichkeiten fest: In einer gemeinsamen Sitzung des Präsidiums des Ministerrates und des Präsidiums des „Nationalrates des Nationalen Front des demokratischen Deutschlands“ sollten die grundsätzlichen Fragen der Vorbereitung und Durchführung des zehnten Jahrestages beraten und die entsprechenden Beschlüsse gefaßt werden. Das Präsidium des Ministerrates wurde angewiesen, gemeinsam mit dem Präsidium des Nationalrates eine Kommission zu bilden, deren Aufgabe es sei, „die Arbeit der Organe des Staats- und Wirtschaftsapparates auf die Lösung der Hauptfragen zu orientieren und die

Detailpläne zur Vorbereitung und Durchführung des 10. Jahrestages zu beschließen“. Durch diese Regierungskommission sollte „eine Arbeitsgruppe gebildet (werden), die unter Hinzuziehung von Wissenschaftlern mit der Ausarbeitung der Thesen beauftragt wird.“¹⁰

Das illustriert, welch immenser Organisationsapparat geschaffen und in Bewegung gesetzt wurde, um diesen Staatsfeiertag zu inszenieren. Die nach dem oben vorgestellten Beschluß gebildete Zentrale Regierungskommission hatte in allen unteren Struktureinheiten des Staates ihre Entsprechung: Auch in den Bezirken, Kreisen, Städten und Gemeinden gab es Kommissionen mit gleicher Zusammensetzung aus Vertretern der jeweiligen staatlichen Leitungsebene sowie der Nationalen Front und den in ihr vertretenen Parteien und Massenorganisationen. Die Leiter der zentralen und örtlichen Organe der staatlichen Verwaltung wurden „verpflichtet, die Gemeinsame Kommission und ihre Arbeitsgruppen in ihrer Tätigkeit zu unterstützen“, und dem Vorsitzenden der Kommission wurde das Recht zugebilligt, „den Leitern der zentralen und örtlichen Verwaltung im Rahmen der Verbreitung und Durchführung des 10. Jahrestages der Gründung der Deutschen Demokratischen Republik Weisungen zu erteilen“.¹¹

Bei allem ließ die SED-Führung keinen Zweifel darüber aufkommen, wer innerhalb dieses Apparates zur Jubiläumsvorbereitung allein weisungsberechtigt war: Anläßlich eines Arbeitsberichts der Zentralen Regierungskommission vor dem Politbüro der SED am 14. Juli 1959 wurde im Beschlußprotokoll ausdrücklich vermerkt, daß diese nur Koordinierungsaufgaben habe: „Sie hat kein Recht, Anweisungen nach unten zu geben. Alle mit dem 10. Jahrestag im Zusammenhang stehenden grundlegenden Fragen sind dem Politbüro bzw. Sekretariat zur Behandlung und Entscheidung vorzulegen. Anweisungen an die Parteileitungen über Fragen, die mit dem Jahrestag in Verbindung stehen, erfolgen durch den 1. Sekretär des ZK. bei untergeordneten Fragen durch die zuständige Abteilung. Anweisungen im Staatsapparat erfolgen durch den Ministerpräsidenten, bei Teilfragen durch den zuständigen Minister. Alle Agitationsmaterialien sind vor Fertigstellung der Agitationskommission beim Politbüro zur Bestätigung vorzulegen und dürfen erst dann herausgegeben werden.“¹²

Solch unmißverständliche Kompetenzenklärung schien der Parteiführung dringend notwendig. Offensichtlich hatte die Kommission gewähnt, sie habe neben der ihr übertragenen Verantwortung auch noch genügend Spielraum zu kreativer Eigenleistung bei der Realisierung der zu lösenden Aufgaben. So weit reichte allerdings das Vertrauen der Parteiführung in Sachverstand und politisches Verantwortungsbewußtsein ihrer Mitbürger nicht. Sie behielt sich nicht nur die Kontrolle, sondern gleich die ganze Definitionsmacht für Inhalte

und Umsetzungsformen der Fei ergestaltung vor. Wie alle Herrschenden vor ihr sah auch die SED den tieferen Sinn des bevorstehenden Staatsfestes in einer möglichst würdig inszenierten „affirmativen Übertöhung der bestehenden Ordnung“ und wünsche – trotz aller Euphorie – keinen „ormensprengenden Exzeß“.¹³ Damit wurde jedes Teilstück, jedes Partikel der Inszenierung zum Politikum. Eine kleine Episode am Rande illustriert das:

Wie zu allen Staatsfeiertagen entwarf die Abteilung Agitation und Propaganda des Zentralkomitees der SED auch für den zehnten Jahrestag Losungen, die die Festtagsdekorateure in den Bezirken, Kreisen, Städten und Gemeinden zur Ausgestaltung der Festorte und Demonstrationzüge nutzen sollten. Aus irgendeinem Grunde – vielleicht in Hochstimmung ob des bevorstehenden historischen Moments der Erlangung geschichtlicher Würden und im Bestreben, neue, der erfreulichen Tatsache angemessenere Formen propagandistischer Äußerung zu finden¹⁴, beschränkten sich die beauftragten Propagandasekretäre der Abteilung nicht auf die Kreierung „seriöser“ Sprüche. Sie ließen ihrer Phantasie freien Lauf und reimten überraschend locker:

„Unser zehnter Jahrestag
ist für Bonn ein harter Schlag!

Nur mit Taten nicht mit Worten
schlagen wir Adenauer und Konsorten!

Laßt den Rias blöde leiern,
wir lieben die Republik und werden feiern!

Tatkraft, Schwung und Fröhlichkeit
sind das Einmaleins der Zeit!

Mag sich Erhard beim Teufel beschweren,
wir schaffen den Plan – der Republik zu Ehren!

Pfeif auf 'ne Entfettungskur,
treibe Sport wie Täve Schur!

Kultur nimmt nicht beim Schnapsglas ihren Lauf,
im Gegenteil, dort hört sie auf!“

Im Erläuterungstext zu diesem Vorschlag hieß es, die gereimten Losungen sollten „... zusammen mit Karikaturen in einem Sonderdruck den Kreisleitungen der Partei zugestellt werden, um Anregungen für die Auflockerung der Festveranstaltungen und Demonstrationen zu geben.“¹⁵

Welche Miene die Mitglieder des Sekretariats des Zentralkomitees bei der Lektüre des Vorschlags ihrer Agitationsabteilung aufsetzten, ist nicht überliefert. Aber schon die Diktion des zu dieser Angelegenheit gefaßten Beschlusses läßt kaum auf Schmunzeln schließen: In einer Sekretariatsitzung im Juli wurde unmißverständlich angeordnet: „Die Agitationskommission wird beauftragt, neue Losungen zum 10. Jahrestag auszuarbeiten und sie in der nächsten Sitzung des Sekretariats des ZK, am 9.9.1959, vorzulegen. Die gereimten Losungen werden nicht bestätigt. Solche Losungen sind nicht herauszugeben.“¹⁶

Die von der Parteiführung statt dessen bestätigten Sprüche waren zwar seriöser, allerdings auch recht farblos: „Gruß allen Bürgern zum Festtag der Deutschen Demokratischen Republik! Gruß den Erbauern des ersten deutschen Friedensstaates!“ – „Arbeiter, Neuerer, Aktivisten! Euch gilt der Dank des deutschen Volkes! Mit Eurem Beispiel habt ihr Millionen Menschen zu neuen Taten für die Sache des Sozialismus begeistert!“ – „Eure Taten für den Sozialismus führen zum Sieg des hundertjährigen Kampfes der deutschen Arbeiterbewegung.“¹⁷

Die hier ausgewählten Losungen bestätigen exemplarisch die Einsicht, wonach das bevorstehende Ereignis des zehnten Republikgeburtstages im Verständnis der Parteiführung – ganz in der Tradition alter sozialdemokratischer, besonders aber kommunistischer Auffassung von politischer Festkultur und -rhetorik – in erster Linie Anlaß zu ernsthafter Äußerung mit dem Ziel der politischen Erziehung der Volksmassen und der Entwicklung sozialistischen staatsbürgerlichen Bewußtseins war.¹⁸ Zuviel heitere Gelassenheit schien ihr wohl trotz eigener felsenfester Überzeugung von der welthistorischen Überlegenheit des Sozialismus¹⁹ noch nicht angebracht. Dabei hatten sich die „Dichter“ der gereimten Sprüche eigentlich nur an die Aufforderung gehalten, „eine breite und ideenreiche Massenpropaganda“ zu entfalten, die im Vorfeld der Ereignisse direkt an die Adresse der Propagandisten ging.²⁰

Die Dramaturgie

Unmittelbar mit Beginn des Jahres 1959 sollte nach dem zentralen Plan-dokument der Abteilung Agitation und Propaganda beim Zentralkomitee der

SEDein propagandistischer Marathonlauf zum Thema „Zehnter Jahrestag der DDR“ starten, der keinen Bereich der Gesellschaft aussparte. Im „Beschluß über die Vorbereitung des 10. Jahrestages der Gründung der Deutschen Demokratischen Republik“ ist die politische Grundintention der Regisseure erkennbar: „Das Ziel der politisch – ideologischen Arbeit besteht darin, das sozialistische Bewußtsein der Bevölkerung zu heben und eine Massenbewegung ins Leben zu rufen, die sich von Monat zu Monat steigert. Diese Bewegung muß das Bewußtsein fördern, daß die DDR der rechtmäßige deutsche Staat ist, den zu stärken eine nationale Pflicht ist, um den Frieden in Deutschland zu sichern. Dieser rechtmäßige deutsche Staat beweist schon heute seine politisch-moralische Überlegenheit und wird durch die Bewegung der Massen auch seine gesetzmäßige ökonomische Überlegenheit über das militaristische Westdeutschland beweisen.

Die Vorbereitungen und die Feierlichkeiten sollen gleichzeitig eine internationale Repräsentation der Stärke des ersten deutschen Arbeiter- und Bauernstaates sein, sollen seine internationale Rolle als Friedensstaat und im Kampf gegen den westdeutschen Imperialismus zeigen.“²¹

Diese Präambel skizziert knapp aber eindringlich sowohl das damalige Selbstverständnis des Staates DDR als auch das Feindbild aus der Sicht der Führung der herrschenden Partei: Die DDR ist der historisch-moralisch überlegene, rechtmäßige deutsche Friedensstaat, der gesetzmäßig und in kürzester Frist auch die ökonomische Überlegenheit über den Feind, den imperialistischen westdeutschen Teilstaat erlangen wird.

Zugleich wird die Zielstellung der Dezenniovorbereitung klar herausgehoben: Das Ereignis „Zehnter Jahrestag der DDR“ sollte dazu genutzt werden, die Identifikation der Bevölkerung mit diesem Selbstbild zu befördern und auch der Weltöffentlichkeit einen selbstbewußten, prosperierenden jungen Staat zu präsentieren.²²

Den Kern des zentralen Planes bildete eine detaillierte Auflistung aller Vorhaben zur propagandistischen Einstimmung des Volkes der DDR auf den 7. Oktober 1959: Vom Kindergartenkind bis zum Rentner im Altersheim, von der Haus- und Dorfgemeinschaft über die Betriebskollektive bis zu den politischen Organisationen wollte die Parteiführung alle in die Festagsvorbereitung einbezogen und dem bedeutenden Anlaß entsprechend emotional motiviert wissen. „Für des Volkes Wohlstand, Frieden, Glück decken wir den Tisch der Republik“ war die Hauptlosung, die den Kampagne-Reigen zum Jahrestag anführen sollte.²³ Das geplante Themenspektrum der Jahrestagskampagnen reichte vom Aufruf zum sozialistischen Produktionswettbewerb zur Stärkung der ökonomischen Basis der DDR, über den für den Kulturbere-

reich zäsurbildenden „Bitterfelder Weg“ und seine 1959 begründete Bewegung „Greif zur Feder Kumpel“, von der man sich massenhafte literarische Reflexionen über den lebenswerten sozialistischen Alltag versprach, bis hin zu Schülerwettbewerben um gute Noten zu Ehren des Republikgeburtstages.²⁴ Für jede soziale Schicht der Bevölkerung, ja beinahe für jeden Berufsstand, gab es spezifische Anforderungen:

Die Arbeiter sollten nach den Vorstellungen der Feiertagsplaner im Zentralkomitee eine Masseninitiative zur Erfüllung der ökonomischen Hauptaufgabe in der gesamten Industrie der DDR ins Leben rufen. „Im Mittelpunkt dieser Wettbewerbsbewegung steht die Erfüllung und Übererfüllung des Volkswirtschaftsplanes in allen Teilen, bei bester Qualität der Erzeugnisse...“, hieß es im Plan der Parteiführung. Es gehe um die „Erreichung des wissenschaftlich-technischen Höchststandes in Forschung und Produktion“ und um „die Erhöhung der politischen, technischen und kulturellen Bildung der Werktätigen“.²⁵ Die Erfahrungen der besten Brigaden und Gemeinschaften in diesem Wettbewerb sollten stärker als bislang popularisiert werden, und als besonderer moralischer und materieller Anreiz legte die Parteiführung fest: „Zum 10. Jahrestag der Gründung der Deutschen Demokratischen Republik ist der Titel ‚Brigade der sozialistischen Arbeit‘ bzw. ‚Gemeinschaft der sozialistischen Arbeit‘ erstmalig zu verleihen.“ Der „Kampf um den Titel ‚Kollektiv der sozialistischen Arbeit‘“ wurde zum festen Ritual im Arbeitsalltag der DDR. Er blieb seit dieser Zeit bis zu ihrem Ende 1989 Bestandteil der Versuche zur moralischen und materiellen Stimulierung hoher Arbeitsleistungen.

Im Zuge der Jahrestagsinitiativen wollte man jedoch nicht nur den staatlichen Sektor der Wirtschaft mobilisieren. Die Bezirkshandwerkskammern und die Industrie- und Handelskammern wurden beauftragt, spezielle Wettbewerbskampagnen zu organisieren, die den genossenschaftlichen, halbstaatlichen und privaten Mittelstand in diese Massenbewegung zur Produktivitätssteigerung einband. Daß das ein besonders delikates Vorhaben war, hatte die Parteiführung durchaus im Blick: „Die Lösung dieser Aufgabe setzt eine beharrliche und differenzierte politische Überzeugungsarbeit in den Ausschüssen der Nationalen Front mit den Angehörigen des Mittelstandes voraus“, hieß es im Plan.²⁶ An die Adresse der Bauern erging der Appell, zu Ehren des zehnten Jahrestages in einen „Wettbewerb um das schönste Dorf“ zu treten. Um jegliche Mißverständnisse bei der Umsetzung dieser Weisung zu vermeiden, wurde im Beschluß festgehalten, was genau sich ‚die Genossen in Berlin‘ darunter vorstellten:

„Das schöne Dorf ist dadurch gekennzeichnet, daß

- die sozialistische Umgestaltung der Landwirtschaft weiter voranschreitet;
- die Erträge auf dem Feld und im Stall – vor allem die Marktproduktion – weiter steigen und die Volkswirtschaftspläne erfüllt werden;
- ein reges gesellschaftliches und kulturelles Leben Einzug hält und sich das gesamte äußere Dorfbild ständig verschönt.“²⁷

Man wurde in diesen Instruktionen sehr konkret: Zur Verschönerung des Dorfbildes gehöre, so meinte die Parteiführung, die Instandsetzung von Straßen, Fußwegen und Grünanlagen, Häusern, Zäunen und Vorgärten, die Anlage von Sportstätten und die „Beseitigung von Schrott- und Müllecken und anderer Schandflecke“.²⁸

Dem Zentralrat der FDJ empfahl die Parteiführung, die Initiative der Jugend auf solche volkswirtschaftlich wichtigen Aufgaben wie die Kultivierung der „Wische“ und der „Friedländer großen Wiese“ zu lenken. Diese Vorhaben, bei denen mittels großflächiger Trockenlegung von Sumpfland Neuland gewonnen werden sollte, wurden tatsächlich zu *Jugendobjekten* im Rahmen der *volkswirtschaftlichen Masseninitiative*.

Daß auf die Jüngsten Verlaß ist, davon war die Parteiführung überzeugt: „Die Jungen Pioniere werden ihren Pionierauftrag bis zum 10. Jahrestag der Gründung der Republik weiterhin mit guten Noten in der Schule und noch mehr nützlichen Taten für unseren sozialistischen Aufbau erfüllen.“²⁹

Natürlich bekamen die Medien klare Instruktionen: Die Parteiführung verlangte einen zentral abgestimmten Presseplan zur Koordinierung der Arbeit der Zeitungen und Zeitschriften der DDR zum Jahrestag. Die Verantwortlichen für Rundfunk- und Fernsehen wurden angewiesen, „das gesamte Programm ... auf den 10. Jahrestag ...abzustimmen“ und im Interesse der nötigen Festigung des staatsbürgerlichen Bewußtseins besonderes Augenmerk auf die Sendereihe „Du und Dein Staat“ zu legen.³⁰

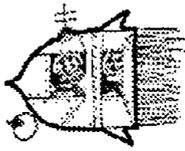
Der Plan zur Jahrestagsvorbereitung sah aber nicht nur vor, daß das Volk aus Anlaß des großen Ereignisses nur fleißig arbeiten sollte oder in den häuslichen Sesseln sitzend medial beschallt wurde. Die Bürger sollten sich auch selbst zu den von der Partei organisierten Schauplätzen der Selbstinszenierung begeben: Unter dem Titel „Zehn Jahre DDR“ waren Ausstellungen zur Geschichte, Gegenwart und Zukunft der DDR in Berlin sowie weitere in den Bezirksstädten geplant, die dem Volk der DDR das bislang Erreichte eindrucksvoll nahebringen und sein staatsbürgerliches Bewußtsein stärken sollten. Das DEFA-Studio für Dokumentarfilme bekam den Auftrag, einen „abendfüllenden Farbfilm über die DDR“ herzustellen, der nach den Vorstellungen der Jahrestagsplaner „am 6. Oktober 1959 im Rahmen der Veranstal-

- AUSSTELLUNG - 10 JAHRE DDR -

Genau. Teig!

Hier gibt's was Gutes

zu hören,
zu sehen,
zu essen,
zu trinken.



ZUR MONDRAKETE

Wohl bekannt's!

- AUSSTELLUNG - 10 JAHRE DDR -

Eine Geburtstagsüberraschung
auch unsere



GETRÄNKE

Perspektive, Gin-Orancio	0,90
Aufbau, Weißwein, Ei, Spitzer Curacao, Rum, Muskat	1,50
Soldatentreffe, Zitronen-Glück, Wodka, Rum, Kirsche	1,50
Erfolg, Weinbrand, Eigelb, Saft einer halben Zitrone, Seltens	1,75
Völkerfreundschaft, Whisky, Curacao, Orangensaft, Orange	2,05
Mondrakete, Gin, Cherry, Vermouth, Kirsche	2,10
Mondlandung, Rum, Vanille, Soda	1,15
Geburtstags-Flip, Rotwein, Ei, Schuß Weinbrand, Zucker, Muskat	2,00
Meißner-Peking, Weißwein, Sirup, Ananas auf Eis	1,50
Kaffee - eine Sause, aber OHO!	0,75

Die üblichen Getränke
können Sie selbstständig auch bestellen.

„... deckt alle mit den Tisch der Republik!“
Speisekarte des Restaurants der zentralen Ausstellung zum 10. Jahrestag in Berlin
Quelle: Privatsammlung Ilse Bornitz, Berlin

tungen in 200 verschiedenen Städten und Gemeinden der DDR zugleich“ aufgeführt werden sollte.³¹ Ihr hauseigenes *Institut für Marxismus-Leninismus* und die *Akademie für Staats- und Rechtswissenschaften* beauftragte die Parteiführung mit der Ausarbeitung einer Festschrift zum Dezanium; der Minister für Kultur war laut Planung dafür verantwortlich, daß „ein repräsentativer Bildband (erschien), der die sozialistischen Errungenschaften, aber auch die landschaftliche Schönheit der Deutschen Demokratischen Republik“ zeigt.³²

Die wohl kurioseste, an die uralte Tradition des Sängerkettens erinnernde³³ Festlegung im Plan der Parteiführung zur langfristigen Vorbereitung des Jahrestages betraf die Kunst. Allen Ernstes forderte man Schriftsteller, Komponisten, Dichter und Grafiker auf, sich in die große Massenbewegung zum Republikjubiläum einzureihen und einen Wettbewerb um „das beste Werk auf ihren Gebieten“ zu organisieren. Und damit die künstlerische Intelligenz nicht zu weit vom Volksempfinden abhob, gab die Parteiführung dem Verband Deutscher Komponisten und Musikwissenschaftler und dem Deutschen Schriftstellerverband die Stilrichtung an, auf die man sich konzentrieren sollte: Volkslieder sollten geschaffen werden, und zwar „nach dem Vorbild solcher Massenlieder wie ‚Im August blühen die Rosen‘ oder ‚Blaue Fahnen nach Berlin‘“.³⁴

Als Statisten des Dezaniumsspektakels wollte man internationale Prominenz gewinnen. Damit sollte die Reputation der DDR gebührend betont werden, auch um der regen Gegenpropaganda der Bundesregierung Paroli zu bieten:³⁵ Neben den üblichen protokolllarischen Gepflogenheiten der Einladung an zahlreiche Länder zur Entsendung von Delegationen zu den Feierlichkeiten sowie der Akkreditierung von Journalisten, die über die Feierlichkeiten berichten sollten, finden sich in der Planung auch die Namen von international anerkannten Persönlichkeiten, die man zum Fest zu laden beabsichtigte: Paul Robeson, Jean Gabin, Gerard Philippe und der berühmte sowjetische Clown Oleg Popow standen auf der Wunschliste.³⁶

Ein Teil des Plans war den propagandistischen Auslandsaktivitäten zum Jahrestag gewidmet. Die Formate reichten auch hier von Ausstellungen in verschiedenen Ländern zur Geschichte der DDR, über ein Angebot von Dokumentarfilmen und Büchern bis hin zum Vorschlag der Verleihung der Ehrendoktorwürde an international bekannte Wissenschaftler.³⁷

Den krönenden Abschluß des fast ganzjährigen „Hinlebens“ auf das Ereignis sollte nicht nur ein Feiertag, wie sonst bei Staatsfeierlichkeiten üblich, sondern gleich eine ganze *Festwoche* bilden.³⁸

Sie würde allerorten in der Republik vom 4. bis zum 10. Oktober stattfinden.

den. Laut Beschluß waren in „diesem Zeitraum Festveranstaltungen in Städten, Gemeinden und Betrieben durchzuführen“. Dabei sollten nicht nur Gedenkrede zu Ehren des Jahrestages gehalten, sondern vor allem auch verdienstvolle Bürger der DDR für ihre Leistungen beim erfolgreichen Aufbau des Staates ideell und materiell gewürdigt werden. Für den 6. Oktober, den Vorabend des Jahrestages, plante man „Fackelzüge mit anschließenden Kundgebungen“. Der eigentlichen Höhepunkt sollte eine Demonstration der Werktätigen auf dem Marx-Engels-Platz in Berlin sein, an der die „50 besten Brigaden aus Industrie und Landwirtschaft“ teilnehmen durften. Die örtlichen Verwaltungen wurden angewiesen, in ihren Verantwortungsbereichen „große Volksfeste, Kultur- und Sportveranstaltungen“ als lockere Umrahmung des ernstesten Teils der Festgestaltung zu organisieren.³⁹

Das hier vorgestellte Ablaufschema der Festdramaturgie mit monatelanger propagandistischer Vorlaufphase in Gestalt verschiedenster Kampagnen zur Steigerung der ökonomischen Leistungskraft, des kulturellen Niveaus und des staatsbürgerlichen Bewußtseins, einer ganzen Festwoche, bestehend aus dem bekannten, tradierten Kernritual proletarischer Festkultur mit Fackelzug, Kundgebung und Demonstration und einem bunten Teil lockerer Volksfestumrahmung hob sich bewußt ab von der bisherigen Festtagspraxis, etwa dem Ritual zum 1. Mai. Dieses monumentale Szenario wurde zum Markenzeichen aller folgenden Dezennienfeiern. Die Festpolitiker in der Parteiführung der SED fanden damit auch für die formale Gestaltung der Feierlichkeiten eine Metapher, um das Besondere dieses Jahrestages 1959 zu unterstreichen: Mit der Inszenierung einer ganzen Woche des Feierns wurde die Dimension „Zeit“ regelrecht als Regieelement genutzt. Die endlich vorzeigbare, nun schon fast stichtlich zu nennende Lebenszeit des Staates DDR sollte nicht nur in den Festreden und -liedern besungen werden. Ihr sollte eine ebenbürtige, stichtliche Zeit des Feierns entsprechen. Die Form der Festwoche wurde so zum überdimensionalen Zeichen für den Zugriff des Gemeinwesens DDR auf eine neue Kategorie: Geschichte.

Kommunikationsereignis Dezennienfeier

Am 7. Oktober 1959 strömten „die Belegschaften der Betriebe, die Berliner mit Kind und Kegel zum Marx-Engels-Platz.“ An keinem Hause habe der Fahnen schmuck gefehlt, und um 15 Uhr hätte die Kundgebung der 300 000 begonnen, die die Gäste aus 75 Ländern der Erde mit stürmischem Beifall begrüßten: „...immer wieder klang aus ungezählten Stimmen der Ruf: Lang lebe unsere Republik und ihr erster Präsident Wilhelm Pieck!“ So schilderte

einer der zahlreichen Korrespondenten die Feierlichkeiten zum Republikjubiläum in der Hauptstadt Berlin: „Als der 1. Stellvertreter des Vorsitzenden des Ministerrates, Walter Ulbricht, an die Rednertribüne trat, wurde er mit Ovationen empfangen.“ Von 6 000 Brieftauben, die am Schluß der Kundgebung „die Grüße des Friedens und der Völkerfreundschaft in alle Welt“ trugen, war die Rede, von einem „großen Volksfest“ im Zentrum der Stadt, Unter den Linden, wo sich Menschenmassen an dreizehn Freilichtbühnen drängten und durch ihren „fröhlichen Beifall erkennen (ließen), daß der Geschmack des Berliner Publikums getroffen wurde.“⁴⁰ In allen Bezirkshauptstädten, in Kreisen und Gemeinden boten sich ähnliche Bilder glanzvoller Vorstellungen und Volksfeste, ganz wie es der Plan der Parteiführung verfügt hatte.



Die Riesen-Geburtstagsorte für den „Tisch der Republik“.

Quelle: Bundesarchiv Koblenz

Im Jahre 1959 löste eine solche gigantische Inszenierung bei der Bevölkerung eher Zustimmung und Anteilnahme als Abwehr und Befremden aus. Das persönliche Erlebnis der DDR-Realität, die Mentalität und die ästhetischen Vorstellungen der Ostdeutschen waren offensichtlich mit Aufwand und Pathos der politischen Festkultur noch in Übereinstimmung zu bringen. Die euphorischen Berichte in den Medien der DDR und ihrer sozialistischen Nachbarländer widerspiegeln damals durchaus die Realität des Festgeschlechts. Eine vorwiegend „anritualistische Gestimmtheit“ der DDR-Gesellschaft, wie sie D. Kraa für die achtziger Jahre feststellt, scheint für die fünfziger noch nicht zutreffend.⁴¹ Die inszenierte Manifestation des Enthusiasmus der *siegreichen Erbauer des Sozialismus* war 1959 nicht nur Ausdruck der Sicht der Parteiführung auf die Zeichen der Zeit, wie das Bundespresseamt meinte⁴², sondern entsprach wohl auch dem Zeitverständnis einer größeren Anzahl der DDR-Bürger.

Für die weniger politisch Interessierten gab es vor allem einen wichtigen Grund für relative Zufriedenheit mit dem in zehn Jahren Existenz der DDR Erreichten: der nun doch schon ganz annehmbare Stand materieller und vor allem sozialer Sicherheit, dessen wichtigste Vergleichsebene ja noch immer das Kriegserlebnis war.⁴³ Am Ende der fünfziger Jahre konnte die DDR wirtschaftliche und innenpolitische Konsolidierungstendenzen vorweisen. Die ökonomische Entwicklung hatte einen günstigen Verlauf genommen, und die Produktionsfortschritte konnten sich nun spürbar auf die Versorgungslage der Bevölkerung auswirken: Im Mai 1958 wurden endlich auch in der DDR die Lebensmittelkarten abgeschafft. Die Flüchtlingszahlen sanken im Jahr 1959 auf das seit der Staatsgründung 1949 niedrigste Niveau.⁴⁴

Die Hochstimmung der politisch Überzeugten ergab sich vor allem aus der Annahme, daß mit dieser Entwicklung das Ziel ihrer politischen Anstrengungen, der Sozialismus, nun in greifbare Nähe gerückt sei. Im Juli 1958 hatte der V. Parteitag der SED beschlossen, „während der nächsten Jahre die sozialistischen Produktionsverhältnisse in der DDR zum Siege zu führen und die Übergangsperiode vom Kapitalismus zum Sozialismus abzuschließen.“ Das sollte den Anbruch eines qualitativ neuen Abschnitts innerhalb der Entwicklung der DDR-Gesellschaft signalisieren. Für diese neue Entwicklungsetappe bestimmte der Parteitag die Losung „Der Sozialismus siegt!“⁴⁵

Die von der Parteiführung im Rahmen der Jahrestagsplanung zwar per „Verpflichtungswesen“ bestellen, aber doch von einem hohen Maß an innerer Anteilnahme der „Dichter“ zeugenden *Oden an die DDR* weisen in ihren Texten genau auf diesen Grund für die emotionale Aufgeladenheit.

„Nun sieh mal an, was aus uns so geworden ist“, lautet der Titel eines nach

der Planvorstellung der Parteiführung zum zehnten Republikgeburtstag entstandenen „Volksliedes“, das diese Geschichte im Zeitraffer noch einmal ganz stolz ins Gedächtnis ruft:

„Als unser Staat vor längerer Zeit im Babykörbchen schrie,
da stand ihm die Vergangenheit noch lebhaft vis-a-vis.
Und manche alte Tante fand:
„Dies Kind wird nie gedeih'n!“
Jedoch der Onkel Wanja stand als Pate für ihn ein.

Die Windeln waren damals knapp, es gab kein Kindergeld.
Wir sparten's uns vom Munde ab, da lächelte die Welt.
Die ersten Hosen abgeschabt, es pfiß hindurch der Wind.
Jedoch bald sprach die Welt: „Ihr habt ein sehr gesundes Kind!“

Nun steht der Junge männlich da, weiß, was er will und soll.
Sogar die Dame USA nimmt ihn jetzt schon für voll.
Zwar schenkt uns unser Vetterlein vom Rhein noch keinen Blick,
doch der Wind wird auch bald netter sein,
der kommt auf uns zurück!

Nun sieh mal an, was aus uns so geworden ist
mit viel Arbeit und ein ganz klein wenig Glück.
Ja, – aus Kindern werden Leute,
und das Morgen wächst schon heute,
denn die Welt drehte sich noch nie zurück.“⁴⁶

Heutemuten solche, damals als „positive Satire“ in der Tradition der Agit-Prop-Kultur verstandenen, lyrisch-euphorischen Kreationen schon etwas eigenartig an. 1959 trafen sie aber wahrscheinlich sowohl ästhetisch als auch politisch durchaus noch die mentale Grundbefindlichkeit einer großen Zahl der DDR-Bürger.⁴⁷ Die Verheißung einer egalitären Gesellschaft mit Frieden, Arbeit, Brot und Wohnung für alle war nach der schmerzhaften, noch nicht verbläuten persönlichen Erfahrung von Krieg und gesellschaftlichem Zusammenbruch für viele Menschen anziehend und schien jetzt unmittelbar auf dem Wege der Realisierung.⁴⁸ Die Ennfünfziger standen noch ganz im Zeichen des Aufbruchs in eine neue Zeit, in ein sozialistisches Deutschland, der „spezifischen DDR-Variante des deutschen Wirtschaftswunders“.⁴⁹

Es gab also für wesentlich mehr DDR-Bürger als nur für die politische Führungsschicht triftige Gründe, zum neunundfünfziger Jahrestag feiernd und

selbstbewußt das Erreichte zu betrachten, den zurückgelegten Weg zu resümieren und den Blick in die Zukunft zu richten.

Obwohl die Inszenierung dieses Nationalfestes ganz in der Tradition einer langen proletarischen Festkultur mit den ihr eigenen kommunikativen Zielstellungen und Wirkungen⁵⁰ stand, waren die Dezennienfeiern besondere Kommunikationsereignisse. Der beschriebene Gigantismus der gewählten Form – ein ganzes Jahr mentaler Vorbereitung und eine ganze Woche eigentlicher Festakt – resultierte aus dem Gegenstand, den zu kommunizieren Zielstellung der Feierlichkeiten sein sollte: Der Plan der Parteiführung sah ja nicht weniger vor, als mit Hilfe dieser fast einjährigen Massenbewegung zur Jahrestagsvorbereitung das Bewußtsein von der „gesetzmäßigen ökonomischen und politisch-moralischen Überlegenheit des rechtmäßigen deutschen Staates“ DDR zu befördern.⁵¹ Ein so außerordentlich komplexer Anspruch wie die Ausprägung „sozialistischen Bewußtseins“ – das Ideologie, Moralcodex (die zehn Gebote der sozialistischen Moral und Ethik!), Geschichtsbild und Zukunftsvision umfaßte, bedeutete nicht weniger als das ehrgeizige Vorhaben, den „Neuen Menschen“ zu schaffen und ihn in die Verantwortung zu nehmen für die Erschaffung der „Neuen Welt“. Solch Anspruch war nur mittels komplexer und gigantischer Formen und Methoden zu kommunizieren. Die Dezennienfeiern boten dafür besondere Möglichkeiten: Im Zehnjahresrhythmus konnte in größerem Stil und mit mehr Pathos als etwa zum jährlichen Staatsfest des 1. Mai Geschichte vermittelt und Rechenschaft über das gemeinsam Erreichte abgelegt werden. Die zeitlich schwer faßbare Zukunftsvision des Sozialismus wurde anläßlich der runden Jahrestage gleichsam mit dem Objektiv ‚Dezennium‘ herangeholt. Mit Blick auf Vergangenheit und Zukunft ließ sich so der Aufbau der neuen Gesellschaft in überschaubaren Etappen vor Augen führen. Das kognitive Zeitraster der Dezennien beschrieb eine lineare Ablauffigur, die im Überblick sowohl die Sicherheit der Vergangenheit wie die Gewißheit der Zukunft eindrucksvoll ins kollektive Gedächtnis einschreiben sollte. Das System der Dezennien symbolisierte damit gleichsam den postulierten wissenschaftlich begründeten, rationalen Zugriff auf die Ressourcen von Raum und Zeit. Insofern kollektive Zeitkonnotationen normiert werden sollten, produzierten die Dezennienfeiern also virtuelle Zeithorizonte.⁵²

Die bewußte und offen verkündete legitimatorische Zielstellung der Zehnjahresfeiern wurde von den Regierten durchaus er- und lange auch anerkannt. Die Geschichte der Dezennienfeiern zeigt, daß bestimmte Ideologeme nicht nur als Botschaften vorgeschrieben, sondern auch ins kollektive Bewußtsein eingeschrieben wurden.⁵³

Monika Gibas

- 1 Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Nr.161, Bonn, den 3. September 1959, S.1611.
- 2 Das gesplaltene Deutschland. Leben in Deutschland 1945 bis 1990. Texte und Dokumente, Ch. Kleßmann/G. Wagner (Hrsg.), München 1993, S.157.
- 3 Th. Luckmann, Gelebte Zeiten – Und deren Überschneidungen im Tages- und Lebenslauf, in: R.Herzog/R. Koselleck (Hrsg.), Epochenschwelle und Epochenbewußtsein, München 1987, S. 294f; Siehe zum Problem Zeitverständnis auch den Beitrag von Rainer Gries in diesem Band.
- 4 Es lebe und blühe unsere Deutsche Demokratische Republik! Aufruf des Präsidenten zum 10. Jahrestag, in: Neues Deutschland vom 7. Oktober 1959, S.1.
- 5 Die Deutsche Demokratische Republik – Staat des Friedens und des Sozialismus. Rede des Ministerpräsidenten Otto Grotewohl auf der Festveranstaltung zum 10. Jahrestag der DDR, in: Ebenda, S.3; Thesen zum zehnten Jahrestag der Gründung der DDR. Beschluß des Politbüros des ZK der SED vom 3. August 1959, in: Dokumente der SED, Band VII, Berlin 1961, S. 699ff.
- 6 H. Bude, Das Ende einer tragischen Gesellschaft, in: H. Jonas/M. Kohli (Hrsg.), Der Zusammenbruch der DDR, Frankfurt a.M. 1993, S.267ff.
- 7 Siehe dazu: L. Niethammer, Erfahrungen und Strukturen. Prolegomena zu einer Geschichte der Gesellschaft der DDR, in: Sozialgeschichte der DDR, hrsg. von H. Kaeble u.a., Stuttgart 1994, S.97f.
- 8 In Zusammenarbeit mit den MitarbeiterInnen des DFG-Projektes Propagandageschichte Freiburg & Leipzig ist in Vorbereitung: R. Gries/M. Gibas/V. Illgen (Hrsg.), Dramaturgie der Dezentennien. Die „Geburtstage der Republik“ 1949 bis 1989, erscheint 1995; weitere Aspekte werden in unseren Beiträgen diskutiert: M. Gibas/R. Gries, Dramaturgie der Dezentennien. Die Geburtstage der Republik in Leipzig, in: Katrin Keller (Hrsg.), Feste und Feiern im Wandel städtischer Festkultur in Leipzig, Leipzig 1994; und dies., „Vorschlag für den Ersten Mai: die Führung zieht am Volk vorbei“. Zur politischen Straßenkultur der DDR, in: Bernd Lindner (Hrsg.), „Für ein offenes Land mit freien Menschen“, Der Herbst '89, seine Vorgeschichte und Wirkung; Orte-Biographien-Ereignisse. Begleitbuch zur gleichnamigen Ausstellung, Leipzig 1994.
- 9 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.02/4, Abteilung Propaganda beim Zentralkomitee der SED.
- 10 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/2/628.
- 11 Ebenda, IV 2/9.03/2.
- 12 Ebenda, J IV 2/2/658.
- 13 Feste. Erscheinungs- und Ausdrucksformen. Hintergründe, Rezeption, Hrsg. R. Beilharz/G. Frank, Weinheim 1991, S.7.
- 14 Siehe zu diesem Aspekt den Beitrag von Dirk Schindelbeck in diesem Band.
- 15 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR beim Bundesarchiv, IV 2/9.02/16.
- 16 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR beim Bundesarchiv, J IV 2/3/655.
- 17 Ebenda. Veröffentlicht u.a.in: Neues Deutschland vom 18. September 1959.
- 18 Zu diesen Traditionen siehe: P. Cardorff, Was gibt's denn da zu feiern? Linke Festlichkeiten von den Anfängen der Arbeiterbewegung bis heute, Wien 1983.
- 19 Siehe dazu den Beitrag von Gerald Diesener in diesem Band.
- 20 Beschluß des Sekretariats des ZK der SED vom 20. August 1958, in: Dokumente der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands, Bd.VII, Berlin 1961, S.341. Siehe zum Einsatz lyrischer Stilelemente in der deutschen Propaganda Ost und West im Jahre 1959 den Beitrag von Dirk Schindelbeck in diesem Band.

DDR-Dezennium 7. Oktober 1959

- 21 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv.
IV 2/9.03/2.
- 22 Zum offiziellen Selbst- und Feindbild der DDR 1959 siehe den Beitrag von Gerald Diesener in diesem Band. Übrigens war das Feindbild der DDR 1959 geradezu das Pendant zum Feindbild der Bundesrepublik, deren Hauptgegner die Kommunisten im eigenen Land und die DDR waren. Siehe dazu: J. Seifert, Politisch und juristisch bekämpft. Kommunisten waren das Feindbild der jungen Bundesrepublik, in: Unsere Medien – unsere Republik. Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Heft 3: 1961: Getrennte Lebenswege, Marl 1992, S.5ff.
- 23 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv.
IV 2/9.03/2.
- 24 Siehe dazu: H. Hanke/G. Rossow, Sozialistische Kulturrevolution. Berlin 1979; W. Emmerich, Kleine Kulturgeschichte der DDR, Darmstadt 1981, S.87; G. Rüter, „Greif zur Feder Kumpel“, Schriftsteller, Literatur und Politik in der DDR 1945-1990. Düsseldorf 1992, S.86ff.
- 25 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv.
IV 2/9.03/2.
- 26 Ebenda.
- 27 Ebenda.
- 28 Ebenda. Der Einfallsreichtum der mit dieser Kampagne beauftragten Propagandisten bei der Wahl der Formen ihrer PR-Aktionen für diese Ziele wird im Beitrag von Dirk Schindelbeck skizziert. („Die Kuh als Werbeträger“!) Gerald Diesener verweist in seinem Beitrag auf das Figurenpaar „Flora und Jolanthe“, das auch eine tragende Rolle in diesem Part zu spielen hatte.
- 29 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv.
IV 2/9.03/2.
- 30 Ebenda.
- 31 Ebenda. Zur zentralen Ausstellung „Zehn Jahre DDR“ siehe den Beitrag von Rainer Gries in diesem Band.
- 32 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv.
IV 2/9.03/2.
- 33 Siehe dazu Dirk Schindelbeck in diesem Band.
- 34 Ebenda. Der DDR-Schriftsteller Eduard Claudius monierte diese leidige Praxis schon früh und bezeichnete sie als „Anwendung des Verpflichtungswesens auf die Literatur“. Zit. nach: W. Emmerich, Kleine Literaturgeschichte der DDR (Anm.24,S.97.)
- 35 Zu gezielten Anti-DDR-Aktionen der BRD im Jahre 1959 siehe: F. A. Buchwald, Kontrastprogramm. Die Berlin-Aktion des Bundespresseamtes von 1959, in: Unsere Medien – unsere Republik. Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Heft 3: 1961: Getrennte Lebenswege, Marl 1992, S. 24ff.
- 36 Stiftung Archiv der Parteien der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9.03/2.
- 37 Ebenda.
- 38 Ebenda.
- 39 Ebenda.
- 40 Brief aus Berlin, in: DDR+Revue, Heft 12/1959, S.IX-X.
- 41 D. Kraa, Sozialistische Rituale und kulturelle Überlagerung in der DDR, in: R. Voigt (Hrsg.), Symbole der Politik - Politik der Symbole, Opladen 1989, S.207.
- 42 Siehe Anm. 1.
- 43 Siehe dazu eine zeitgenössische Erhebung der infratest-GmbH Mißehen auf der Basis von Befragungen ostdeutscher Flüchtlings-Hausfrauen: Alltagsleben der sowjetzonalen Bevölkerung – Alltagsverhalten und politische Einflüsse, München 1959, S.85ff.
- 44 Ch. Kleßmann, Zwei Staaten, eine Nation. Deutsche Geschichte 1955 bis 1970, Bonn 1988,

- S.302ff; H. Weber, Die DDR 1945 bis 1986, München 1988, S.47; Geschichte der DDR, Hochschullehrerbuch, Berlin 1981, S.201; Zum Problem der sozialen Sicherheit als integratives, loyalitätssicherndes Element im Arrangement zwischen Bürgern und Staat der DDR siehe auch: G. Meyer, Sozialistischer Paternalismus in der Ära Honecker – Lebensweise zwischen sozialer Sicherheit und politischer Bevormundung, in: G. Riege/G. Meyer (Hrsg.), In der DDR leben. Interdisziplinäre Studien aus Jena und Thüringen, Jena 1991, S.75ff und K. Offe, Wohlstand, Nation, Republik. Aspekte des deutschen Sonderwegs vom Sozialismus zum Kapitalismus, in: Der Zusammenbruch der DDR, Frankfurt a.M., 1993, S.289.
- 45 Ebenda, S.199.
- 46 Lied, entstanden anlässlich des zehnten Jahrestages der Gründung der DDR, in: Lieder auf unserem Weg, Berlin 1988, S.121ff.
- 47 Dirk Schindelbeck weist in seinem Beitrag auf die damals generell günstigen Entstehungsbedingungen lyrisch-euphorischer Kommunikationskonzepte in Ost- und Westdeutschland hin. Ein Hinweis darauf, daß solche „Propagandalyrik“ tatsächlich zum Sedimentgestein des Unterbewußtseins bestimmter Generationen von DDR-Bürgern gehört, gibt das letztlich mehrfache und beinahe parallele Erinnern an das 1953 entstandene Lied der jungen Naturforscher „Die Heimat hat sich schön gemacht“. So wählte der Dresdener Schriftsteller Thomas Rosenlöcher die Liedzeile als Titel für seine „Erinnerung an die DDR“ (MDR-Kultur am 5.3.1994) und der DDR-Regisseur Lothar Baier leitete seinen „Geburtsbrief an Christoph Hein“ kürzlich ein: „Lieber Christoph, ‚Die Heimat hat sich schön gemacht‘...“ (in: Freitag vom 8. April 1994, S.9).
- 48 L. Niethammer spricht in diesem Zusammenhang sogar von einer „ganz anderen Zeiterfahrung“ in der DDR: „...der Krieg blieb ihr viel näher als den Westdeutschen; ihr Schicksal blieb mit ihm verkettet, überall konnte man seine Zeichen noch in den Stadtbildern ablesen, und seine Folgen ragten in viele Familien hinein, denen die Fürsorge für Kriegsoffer, -witwen und -waisen aufgebürdet worden war.“ In: ders., Erfahrungen und Strukturen (Anm.7), S.102.
- 49 A. von Plato, Unsere Medien? Fragen zum Verhältnis von Medien und Gesellschaft in der DDR, in: Unsere Medien – unsere Republik., Heft 1: Einführung zum Medienverbund, Marz 1991, S.24; Ina Merkel, ...und Du, Frau an der Werkbank. Die DDR in den 50er Jahren, Berlin 1990, S.142; L. Niethammer u.a., Die volkseigene Erfahrung. Eine Archäologie des Lebens in der Industrieprovinz der DDR. 30 biographische Eröffnungen, Berlin 1991, S.629/930. G. Meyer sieht bis in die 70er Jahre die Loyalität vieler Bürger zum „paternalistisch-autoritären Wohlfahrtsstaat“ vor allem basierend auf der sozialintegrativen Strategie der „Einheit von Wirtschafts- und Sozialpolitik“. Siehe Anm. 3, Gerd Meyer, S.75.
- 50 P. Cardorff, Was gibt's denn da zu feiern? (Anm. 19); M. Hofmann, Die ästhetischen Wirkpotenzen politischer Massenfeste bei der Gestaltung der entwickelten sozialistischen Gesellschaft. Ästhetische Untersuchungen zur Differenzierung interpersonaler Formen kultureller Massenarbeit, Diss. B. Karl-Marx-Universität Leipzig 1987; R. Rytlewski/B. Sauer, Die Ritualisierung des Jahres. Zur Phänomenologie der Feste und Feiern in der DDR, in: W. Luthardt/A. Waschkuhn (Hrsg.), Politik und Präsentation. Beiträge zur Theorie und zum Wandel politischer und sozialer Institutionen, Marburg 1988, S. 265ff.
- 51 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv, IV 2/9,03/2.
- 52 Siehe dazu den Beitrag von Rainer Gries in diesem Band.
- 53 Zum Problem der Legitimation siehe: S. Meuschel, Legitimation und Parteiherrschaft in der DDR, Frankfurt a. M. 1992.

„Wachsamkeit ist der Preis der Freiheit“ Wie die Bundesregierung 1959 ihren Bürgern die NATO nahebrachte

Ostersamstag, 4. April 1959: In Mainz hat sich Lauris Norstad, der NATO-Oberbefehlshaber eingefunden, um der größten und farbenprächtigsten Militärparade beizuwohnen, die es in der kurzen Geschichte der Bundesrepublik bis dahin gegeben hat. Mit seinem Erscheinen erweist der amerikanische Viersterne-General der Bedeutung des jüngsten¹, durch die exponierte Lage am ‚Eisernen Vorhang‘ aber wichtigsten, Partners seine Reverenz. Die Hymnen der beteiligten neun Nationen werden intoniert, schließlich beginnt der Vorbeimarsch von 5.000 Soldaten – vorneweg ein Fallschirmjägerbataillon der Bundeswehr zu den Klängen des Marsches „Alte Kameraden“. Tausende von Zuschauern, seit dem frühen Morgen um die besten Plätze bemüht, konsumieren brav „NATO-Brezeln“, beurteilen wohlwollend den disziplinierten Auftritt der jungen Bundeswehr, spenden den kanadischen Dudelsackpfeifern den größten Beifall und rufen allen Neu-Alliierten ein kräftiges Helau zu. Es herrscht Volksfeststimmung – fast wie am Rosenmontag, wie der Korrespondent der Frankfurter Allgemeinen notiert.²

Die Mainzer Veranstaltung war unter propagandistischen Gesichtspunkten jedoch nur das Sahnehäubchen einer seit 1955 laufenden Public-Relations-Kampagne der Bundesregierung. Der anspruchsvolle Impetus lautete auch 1959 unverändert, einer potentiell wehrunwilligen, gar wehrfeindlichen Bevölkerung³ den NATO-Beitritt, die Wiederaufrüstung und last but not least die atomare Bewaffnung der Bundeswehr als notwendige Investitionen einer gewinnbringenden Zukunftsoption, der Westintegration, peu à peu schmackhaft zu machen.

Am selben Tage, als in Mainz und in anderen Städten die Soldaten paradierten, erschien in den Tageszeitungen eine Anzeige des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (BPA). Unter dem Slogan „Wir sind nicht allein!“ wurde den Lesern die NATO als ein „Bündnis freier Völker zum Schutze freier Menschen“ empfohlen. Die Anzeige und sechs andere waren Hauptbestandteil einer eigens für das NATO-Jubiläum konzipierten Werbekampagne. Ihrer Analyse sowie der Darstellung der propagandistischen Tätigkeit des BPA im Bereich der „Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen“ soll dieser Beitrag dienen.

Schon in der Frühzeit des BPA hatte es nicht an Versuchen gefehlt, das zunächst karg ausgestattete und ohne ausreichendes Konzept operierende ‚Amt‘ zu einem ‚Informationsministerium‘ auszubauen, wie es der Plan des Staatssekretärs und eigentlichen PR-Chefs der Bundesregierung, Otto Lenz, 1953 vorsah. Allein, das Vorhaben, ein in den Augen der Zeitgenossen runderneuertes ‚Propagandaministerium‘ zu installieren, mußte sich selbst dekuvirieren.⁴

Als im Umfeld der Pariser Verträge und dem anstehenden NATO-Beitritt eine qualitative Veränderung der bis dahin eher marginal betriebenen ‚Wehraufklärung‘ zwingend erforderlich war, einigte sich die Dienststelle Blank (Vorläuferin des Verteidigungsministeriums) – deren Pressestab⁵ eigentlich im gleichen Teich wie das ‚Wehr‘referat fischte – mit dem BPA. In einer am 12. November 1954 signierten Vereinbarung wurde zu Protokoll gegeben: „Der Gedanke des Ausbaus des Pressereferats zu einer Presseabteilung innerhalb der Dienststelle Blank, welche umgehend auch Aufgaben der Bearbeitung und Weiterleitung von Grundlagenmaterial der Wehraufklärung durchzuführen hätte, wird übereinstimmend abgelehnt. Diese Aufgaben liegen eindeutig beim Bundespresseamt,...“⁶ Dem BPA wurde damit die Koordinierung und Durchführung der gesamten verteidigungspolitischen PR anvertraut⁷, dem Pressestab des zukünftigen Verteidigungsministeriums verblieben die Presseinformation über Truppenangelegenheiten und natürlich die Nachwuchswerbung. Leiter des neu eingerichteten Großreferates „Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen (ÖV)“ im BPA wurde Hanns Küffner, das ‚Wehr‘referat hingegen aufgelöst. Das Großreferat war keiner Abteilung des BPA angegliedert, sondern unterstand direkt Amtsleiter Felix von Eckardt⁸.

„Auch Du trägst Verantwortung“: Stationen der NATO-Werbung vor 1959

Eine der ersten PR-Aktionen bestand darin, in einer „Sonderaktion zur Unterrichtung der Bevölkerung über Ziele und Auswirkungen der Pariser Verträge“ die damit verbundenen Verpflichtungen wie Aufstellung einer Bundesarmee und den kommenden NATO-Beitritt zu propagieren. Das BPA bediente sich hierfür eines speziellen Instruments, welches schon im Bundestagswahlkampf 1953 von der CDU mit großem Erfolg eingesetzt worden war: der berühmten „Werbomobile“ von der Firma Mobilwerbung. Es handelte sich um unscheinbar wirkende Volkswagen-Busse, die, ausgerüstet mit Filmprojektoren und Lautsprechern, durch die Bundesrepublik zockelten und vor allem im ländlichen Raum die Bevölkerung mit Informationen ‚versorg-

ten'. Die Mannschaft jedes Werbebusses bestand aus einem Fahrer – zugleich Techniker und Filmvorführer – und einem eigens geschulten Redner, der nach der Filmvorführung Fragen beantworten oder Diskussionen anleiten sollte. Dem Vorführungs-Team fiel auch die Aufgabe zu, eine Rezipientenanalyse vorzunehmen, indem es über jeden Einsatzort und die dort geäußerten Bevölkerungsmeinungen genau Buch führte.⁹ Die Redner wurden von der „Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise (AdK)“¹⁰ gestellt, einem eingetragenen Verein des Adenauer-Intimus Hans Edgar Jahr¹¹ und seit seiner Gründung aus dem ominösen Reptilienfonds (Titel 300)¹² entlohnt. Die Wagen waren bei jedem Wetter einsetzbar – wenn es regnete, konnte der Filmprojektor ausgebaut werden, und die Filme wurden dann im Dorfgasthaus oder einem angemieteten Saal gezeigt. Auf die Arbeit der Mobilwerbung hieß man im BPA große Stücke, wie eine Stellungnahme von Referatsleiter Küffner verrät: Sie „ist eine Firma, die in der Bundesrepublik ohne Konkurrenz ist... Die Mobilwerbung ist vor mehreren Jahren (1952, v.l.) auf Initiative des damaligen Staatssekretärs Dr. Lenz gegründet worden; die Bundesregierung und der Bundesverband der Deutschen Industrie haben nicht unbeträchtliche Starthilfe geleistet. Meines Wissens ist der Bundesverband der Deutschen Industrie der Haupteigentümer der Firma... Auf dem Gebiet der Informationstätigkeit zu Gunsten der NATO und der Freiwilligenwerbung... sind die erzielten Erfolge zu einem nicht unerheblichen Teil das Ergebnis der Tätigkeit der Mobilwerbung.“¹³

Das rollende Inventar der Firma Mobilwerbung war aber nicht nur im wahrsten Sinne des Wortes Vehikel für die PR-Botschaften des ÖV-Referates: In dem Maße, in dem sich die Aktivitäten des BPA und seines Referates ausweiteten, expandierten auch die ‚Geschäfte‘ der Mobilwerbung. Zur Wahrnehmung der Aufgabenvielfalt und aus Verschleierungsgründen wurden von der Mobilwerbung daher spezielle Tochterfirmen gegründet: die ‚Deutsche Reportagefilm GmbH‘ etwa, die sich mit der Herstellung von Werbefilmen beschäftigte oder die Verleihfirma ‚Deutscher Filmdienst‘, das ‚Werbestudio 7 Reimugen‘ als Werbeagentur und schließlich auch der Verlag ‚Deutsche Korrespondenz GmbH‘, der dem Journalisten Erich Peter Neumann gehörte.¹⁴ In der ‚Frontstadt‘ Berlin kümmerte sich als eine Art Außenvertretung die ‚Gesellschaft für Ausstellungen KG‘ um die aufklärerischen Belange des BPA. Als Geschäftsführer der Mobilwerbung zeichnete der Werbeberater Peter Tinschmann. Insgesamt, soweit sich das Knäuel der Firmenverflechtungen noch entwirren läßt, arbeiteten mindestens 14 Subunternehmen der Mobilwerbung für das BPA.¹⁵ Brauchte sich das Amt in der Öffentlichkeit so schon nicht mehr als spiritus rector zu offenbaren – was sicherlich die Glaubwürdigkeit der Kampagnen erhöhte, wenn nicht her-

stellte –, umgab es sich zudem noch mit einer Reihe von Vereinen und Gesellschaften, die anstelle des BPA in Broschüren die Herausgeber oder auf Plakaten die Initiatoren mimten. Dazu zählten beispielsweise ein von der Mobilwerbung ins Leben gerufener ‚Arbeitskreis für europäische Politik‘, die bekannte ‚Deutsche Atlantische Gesellschaft‘ (eine Gründung von Staatssekretär Lenz und dem CSU-Abgeordneten Richard Jäger) oder die ‚Europa-Union Bonn‘. Eine Reihe von ‚Fremdfirmen‘¹⁶ rundete das regierungsamtliche PR-Imperium¹⁷ ab. Meist dienten sich diese Unternehmen dem BPA selbst an, von der durchaus nachvollziehbaren Hoffnung motiviert, eine konjunktur-unabhängige Geldquelle zu erschließen.¹⁸

Hatten sich schon in der ersten PR-Aktion des Referates die Werbomobile bewährt, so traf dies in erheblich höherem Maße auf eine Wanderausstellung zu, die ab Juni 1956 durch die deutschen Lande tingelte. Das Konzept für die Ausstellung hatte der Bonner Journalist Waldemar Lenz entworfen, der, wie nicht wenige seiner Kollegen, ständiger Mitarbeiter des BPA oder der Bundeszentrale für Heimatdienst war. Lenz verpackte die Inhalte (‚Abriß der Geschichte der NATO‘, ‚Situation nach 1945‘, ‚neue Waffentechniken‘, ‚das Bündnissystem‘) in einen imaginären Dialog, indem er den Rezipienten mit einem vertraulichen ‚Du‘ unmittelbar ansprach: „Das ist Deine Welt! Sie ist geteilt in die Welt der Freiheit und die Welt der Sklaverei. Du bist dabei – und mittendrin!“ In der Ausstellung wurde dem so Eingestimmten eine Geschichtslektion aus dezidiert regierungsamtlicher Weltsicht verabreicht: Im „Ring um Deutschland“ habe erst die NATO den Völkern Europas wirkliche „Freiheit“ gebracht. Und, gottseidank: „Wir sind dabei! Deutschland in der NATO“. Am Ausgang wurde der Besucher nochmals an die staatsbürgerliche Pflicht gemahnt: „Auch Du trägst Verantwortung!“ Wer weiterlas, durfte folgende Weisheiten mit auf den Nachhauseweg nehmen: „Der Kampf um Deutschland hört nicht auf! Die Sowjets glauben an den Haß zwischen uns und dem Westen... Wir wissen um die Kraft freier Völker in der Gemeinschaft... *Unsere Chance* ist die Völkerfamilie der NATO!... Was kannst Du dabei tun?... Du kannst Verantwortung mittragen. Sage es Deinem Nächsten.“¹⁹

Untergebracht war die im Juni 1956 eröffnete Ausstellung in zwei großen Omnibussen der Mobilwerbung, deren Seitenwände heruntergeklappt werden konnten. Vorgesehen waren sechs Monate Laufzeit, der Kostenaufwand lag bei 218.760,- DM.²⁰ Als Ausstellungsziel war nicht nur angestrebt, die Menschen mit der NATO überhaupt und Westdeutschlands wichtiger Rolle in ihr vertraut zu machen, sondern zugleich das über den Zweck eines reinen Militärbündnisses hinausgehende Selbstverständnis der NATO als eine Art ‚Commonwealth of Nations‘ zu transportieren. Folgerichtig dominierten in

der letzten Ausstellungssequenz unter dem Motto „Freie Welt rund um den Atlantik“ Begrifflichkeiten wie „Atlantische Kulturgemeinschaft“ oder simple Le(e)hrsätze wie „Die NATO ist mehr als ein Militärbündnis“. Um dieser Intention gerecht zu werden, aber auch, um die NATO als Garanten des Wirtschaftswunders darstellen zu können – um durch diese Verknüpfung ein positives Image auf ein weniger positives zu übertragen -, hatte ÖV-Referatsleiter Küffner im Vorfeld der Ausstellung in einem Brief an den Bundesverband der deutschen Industrie angeregt, die Wirtschaft solle doch in der Ausstellung ihre Produkte bzw. sich selbst in angemessener Form präsentieren. Die Idee fand, wie es scheint, keinen Widerhall.²¹

Die NATO-Wanderausstellung war nur der Auftakt einer in den kommenden Jahren regen Ausstellungstätigkeit.²²

So hatte der Landesverband Bayern der ‚Europa-Union‘ im Auftrag der Bundeszentrale für Heimatdienst 1957 eine Ausstellung namens „Europa ruft“ entwickelt, die für die Idee des europäischen Einigungsprozesses werben sollte. Flugs betätigte sich das ÖV-Referat als Trittbrettfahrer, indem es die Ausstellung durch die Mobilwerbung übernehmen ließ. Der besondere Kniff war, die an sich militär-neutrale Ausstellung in ein Forum zur Propagierung des NATO-Gedankens umzuwidmen. Hinzu kam eine zweite Überlegung: Wenn die Menschen nicht zum Propheten kommen, muß der Prophet zu ihnen gehen – ergo klapperte die doppelt getarnte Ausstellung während der Ferienmonate im Sommer 1957 die Badeorte an der Nordsee ab.²³

Natürlich gab es neben den Wanderausstellungen auch ein Standardprogramm, das von den ‚Dienstreisenden‘ der Werbomobile absolviert werden mußte. Es lebte vor allem durch die dabei gezeigten Filme. Den Anfang machte stets ein 30minütiger aktueller Film aus der Reihe „Deutschlandspiegel“, eine Art Wochenschau; Kurzreferate und weitere Filme schlossen sich an.²⁴ Auch wenn vorausgesetzt werden kann, daß die meisten Filme über einen längeren Zeitraum im Programm blieben bzw. ältere auch in späteren Kampagnen Verwendung fanden, lag es doch auf der Hand, daß es einen großen Bedarf an ‚brauchbarem‘, d.h. propagandistisch verwertbarem Filmmaterial gab. Das BPA konnte bei der NATO-Werbung zunächst auf die aus amerikanischer Produktion stammende Reihe „Meet Your Allies“ (dt. „Die Atlantische Gemeinschaft“) zurückgreifen; diese sogenannten Länderfilme stellten in lockerer Form die einzelnen Mitgliedsstaaten der NATO vor. War hier eine Aufführung durch die Werbomobile in den Ortschaften unproblematisch – „lernten“ doch die Menschen so ihre europäischen Nachbarn oder Nordamerika kennen -, konnte sich die positiv gestimmte Erwartungshaltung der Besucher ändern, wenn es um die filmische Darstellung des – anfangs nur prospektiven – deutschen Wehrbeitrags ging. In seiner Not sah sich das BPA

im Ausland um und bemühte sich, Filme aus solchen Staaten zu bekommen. „deren demokratischer Leumund ebenso einwandfrei war wie ihre militärische Unschuld“²⁵ Bereits 1953 wurde daher ein Film über die Schweizer Armee angekauft und auf deutsche Verhältnisse umgeschnitten. Vor allem mußte die schon im Titel „Wehrhaft und frei“ anklingende Zentralaussage, die eidgenössische Neutralität als ultima ratio staatlicher Verfaßtheit, eliminiert werden: Einen krasserer Gegensatz zu den Bemühungen, der Bevölkerung den anstehenden NATO-Beitritt der Bundesrepublik zu verkaufen, hätte es wohl kaum geben können. Ab 1955 wurde die modifizierte Fassung schließlich in Kinos bzw. auf den Projektoren der Werbomobile gespielt.

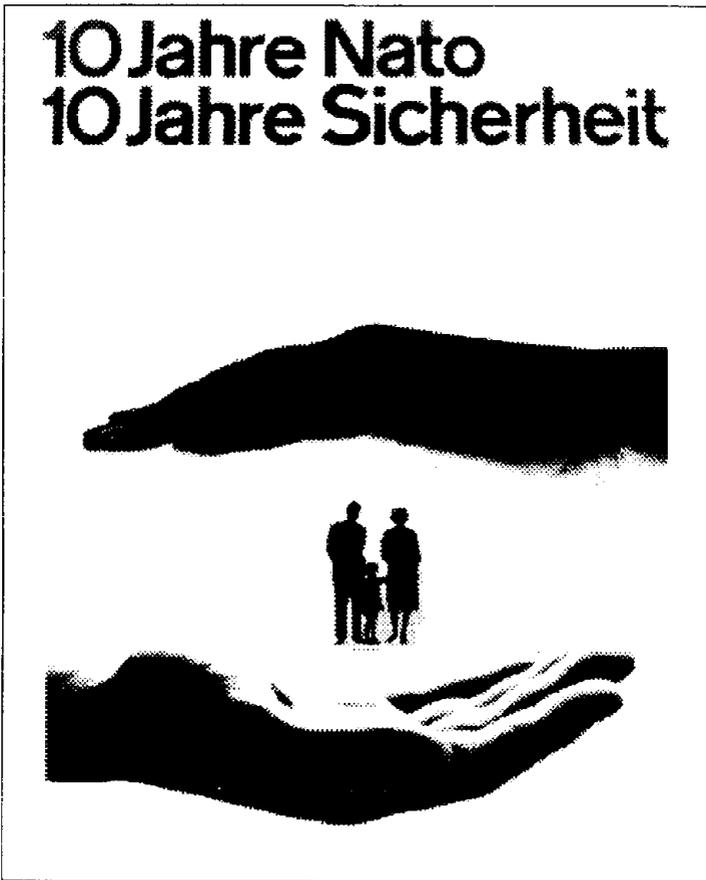
In den Jahren 1957 bis 1959 waren als ständige Filme „Der große Irrtum“, „Der Rote Schatten“ und „Bündnis des Friedens“ im Programm. Letztgenannter Streifen, ursprünglich eine Fernsehsendung des Nordwestdeutschen Rundfunks vom Juli 1955 mit dem Titel „Bündnis für den Frieden“²⁶, thematisierte das ‚reiche Innenleben‘ der NATO: Live-Interviews mit den NATO-Oberen wechselten mit Reportagen über die Geschäftigkeit des Pariser Hauptquartiers. Im Zentrum stand die Pseudo-Diskussion zwischen einem 18jährigen, der den Sinn des NATO-Bündnisses bezweifelte, seiner indifferenten Mutter und einem Reporter, dem die Rolle des Stichwortgebers und alleswissenden Erzählers zufiel.

Plakataktionen ließ das ÖV-Referat ab 1955 durchführen. Ein ‚gefundenes Fressen‘ aus propagandistischer Sicht war der Ungarn-Aufstand 1956, der sich auch Jahre später noch, wie das Beispiel der 59er-NATO-Anzeigenkampagne zeigen wird, ausschlagen ließ. 1956 reagierte das Referat prompt auf die Entwicklung: Bereits im November und Dezember 1956 wurde ein Plakat geklebt „Ungarn mahnt – verteidigt die Freiheit“: Vor der ungarischen Flagge fährt ein russischer Panzer drohend auf den Betrachter zu. Im Impressum zeichnete der „Arbeitskreis für europäische Politik“ verantwortlich, der auch die Idee für dieses Plakat entwickelte und mit dem ÖV-Referat abstimme. Im Januar 1957 führte das psychologische Institut der Universität Bonn eine Akzeptanzanalyse des Plakates durch, die das Umschwenken der Stimmung bestätigte: Die Niederschlagung des Ungarnaufstands ließ einen Großteil der Bevölkerung, der Aufrüstung, NATO-Beitritt und Bundeswehr gleichgültig oder ablehnend gegenüberstand, zur Wehrpolitik der Bundesregierung eine positivere Einstellung gewinnen. Auf den ohne eigenes Zutun zu ihren Gunsten ausgefallenen Stimmungsumschwung bauend, ließen die BPA-Profis diese einmalige Chance nicht ungenutzt: Zunächst wurde mit einem zweiten Ungarn-Plakat im März 1957 nachgelegt: „Vergiß Ungarn nie“ war eine im Hinblick auf den Rezipienten gleichermaßen Reminiszenz und Drohung enthaltende Parole.

Preis der Freiheit

Zeitgleich ließ das BPA Plakate kleben, die den NATO-Gedanken aufgrund der veränderten politischen Großlage ungleich offensiver propagieren konnten bzw. das gewachsene Selbstbewußtsein der Propagandisten dokumentieren. Die atlantische Gemeinschaft konnte sich nun als Allheilmittel gegen ‚Vergewaltigungen‘ wie in Ungarn preisen: „Die deutsche Bundeswehr und die NATO bringen Sicherheit für alle“.²⁷

„Wer sichert die Freiheit?“ Das NATO-Jubiläum 1959



*Keine Sorge, Volksfürsorge: sog. Familienpaket der NATO-Kampagne 1959
Foto: Bundesarchiv Köln*

Das Feld der öffentlichen Meinung war durch vielfältige Aktivitäten also bereits mehrfach umgepflügt, als das ÖV-Referat 1959 die Jubiläumskampagne für die NATO in Angriff nahm. Bereits im Juli 1958, als die propagandistischen Schlammschlachten um die Atombewaffnung der Bundeswehr im Abklingen begriffen waren, machte sich das ÖV-Referat Gedanken um eine angemessene Würdigung des 10. Jahrestages der NATO am 4. April 1959 und seine Präsentation in der Öffentlichkeit.

Konkret vorgesehen war zunächst eine Plakataktion für den 1. bis 10. April. In diesen Zeitraum fiel nicht nur der Jubiläumstag der NATO, sondern 1959 auch das Osterfest: Mit Recht wies das mit der Durchführung beauftragte Werbestudio 7 darauf hin, daß der Termin eine rechtzeitige Anmietung von Anschlagtafeln erforderlich mache, da zu Ostern die Anschlagflächen durch Markenartikel-Plakate frühzeitig belegt seien. Empfohlen wurden auch mindestens zwei Formate, um in der Platzfrage flexibel zu sein. In die Aktion sollten Bundesinstitutionen wie Post und Bahn oder Bürgermeisterämter als Multiplikatoren einbezogen werden: Die Wände der Postämter, Bahnhöfe und Amtsstuben waren schließlich kostenlose Werbeflächen.²⁸ Ein Mitte Dezember 1958 erstellter Aktionsplan des Referates²⁹ sah als Procedere vor, daß die eingeschalteten Werbemittler – also diejenigen Firmen, die das Kleben der Plakate vor Ort organisierten – ihre Kostenvoranschläge via Werbestudio an das BPA zu richten hatten, woraufhin nach Prüfung der endgültige Auftrag erteilt werden sollte. Die Kosten – so schätzte das Werbestudio – beliefen sich auf 280.000,- DM.³⁰ Mit der Gestaltung der Plakate wurde das ‚Atelier für Film, Foto und Grafik Zürich‘ beauftragt³¹, dessen Grafiker J. Müller-Brockmann zwei Motive entwarf. Im ersten, einem Schriftplakat, erscheint über der in zartem Lila gehaltenen riesigen Bildgrafik „nato“ der Jubiläumsslogan „10 Jahre Nato, 10 Jahre Sicherheit“. Beim zweiten Motiv werben vor einem hellgrauen Hintergrund die Hände eines Riesen, die sich schützend über eine Liliputanerfamilie (Mann, Frau und Kind) wölben, für die atlantische Gemeinschaft. Dieses Plakat erregte nach Aushang alsbald die Aufmerksamkeit der ausländischen Presse: So spöttelte die Züricher Zeitung ‚Die Tat‘: „Wenn die NATO nicht wäre, hätten die Bolschewiken euch Deutsche in der Bundesrepublik schon längst am Wickel. Das steht nicht da (auf dem Plakat), aber das soll der Beschauer denken.“³²



*Beziehungsreicher Anschlag: Schriftplakat der NATO-Kampagne 1959
Foto: Bundesarchiv Koblenz*

Hinsichtlich der Verteilung der beiden Motive wurde ein Vorschlag Peter Tinschmanns beherzigt, der das größere, in farblicher wie grafischer Hinsicht auffälligere Schriftplakat in Städten über 50.000 Einwohner eingesetzt wissen wollte, während das kleinere in Orten unter 50.000 Einwohnern geklebt werden sollte.³³ Die Plakate wurden wie geplant angeschlagen. Das ÖV-Referat war jedoch mißtrauisch, ob die Klebeanschläge korrekt durchgeführt und die Plakate möglicherweise abgerissen oder überklebt worden waren. So wurde eine Anschlagfirma mit einer Nachkontrolle beauftragt. Das Unternehmen untersuchte in der Zeit vom 9.4. bis 18.4. überall in Schleswig-Holstein die Aushangstellen und hielt eine Vielzahl der vorgefundenen Situationen im Foto fest.³⁴ Neben den knallig-bunten Plakaten der Markenartikel, zu Ostern 1959 hauptsächlich Coca-Cola, die Zigaretten Overstolz, Eckstein und Lrx sowie die Spül- und Waschmittel Pril und wipp, wirkt es unschämbar, ein Umstand, der die PR-Profis im Solde des BPA auch befremdete: „Sie und die anderen Herren Ihres Amtes (des ÖV-Referats), die das Bild (Foto einer Litfaßsäule) gesehen haben, werden doch sicherlich mit uns übereinstimmen.

daß ein noch so gut gemachtes Plakat einen großen Teil seiner werbenden Kraft einbüßt, wenn es zwischen Theaterankündigungen, Tanzkursen, Kino-reklame und sonstigen Plakaten eingezwängt ist.⁴³⁵

Parallel zur Plakataktion war die Münchner Werbeagentur Buskamp & Koch beauftragt worden, eine Anzeigenserie zu entwerfen, die in den Wochen um das Jubiläum in den Publikumszeitschriften der Bundesrepublik geschaltet werden sollte. Bereits kurz nach Weihnachten 1958 hatten die Münchener entsprechende Vorschläge erarbeitet, Otto Marcks vom ÖV-Referat eine erste Begutachtung vorgenommen³⁶, und Peter Tinschmann Mitte Januar die Kosten für die gesamte Kampagne berechnet³⁷. Am 23.1.1959 fand in Bonn ein Arbeitstreffen³⁸ statt. Basierend auf den bereits vorliegenden Entwürfen der Agentur wurde für die Illustrierten-Anzeigen beschlossen: Jede solle ein „Familienfoto“ enthalten, das von den NATO-Flaggen umrahmt wird; am Fuß der Anzeige müßte die Figurine eines Bundeswehrsoldaten erscheinen zusammen mit dem NATO-Emblem. In die Texte solle das bislang fehlende Argument eingeflochten werden, es sei der NATO zu verdanken, „daß die Bundesrepublik nicht das Objekt einer Erpressung ‚von außen‘ geworden ist und dies deshalb, weil mit Hilfe der NATO die Bundesrepublik ein Verteidigungssystem aufzuweisen hat.“³⁹ Leider fehlen in den Archivalien die der Diskussion zugrunde liegenden Vorschläge von Buskamp & Koch,⁴⁰ so daß eine genaue Analyse des Entscheidungsprozesses (welche Vorschläge wurden wie übernommen, was wurde gestrichen, was hinzugefügt, welchen Tenor hatte die ursprüngliche Fassung?) unterbleiben muß bzw. nur hypothetisch erfolgen kann. Es scheint jedoch klar, daß die von der Werbeagentur entworfenen Texte wohl eher die Bundeswehr argumentativ in den Vordergrund rückten, Referatsleiter Küffner aber eine internationalere, den Bündnisgedanken hervorhebende Lösung bevorzugte und stärker die politisch-gesellschaftliche Seite, weniger die militärische des Bündnisses akzentuiert wissen wollte. Darauf deutet auch folgende Anweisung hin: „Im Text soll davon abgesehen werden, Formulierungen zu wählen wie etwa ‚Bedrohung aus dem Osten, bzw. Bedrohung durch die Sowjetunion‘. Es soll zum Ausdruck gebracht werden, daß die Verteidigungsgemeinschaft sich gegen eine Bedrohung überhaupt richtet.“⁴¹ Diese Forderung ist in den Endfassungen allerdings nur teilweise umgesetzt; in allen sechs Anzeigen finden sich mit Formulierungen wie „Eiserner Vorhang“, „Gefahr des Kommunismus“, Flucht „von drüben“, „Mann aus Magdeburg“ direkte Fingerzeige auf das feindliche System. Allerdings bleibt der Gegner undefiniert: Nach dem Begriff ‚Sowjetunion‘ fahndet der Leser vergebens.

Für die fotografischen Inszenierungen gab es Regieanweisungen, die ein bezeichnendes Licht auf die über die Propagierung des reinen NATO-

Gedankens hinausreichenden Ambitionen der Bonner Propagandisten werfen: „Bei den dargestellten Familienszenen soll kein zu hohes Niveau, sondern das des mittleren Lebensstandards zum Ausdruck kommen, also keine ‚Film und Frau‘⁴²-Szenen, keine modischen Stars, kein Mercedes, sondern anstelle dessen Eigenheim⁴³, frauliche Typen, Kleinwagen, eventuell sogar... eine ‚radelnde Familie‘.“⁴⁴

Bei der Gestaltung der Soldaten-Figurinen ‚Luftwaffe‘ und ‚Heer‘ in den Anzeigen war Bruskamp & Koch ein Lapsus unterlaufen: sie hatten keine bundesdeutschen Soldaten zeichnen lassen, sondern solche, die in amerikanischen Uniformen steckten. Doch das war für die Auftraggeber ein rasch korrigierbarer Fehler. Viel wichtiger schien ihnen die Umsetzung eines anderen Gesichtspunkts: „In der Darstellung (der Figuren) soll keine kämpferische, sondern eine defensive Ausdrucksweise gewählt werden.“⁴⁵ Die Soldaten-Figurinen machen in der Tat keinen heroischen Eindruck, obwohl Luftwaffen- wie Heeressoldat männlich-markant und entschlossen wirken. Das ihnen beige-sellte ‚Werkzeug‘ (Panzer, Düsenjäger, Schiffsruder) unterstreicht eigentlich den von der Freiwilligenwerbung der Bundeswehr bevorzugten ‚Techniktouch‘ in der Darstellung bundesdeutscher Soldaten.⁴⁶ Die Intention, selbst über die Grafik den defensiven Charakter des Bündnisses zu transportieren, läßt ein sensibles Beobachten des zeittypischen atmosphärischen Codes in Bezug auf die Präsentation militärischer Dinge in der Öffentlichkeit – trotz des seit Ungarn ‚gestärkten Selbstvertrauens‘ – erkennen: Noch waren die Auseinandersetzungen um die Atombewaffnung der Bundeswehr vor allem im Jahre 1958 keine Episode der Vergangenheit.

Es war beabsichtigt, in den Illustrierten und dem Nachrichtenmagazin ‚Der Spiegel‘ jeweils drei Motive zu schalten, wobei darauf geachtet werden sollte, daß sich die einzelnen Sujets nicht überschneiden.⁴⁷ Die Kosten beliefen sich auf 225.000,- DM für die Serienanzeigen und 250.000,- DM für die Anzeige am 4. April 1959 in Tageszeitungen⁴⁸. Zusammen mit den Kosten für die Plakataktion ergab sich die stolze Gesamtsumme von 763.000,- DM, die auch zunächst bewilligt wurde. Nach einer überraschenden Etatkürzung, deren Gründe sich nicht mehr rekonstruieren lassen, mußte allerdings die Gesamtsumme auf 600.000,- DM reduziert werden. Das hatte zur Folge, daß die jeweils als letzte in der Dreierstaffel vorgesehene Anzeige storniert werden mußte.⁴⁹ Welche Irritationen mit der kurzfristigen Storno-Aktion gerade bei den Meinungsbildnern – auf die das BPA in seiner Arbeit ja angewiesen war – hervorgerufen werden konnten, führt eine Einschätzung des mit der Rückrufaktion betrauten Werbestudios 7 vor Augen: „Bei den Anzeigen in den Tageszeitungen läßt sich nichts einsparen, da es aus politischen Gründen nicht geraten erscheint, einzelne Tageszeitungen nicht mit dieser Anzeige zu

belegen.“⁵⁰ Die Reaktionen der Zeitungen erfolgten wie befürchtet. Insbesondere die Wochenzeitungen beklagten sich bitter darüber, daß sie von der Annoncierung ausgenommen blieben: „Wenn wir daran denken, in welcher Form gerade DIE ZEIT stets über aktuelle Belange der NATO berichtet hat, so glaubten wir, die berechnete Hoffnung haben zu können, daß im Rahmen der jetzt vorgesehenen Veröffentlichungen auch eine Einschaltung in unserer Zeitung erfolgt.“⁵¹ Die Mittelkürzung ließ sich jedoch nicht durch das Anzapfen anderer Töpfe kompensieren und die Aktion mußte in der abgemagerten Version durchgeführt werden, also zwei Anzeigen pro Illustrierte, gar nur eine im ‚Spiegel‘.

„Wir sind nicht (mehr) allein“: Die Botschaften der Anzeigenkampagne

WIR SIND NICHT ALLEIN!

NATO
Die Bundeswehr verteidigt auch Sie und Ihre Familie

Unser Freiheit ist in guten Händen:

Noch nie hatte Deutschland so viele Verbündete. Vor zehn Jahren haben beide Kontinente ein Kooperationsbündnis geschlossen: Die NATO. In diesem neuen Bündnis stehen wir für die Selbstbestimmung der Nordatlantischen Vertragspartnerstaaten und für die Freiheit des Vorkontinentes für die Außenwelt der Bundesrepublik. Freiheit und Sicherheit sind für uns mehr als nur Schlagwörter. Sie verbieten zu wissen, jedoch zu wissen. Alles was diese Freiheit zu leben, was das Gefühl sind zu sagen, was wir können.

14 Millionen Menschen haben in der Bundesrepublik ihre Heimat gefunden. Die Freiheit zu bewahren, das Freiheit zu erhalten, das ist der Wille aller 14 Millionen in der NATO

Ein Platz an der Sonne: Zeitungsanzeige zum NATO-Jubiläum am 4. April 1959
Foto: Bundesarchiv Koblenz

Sonne – Sommer – Strandurlaub: In der Zeitungsanzeige läuft eine junge Familie jauchzend dem Betrachter entgegen. Das Elternpaar, sein Kind zwischen sich an den Händen haltend, ist eine Metapher für die Tugend ‚Unschuld‘. Die kleine Familie steht aber nicht nur für eine sorgenfreie, da behütete Zukunft, sondern zugleich auch für den (jungen, noch ‚unschuldigen‘) Staat Bundesrepublik. Indem sie ihn repräsentiert, absolutiert sie ihn auch – weniger von den Sünden der Vergangenheit, sondern mehr von den zeitgenössischen, der Wiederaufrüstung beispielsweise.

Der oberhalb der Familie positionierte Slogan ‚Wir sind nicht allein‘ verbindet das familiäre Idyll graphisch mit den übergeordneten Beschützern, Personifikationen der einzelnen NATO-Mitgliedsstaaten. Die Allgewaltigen, in den Himmel erhoben, wählen gleich dem Zeusschen Pantheon in ihren Ratsrunde über Wohl und Wehe ihrer Schutzbefohlenen. Wie Vater und Mutter ihr Kind schützen, behüten die NATO-Götter die als Inkarnation aller Mitgliedsstaaten fungierende Familie. Die Darstellung der NATO-Personen im Schattenriß soll grafisch auf ihr eher unsichtbares Wirken verweisen, mit der tiefen Schwärzung aber auch die Festigkeit des Bündnisses bekräftigt werden. Indem die Identifizierbarkeit der NATO-Personen (als Repräsentanten der USA, Großbritanniens, der BRD usw.) in der Anonymität des Schattenrisses verschwimmt, wird außerdem noch die Idee von der in der NATO versammelten gleichberechtigten Völkergemeinschaft angedeutet, ein Aspekt, der hinsichtlich des internationalen Stellenwerts der Bundesrepublik für den (westdeutschen) Betrachter von potentiellern Interesse ist: ‚Wir sind wieder wer‘. Die Einheit der bildlichen Komposition wird durch einen die beiden Darstellungen verbindenden und umschließenden, sich auf den Betrachter hin dehnenden Bann- oder Schutzstrahl erreicht: Der Rezipient fühlt sich durch den sich ihm öffnenden Strahl eingeladen, am Weltenglück der (Völker-)Familie teilzunehmen. Die Windrose der NATO, als leuchtende Sonne das junge Familienglück bestrahlend, verstärkt die sich aufdrängende Atmosphäre himmlischer Absegnung der auf der rechten Seite der Anzeige plazierten Botschaft. Indem das sozialpsychologisch fest verankerte, sakral aufgeladene Motiv der heilen (und heiligen) Familie für die NATO-Werbung in Dienst gestellt und auf den Staat – angelegt als großer Familienbetrieb – übertragen worden ist, erübrigt sich im Hinblick auf den Text (fast schon) eine rationale Argumentation: Wer Manifestationen sakrosankter Traditionsbilder mobilisiert, fußt nicht nur auf sicherem mentalen Terrain, sondern heiligt im Selbstlauf seine Absichten. Noch ein anderer Gesichtspunkt spricht in diesem Zusammenhang für die Indienstnahme des Familienklischees: Es ist die Sehnsucht des Individuums, „nachdem Wiedererkennen von Familienverhältnissen in der Wirklichkeit. Diese Sehnsucht überzieht die gesamte Welt mit einem Raster, in dem sich die ursprünglich erlernten Familienbeziehungen, die Liebe und der Haß gegenüber den Urobjekten wiederholen.“⁵² Auf das dialektische Muster der Anzeige bezogen – hier weniger, in den Serienanzeigen sofort ins Auge fallend – meint das: Das Familienklischee ruft beim Rezipienten das vorrationale Strukturelement einer Scheidung der Welt in ‚gut‘ und ‚böse‘ wach, auf der einen Seite der gute Westen (die Liebe), auf der anderen der böse Osten (der Haß).

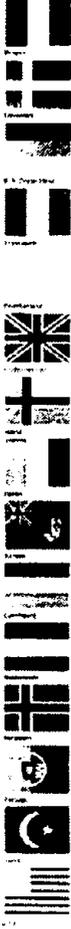
Wir sind nicht allein: Unsere Freiheit ist in guten Händen: Noch nie hatte Deutschland so mächtige Verbündete! In dieser Reihenfolge gelesen, wird eine ins Unterbewußtsein abgelagerte Interpretation vergangener Wirklichkeit aufgerufen und gleichzeitig zu einer für den Betrachter neuen Erkenntnis synthetisiert. Die seit Bismarcks Zeiten politisch so trefflich einsetzbare Horrorvision einer ‚Einkreisung‘ Deutschlands, nicht erst seit der Zeit des Dritten Reiches gut abgespeicherte Erkenntnis des kollektiven Unbewußten und in diesem Aggregatzustand nach 1945 von der demokratischen Umerzählung unberührt, wird hier zu einem durch die Negation ins Positive gekehrten Befreiungsschrei: „Wir sind nicht allein!“ Ein zweiter Aspekt ist in diesem Aufschrei semantisch angelegt: „Wir sind nicht *mehr* allein!“, müßte der Satz eigentlich vollständig lauten, denn: „Noch nie hatte Deutschland so mächtige Verbündete.“ Indem die internationale Völkerfamilie der NATO die Bundesrepublik in ihren Schoß aufgenommen hat, sind die (West-) Deutschen nach einer fast fünfzehnjährigen ‚Bewährungsfrist‘ nicht länger die Parias unter den Völkern. Durch die Aufnahme in den illustren Zirkel ist gleichzeitig eine politisch-moralische Absolution erteilt: Die begangenen nationalsozialistischen Sünden verblassen vor den Aufgaben, die die Bundesrepublik im Rahmen der NATO-Konstruktion – nicht nur im eigenen, sondern im Interesse aller – wahrnehmen soll. Zugleich verheißt der Verbündeten-Satz neben der Festschreibung eines befriedigenden Status quo aber auch eine Zukunftsperspektive: Wenn es tatsächlich einen neuen Krieg geben sollte, haben die Deutschen bessere Chancen, ihn – endlich – mitzugewinnen, weil die Verbündeten als Kriegsgegner von gestern vermöge ihrer militärischen und wirtschaftlichen Potenz die Niederlagen in zwei Weltkriegen überhaupt erst herbeiführten. Insofern – aber dies nur als Begleitintention – haben ‚wir Deutschen‘ aus der Geschichte gelernt. Zugleich legt der Satz eine Interpretationsstruktur an, die in den weiteren Textverlauf einführt und als Drohgebärde auf den potentiellen Gegner zielt: Durch die Mächtigkeit unserer Verbündeten sind auch wir mächtig – darum nehmt euch in acht!

Mit einfachen sprachlichen Mitteln, dem die Texte regierenden Personalpronomen „wir“, wird die im Bildteil bereits angelegte kommunikative Dichte sozusagen aufgenommen und auf die gewünschte Rezipientenerkenntnis „auch ich bin ein Teil der NATO oder möchte es zukünftig sein“ focussiert. Zugleich ist das Personalpronomen aufgrund seiner lexemischen Bedeutung am besten geeignet, die mit dem visuellen Aufrufen des mentalen Rasters ‚Familie‘ verbundenen positiven Einstellungshorizonte in die vermeintliche Rationalität des sprachlichen Raumes zu transportieren und dort zu perpetuieren. Auf der gesellschaftspolitischen Ebene schreibt das „wir“ besitzergreifend eine Interessengemeinschaft von Sender und Empfänger, von Bundesregie-

rung und Bundesbürger(n) fest, die den Leser mahnt, sich dem scheinbaren Konsens anzuschließen. Aus begreiflichen propagandistischen Gründen werden die realen historischen Zeitumstände harmonisiert: Der Text insinuiert, als ob die bundesdeutsche Wiederaufrüstung ohne gesellschaftliche Brüche verlaufen sei – in diesem Zusammenhang wurde bereits auf die heftigen Kontroversen um die Atombewaffnung der Bundeswehr 1958 verwiesen. Ist eine Bewertung hier noch – je nach politischem Standpunkt – Auslegungssache, schenen die Anzeigenmacher auch nicht vor einer, die historischen Fakten negierenden Vergangenheitsaneignung zurück: So wird behauptet, Sinn der NATO sei es seit ihrer Gründung gewesen, mit ihrem „Schutzschild“ das westdeutsche Wirtschaftswunder zu ermöglichen. Das Tempo des historischen Prozesses wird bis zur Geschichtsklitterung verkürzt – gehört die Bundesrepublik doch erst seit 1955, mithin knapp vier Jahre, zum erlauchten Kreis des Militärbündnisses –, aus der Perspektive regierungsamtlicher Beeinflussungsstrategie jedoch logisch in die stets aufwärtsstrebende Verlaufskurve Adenauerseher Politik eingepaßt. Auch die Tatsache, daß die Bundesrepublik bis zur Ratifizierung der Pariser Verträge im April 1955 quasi unter Besatzungskuratel stand, gerät da zu einer historischen Lappalie.

In den Serienanzeigen können die aus Platzmangel in der Zeitungsanzeige nur komprimiert offerierten Botschaften sowohl ausführlicher dargelegt als auch vermittels eines belletristischen Szenarios für den Rezipienten weniger abstrahiert und konsumfreundlicher verpackt werden. Im oberen Teil jeder Anzeige zieht ein Milleufoto als Eyecatcher die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich. Wir erinnern uns, daß bei dem Bonner Arbeitstreffen hier Sujets des „mittleren Lebensstandards“ zum Einsatz kommen sollten. Teilweise sind die Forderungen realisiert; wir erkennen zwei Ferienmotive, eines davon als Campingurlaub mit Kleinwagen (Käfer) inszeniert, das andere zeigt die uns bereits aus der Zeitungsanzeige bekannte junge Familie am Strand. Drei andere Fotos greifen Situationen des städtischen Alltags auf: einen Zeitungskauf am Kiosk, zeitunglesende ältere Männer auf Parkbänken und schließlich ein sich verabschiedendes junges Paar auf der Straße. Das Foto der sechsten Anzeige sprengt allerdings den skizzierten Rahmen: Es handelt sich um eine historische Aufnahme aus dem Ungarnaufstand 1956. Die damit evozierte Rückerinnerung an die Niederschlagung erweist sich – wieder einmal – als propagandistischer Dauerbrenner, desavouierte sich doch damals die angebliche Friedensliebe des gegnerischen Systems vor westlichen Augen am eindrucksvollsten. Das Auseinanderfallen von Anspruch und Wirklichkeit – zumindest nach westlichem Verständnis – legitimiert zugleich Sinn und Zweck der NATO.





Kämpfen ohne Hoffnung!

Als die Panzer kamen, war Ungarn ganz allein. „Diesmal läutet die Totenglocke für Ungarn – das nächste Mal läutet sie vielleicht für euch! SOB? SOS!“ rief ein Sprecher des ungarischen Freiheitswanders der westlichen Welt zu. Dann schaltete er ab, nahm seine Maschinenpistole und ging in einen hoffnungslosen Kampf. Wir im Westen sehen erschrocken und niedergeschlagen, daß es keine Möglichkeit gab, Ungarns Freiheit zu retten, ohne den Frieden der Welt zu zerstören. Mit grauemauer Deutlichkeit wurde uns gezeigt, daß ein Volk nur dann in Freiheit leben kann, wenn mächtige Verbündete ihm diese Freiheit garantieren.

Haben wir Deutschen eine solche Garantie?

Vor zehn Jahren schufen 15 freie Nationen ein Sicherheitsbündnis ohne Beispiel: die NATO. Wir sind der Bedrohung unserer Freiheit nicht schutzlos ausgeliefert.

Ein Angriff auf Deutschland ist ein Angriff auf die freie Welt. Und ein solcher Angriff ist aussichtslos.

15 Völker vertrauen ihrer Zukunft
340 Millionen Menschen leben
in der Atlantischen Gemeinschaft
frei von Furcht
Die Freiheit zu bewahren,
den Frieden zu erhalten –
das ist der Wille von 15 Nationen
in der NATO





NATO

Ein Bündnis freier Völker
zum Schutze freier Menschen

vae victis: Serienanzeige NATO-Kampagne 1959
Foto: Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg

In den Texten, die sich in drei didaktische Sequenzen teilen, wird das jeweilige Eyecatcherfoto als Aufhänger zur Entwicklung des die Anzeigen beherrschenden Strukturschemas ‚Schwarz – Weiß‘, ‚guter Westen‘ versus ‚böser Osten‘, emgesetzt. Die im Zusammenwirken von Foto und interpretierender Bildbeschreibung transportierten Botschaften, der schützenswerte Kanon demokratischer Grundrechte wie Reisefreiheit, Meinungsvielfalt, Pressefreiheit, Selbstbestimmungsrecht des Menschen als herausragende Lebensqualitäten der westlichen Staaten (vor allem: der Bundesrepublik) wird gegen die zugehörigen negativen Binäroptionen gesetzt: die Unfreiheit des Ostens in allen Spielarten. Vor der ausgebreiteten Folie demokratischen Lebensverständnisses kann die Wirklichkeit hinter dem ‚Eisernen Vorhang‘ als säkularisiert-gemilderte Variante des Danteschen Inferno entworfen werden: so sind die Menschen dort „verzweifelt“; „sie haben Angst“ oder „es wird auf sie geschossen, weil sie über eine Grenze wollen“. Nachdem dem Leser die Perfidie des feindlichen Systems vor Augen geführt ist, tritt die NATO als umfassender Garant des westlichen Lebensstandes und Abwehrbollwerk seiner Bedrohung auf: Nach der rhetorischen Einführung „Wer sichert die Freiheit?“ umreißen kantige, zu Stereotypen geronnene Weisheiten und formelhafte Bekenntnisse eine Art Katechismus des Bündnisses: „Wie durch einen Deich geschützt sind Freiheit und Sicherheit unseres Alltags.“ – „Wir sind nicht mehr schutzlos einem Angriff oder einer Erpressung ausgeliefert.“ – „Gemeinsam mit uns wachen 14 Völker über die Freiheit und die Sicherheit.“ Bezeichnenderweise im Ungarn-Motiv: „Kämpfen ohne Hoffnung!“ kulminieren diese Formeln in einer Warnadresse an den Gegner, welche zugleich als eine den lesenden Bundesbürger beruhigende Losung dient: „Ein Angriff auf Deutschland ist ein Angriff auf die freie Welt. Und ein solcher Angriff ist aussichtslos.“ Bei den Serienanzeigen finden sich wie schon in der Zeitungsanzeige bestimmte Signalwörter und Wortzusammenstellungen, die als formelhafte Wendungen die Nachwirkung der Botschaften steigern und sie von der Anzeigenbindung lösen: „Leben in Freiheit“ vs. „Leben in Furcht“, „Freiheit und Sicherheit“, „Bedrohung und Erpressung“ und immer wieder: „Sicherheit“ – in einer sich kontinuierlich steigenden Lesekurve „sicher – Sicherheit – Sicherheitsbündnis“. Auf das Signalwort „Sicherheit“ werden wir bei einer Gesamtwertung der NATO-Kampagne zurückkommen.





Ein Hauch von Freiheit!

Elmimi an der Adria? Juss les Pine an der Riviera? St. Jean de Luz am Golf von Biscaya oder Grönmits an der Ostsee? Wir können reisen, wo hin unsere Bebrnucht uns führt und so weit, wie unser saurer verdientes Urlaubsgeld es zulässt. Pässe? Visa? Carnets? Meist nicht mehr notwendig – gelegentlich nur noch rasche Formalitäten. Wir fühlen uns zu Hause in Europa – und eichert!

Woher kommt unsere Sicherheit?

Vor sechs Jahren haben 15 freie Nationen ein Sicherheitsbündnis geschaffen: die NATO. Zehn Jahre Sicherheit – wir sind der Bedrohung und Erpressung nicht mehr schutzlos ausgeliefert.

Freiheit und Sicherheit unseres Alltags werden erhalten bleiben. Es ist jener Alltag, zu dem auch unser Urlaub gehört – ein Urlaub, umgeben von jenem Hauch der Freiheit, der jenseits des Eisernen Vorhangs unbekannt ist.

**Wir können vertrauen ihrer Zukunft,
 das Millionen Menschen leben
 in europäischen Gemeinschaft.
 Ohne Furcht
 Die Freiheit zu bewahren –
 den Frieden zu erhalten –
 Das ist der Wille von 15 Nationen
 in der NATO**





NATO

Ein Bündnis freier Völker
zum Schutze freier Menschen

*Bündnis der Campingkocher: Serienanzeige der NATO-Kampagne 1959
Foto: Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg*

Zusammen mit der jeweils daneben platzierten Soldaten-Figurine bildet der letzte Textteil grafisch wie symbolisch den festen, soliden, Vertrauen erweckenden ‚Boden‘ der Anzeige wie des Bündnisses. Bei den Soldaten-Figurinen sind durch personelle Referenten alle drei Waffengattungen Luftwaffe, Marine, Heer vertreten, wobei die Figurine eines Düsenjägerpiloten auf drei der sechs Anzeigen abgebildet ist. Für dieses ‚Übergewicht‘ gibt es zwei Gründe. Zum einen läßt sich die im Bild-Text-Verband angelegte Assoziationskette ‚Freiheitsgenuß-Sicherheitsbündnis- (NATO)-Schutzschirm‘ durch einen Düsenjägerpiloten am überzeugendsten allegorisieren. Zum anderen ist die Bevorzugung der Luftwaffe in den Anzeigen auf die nuklearstrategische Umorientierung bundesdeutscher Rüstungsplanungen zurückzuführen, zu deren Aushängeschild der „Starfighter F-104“ der Firma Lockheed werden sollte.⁵³

Im Zusammenhang mit der Propagierung des Starfighters als neuer Wunderwaffe NATO-Deutschlands bleibt schließlich noch auf eine, die NATO-Kampagne flankierende Maßnahme des BPA hinzuweisen: Anfang Januar 1959 bestellte Referatsleiter Küffner bei einem Wiesbadener Verlag drei Maternseiten⁵⁴, wobei sich eine mit der Luftwaffe unter besonderer Berücksichtigung der neugekauften Starfighter beschäftigen sollte.⁵⁵ Die Maternseite mit dem Titel „Gefahr droht aus der Luft – Unsere Luftwaffe steht Tag und Nacht zum Einsatz bereit“ wurde im März 1959 kleinen Regionalzeitungen angeboten.⁵⁶ Auf der Mater sind acht Fotos verschiedener Flugzeugtypen abgebildet, das Foto mit dem Starfighter ist in der Mitte platziert. Im Text finden sich bezeichnende Sequenzen wie diese: „Nur eine schlagkräftige Luftwaffe kann in der Lage sein, einem gegen die Bundesrepublik gerichteten Angriff... zu begegnen... (Der Starfighter) kam den technischen Forderungen am nächsten... Dieser Typ hält den Höhen- und den Geschwindigkeitsweltrekord und sticht durch seine einfache Konstruktion hervor.“ Die Seite endet mit einem Vivat auf die Luftwaffe: „In der großen Verteidigungsgemeinschaft ist die deutsche Luftwaffe nur ein Teilstück, für uns aber ist sie ein Bekenntnis zur Freiheit, die wir im Falle eines Angriffs so teuer wie möglich verkaufen wollen.“⁵⁷



Plötzlich eine Stimme: Stoj!

Nach langer stumm ausgelassener Reise mit ihrer Tochter NITZ ist auch Stojilich. Nicht ohne das Leben über der Straße von Nischenböden oder von Nischenböden - die sind ganz schön. Aber es gibt andere Leben. Die sind die Stadt haben - sondern aus Verantwortung. Das schleppten Nischenböden, haben keine Geschäfte und passen ihre Kinder aufhalten in der Stadt. Das ist nicht auf die Nischenböden, sind sie über eine Grenze wollen, die nur mit harter Handhabung: Das „Nischenböden“ nennen. Diese Nischenböden sind durch über dem die Wasser haben in Prozess bereitlicher bis die die Leben in Punkte.

Was machen diese Nischenböden?
 Was diese Nischenböden in ihrer Nischenböden aus Nischenbödenböden geschaffen. Die Nischenböden sind nicht mehr geschäftlich einen Zugang oder diese Nischenböden geschäftlich.
 Mächtige Nischenböden zeigen das neue Leben: das neue Nischenböden ist das Nischenböden. Die Nischenböden sind nicht mehr die die Nischenböden haben.

Die Nischenböden werden ihren Nischenböden.
 Das Nischenböden sind Nischenböden haben
 in der Nischenböden ihren Nischenböden.
 Das Nischenböden sind Nischenböden.



NATO Ein Bündnis freier Völker
 zum Schutz freier Menschen

*Und der Zukunft zugewandt: Serienanzeige NATO-Kampagne 1959
 Foto: Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg*

Wir und die NATO: „eine Schicksalsgemeinschaft“

Ziehen wir Bilanz: Die NATO-Kampagne 1959, unter propagandistischen Qualitätsmerkmalen ein kleines Meisterwerk, spiegelt in der Zusammenschau mit ihren Vorläufern die gewandelte Zeitatmosphäre wider, insofern einem virtuellen Zeithorizont⁵⁸ ausschnittartig Ausdruck verleihend. Der Positionswechsel des Agierens aus der Defensive, Kennzeichen der Wanderausstellung von 1956, in die Offensive 1959 ist nur möglich, wenn sich die Bewertung des zu bewerbenden Gegenstands, der NATO, bei den Rezipienten geändert hat: Anders als 1956 braucht der ‚Kunde‘ nicht mehr beknet zu werden; die damaligen Anstrengungen, jeden Einzelnen über das intime ‚Du‘ mühsam für die Regierungspolitik zu gewinnen, sind 1959 einem selbstbewußten ‚Wir‘ gewichen: Die Propagandisten, aufgrund von Meinungserhebungen die Mehrheit der Bevölkerung hinter sich wissend, können sich nun als Sprachrohr des Mainstreams gerieren. Insofern stellen die Anzeigen auch eine Art Bilanz der bisherigen Regierungspolitik dar: Die NATO hat, spätestens seit der Niederschlagung des Ungarnaufstandes, in den Augen der Menschen eine konkrete Aufgabe, sie braucht nicht mehr künstlich legitimiert zu werden. Das Anerkennen ihrer Daseinsberechtigung verabsolutiert in der Rückschau den ‚richtigen‘ Weg der Adenauerschen Gesamtpolitik.

Die in den Anzeigen verwendeten Formeln „Freiheit in Sicherheit“, vor allem aber das die Texte regierende Signalwort „Sicherheit“ rekurren auf dieses gestiegene Bedürfnis der bundesdeutschen Bevölkerung, die eigene wie staatliche Prosperität beschützt zu wissen. Der Begriff knüpft damit an den Erfolgsslogan des Wahlkampfes 1957 an: „Keine Experimente“⁵⁹ – unter diesem Signum konnte die CDU das erste und einzige Mal in der Wahlgeschichte der Bundesrepublik eine absolute Mehrheit gewinnen. Die Propagandisten des ÖV-Referates machten sich das mit dem Slogan verbundene semantische Wortfeld zunutze, indem sie um den Topos „Sicherheit“ herum die Anzeigen aufbauten. Zugleich ermöglichten ihnen die sprachlich-semanticen Assoziationslinien des Begriffs, über die reine Bewerbung des Produkts NATO hinaus, den Staat Bundesrepublik als treusorgenden Familienvater im Rahmen eines imaginären ‚contract social‘ zu präsentieren: Der Staat hat seine Pflicht getan, indem er seinen Bürgern den bestmöglichen Schutz angedeihen läßt. In Anerkennung dieser Prämisse stellt sich jemand, der den Willen des ‚Wir‘ negiert, außerhalb des Gesellschaftsvertrages.

Unter funktionalistischen Gesichtspunkten verfolgte die Kampagne im wesentlichen drei Ziele: Zum ersten war sie als propagandistische Maßnahme gedacht gegen die Bestrebungen der DDR-Agitation, die Bundesrepublik aus

der Westintegration zu lösen. Zweitens sollte mit der Kampagne Stellung gegen die von der SPD eröffnete Neutralitäts-Diskussion⁶⁰ bezogen werden. Und schließlich zielte sie in zweierlei Hinsicht auf die Bevölkerung: Einerseits sollte ein ‚Flagge zeigen‘ das Selbstbewußtsein der Bundesregierung dokumentieren, andererseits den Indifferenten unter den Rezipienten signalisieren, daß es Zeit wäre, sich auf die Siegerseite zu begeben. Die Reaktionen aus dem Lager des politischen Gegners und der Bevölkerung auf die Kampagne waren allerdings mager: Im ‚Neuen Deutschland‘ trat das NATO-Jubiläum hinter der aus SED-Sicht sehr viel relevanteren Diskussion um das SPD-Angebot zurück – folglich wurden die Anzeigen überhaupt nicht beachtet. Auf Westseite reagierten nach der Veröffentlichung des Motivs „Plötzlich eine Stimme: Stoj!“ Im ‚Spiegel‘ lediglich zwei Leser; der eine vermutete den Verein ‚Rettet die Freiheit‘ als Auftraggeber und der andere glaubte den Text „vom edelsten Goebbelsgeist durchdrungen“⁶¹. Wenn sich die Wirkung von Werbung, insbesondere politischer, nur an den Rezipientenmeinungen messen ließe, wäre es um sie schlecht bestellt.

Die Kampagne von 1959 war die letzte größere PR-Aktion des BPA in der Geschichte der NATO-Werbung. Berlin-Krise 1959 und ganz besonders der Mauerbau 1961 erübrigten kostspielige Image-Anzeigen für das westliche Verteidigungsbündnis: Die atlantische Gemeinschaft als ‚Schutz und Schild‘, als Garant des westlichen way of life, war von der bundesdeutschen Bevölkerung längst akzeptiert.

- 1 Die Bundesrepublik war in der Abwicklung der Pariser Verträge am 5.5.1955 als 15. Mitglied der NATO beigetreten. Dieser Preis war als Gegenleistung für die Erteilung der Souveränität (formelle Aufhebung des Besatzungsstatus) zu entrichten. Zur Vorgeschichte des NATO-Beitritts, das Scheitern der EVG (Europäische Verteidigungsgemeinschaft) und die Auseinandersetzungen um den Deutschland-Plan siehe jetzt H. Ehler/Ch. Greiner/G. Meyer/B. Thof. Die NATO-Option, München 1993 (Anfänge westdeutscher Sicherheitspolitik 1945 – 1956, hrsg. vom Militärgeschichtlichen Forschungsamt Freiburg).
- 2 Vgl. die Presseberichte über die Mainzer Parade in der Süddeutschen Zeitung vom 6.4.1959 (W. Feucht, Geburtstagsfeier im Gleichschritt) und in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 6.4.1959 (B. Naumann: Marschritte von neun Nationen).
- 3 Nach den Erhebungen des Instituts für Demoskopie Allensbach gab es gegen die Wiederbewaffnung bzw. für die Abschaffung der Bundeswehr bis zum Ungarnaufstand im Oktober 1956 relative Mehrheiten: 42 Prozent gegen, 39 Prozent für eigene Armee (Febr. 55) – 45 Prozent gegen, 40 Prozent für (Mai 55) – 43 Prozent gegen, 38 Prozent für (Okt. 56) – 34 Prozent gegen, 50 Prozent für (Nov. 56) – 30 Prozent gegen, 54 Prozent für (Febr. 57) – 33 Prozent gegen, 50 Prozent für (Okt. 58) – 31 Prozent gegen, 48 Prozent für (Juli 60). Bis zum Mauerbau im August 1961 war trotz verschärftem Kalten Krieg (Berlinkrise) ein starkes Drittel der Befragten nach wie vor nicht von der Aufrüstung zu überzeugen. Das Zahlenmaterial wurde den zwei Bänden: Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1957, Allensbach 1957, S. 295ff. und Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1958-1964, Allensbach 1965, S. 470ff. entnommen.
- 4 Vgl. ausführlich zum Lenz-Plan H. O. Walker, Das Presse- und Informationsamt der Bundes-

Preis der Freiheit

- regierung, Frankfurt a.M. 1982, Kap. 7, S. 274ff.
- 5 Zum organisatorischen Werdegang des Presse- und Informationsstabes im BMVtg. vgl. J. Kannicht, *Die Bundeswehr und die Medien – Material zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen*, Regensburg 1982 (Die Bundeswehr. Eine Gesamtdarstellung, Bd. 14, hrsg. von H. Reinfried und H. F. Walitschek), S. 14ff.
 - 6 Aus dem Protokoll eines Gesprächs zwischen Ministerialdirigent Edmund Forschbach, stellvertretendem Leiter des BPA und Adenauers Militärexperten Oberst Johann Adolf Graf Kielmansegg vom 13.11.1954, S. 1, zit. nach H. O. Walker, *Das Presse- und Informationsamt* (Anm. 4), S. 229.
 - 7 Das neue Referat erhielt einen eigenen Haushaltstitel („Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen“, Nr. 309), dessen Mittel aus dem Etat der Dienststelle Blank bzw. des Verteidigungsministeriums bezahlt wurden. Diese Konstruktion hatte zwei Vorteile: Einmal konnte das Referat durch Führung eines eigenen offenzulegenden Titels aus der Diskussion um die Verwendung des Adenauerschen Reptilienfonds (Titel 300), der jahrelang mehr oder minder die einzige Geldquelle des BPA war, ausgeklammert werden. Zum anderen war die Bundesregierung gegenüber den NATO-Verbündeten natürlich daran interessiert, möglichst hohe Verteidigungskosten nachzuweisen, auch wenn diese nur auf dem Papier existierten. Vgl. dazu: Walker, *Das Presse- und Informationsamt* (Anm. 4), S. 229f. Die Höhe des BPA-Etats lag 1955 bei rund 11.250.000,- DM aus dem Reptilienfonds, den Titel 309 gab es noch nicht. 1960 flossen aus dem Reptilienfonds 13.000.000,- DM und aus Titel 309, seit 1956 bestehend, 8.320.000,- DM. Diese Summe wurde bereits für das Haushaltsjahr 1958/59 veranschlagt. Quellen: Walker, *Das Presse- und Informationsamt* (Anm. 4), S. 108, *Frankfurter Rundschau* vom 7.7.1958, *Süddeutsche Zeitung* vom 5.7.1958.
 - 8 Zur Rolle der Regierungssprecher und Amtsleiter des BPA vgl. die Studie von B. Weth, *Der Regierungssprecher als Mediator zwischen Regierung und Öffentlichkeit. Rollen- und Funktionsanalyse von Regierungssprechern im Regierungs- und Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland (1949-1982)*, Diss. Würzburg 1991; zu Felix v. Eckardt s. insbesondere S. 101ff.
 - 9 Akribisch genau ist in den Analysen Ort, Datum, Zahl der Besucher usw. festgehalten. Als Beispiel sei hier aus einem Bericht über die Ausstellung „Unsere Luftwaffe“ 1959 zitiert: „Bad Godesberg – 3.11.-8.11.1959 – Zahl der Besucher: 15.696... Am 4. November wurde aus der Filmveranstaltung eine Protestveranstaltung. Es wurden die Filme ‚Düsentriebwerksmechaniker‘, ‚Treffpunkt über den Wolken‘ und ‚Fla-Rakete Nike in der Luftverteidigung‘ gezeigt. Offenbar erregte der Nike-Film den Unwillen mehrerer Besucher. Sehr lautstark und wenig wortgewandt verlangten sie das Ende der Wehrpflicht, eine allgemeine Abrüstung und das Verbot von Atombomben und Raketenwaffen für die Bundeswehr. Wir bateten die ‚Opponenten‘ über den Lautsprecher zu uns an den Wagen und versuchten, mit ihnen ein ernsthaftes Gespräch zu führen. Unsere Mühe war jedoch fruchtlos, denn als die Leute merkten, daß wir uns ernsthaft mit ihnen unterhalten wollten, brachen sie das Gespräch ab und verschwanden in der Dunkelheit...“ (Letzter Zwischenbericht über die Durchführung der Ausstellung „Unsere Luftwaffe“ vom 20. Oktober bis zum 29. November 1959, S. 3f.; der undatierte Bericht ist auf Briefpapier der Mobilwerbung geschrieben: BA-MA, BW 1/101561).
 - 10 Die PR-Organisation „Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise“, von Jahr 1951 gegründet, hatte bereits 1953 über 6.000 freie Mitarbeiter. Die Organisation führte entweder eigene Tagungen durch (so in Zusammenarbeit mit dem BPA, die berüchtigten „wehrpsychologischen Kurse“) oder stellte Redner für Fremdveranstaltungen ab. Daneben arbeitete die Tamorganisation aber auch nachrichtendienstlich, indem sie über die innenpolitischen Gegner der Adenauerregierung Material aller Art sammelte und aufbereitete. Finanziert wurde das Kalkriegs-Unternehmen von der Bundesregierung; es unterstand direkt dem Staatssekretär im Bundeskanzleramt, Otto Lenz bzw. seinem Nachfolger, Hans Globke. Jahns Agitprop-Gruppe

hielt nach eigenem Bekunden bis zum Beginn der Großen Koalition 1966 über 100.000 Veranstaltungen ab. Erst zu diesem Zeitpunkt wurde die AdK aufgelöst, hatten die jahrelang bespitzelten und angegriffenen Sozialdemokraten dies doch zur Bedingung für ihren Koalitions-eintritt gemacht. Vgl. zur AdK die Studie von S. Stosch: Die Adenauer Legion. Geheimauftrag Wiederbewaffnung. Konstanz 1994.

- 11 Vgl. die Memoiren von H. E. Jahn, An Adenauers Seite. Sein Berater erinnert sich, München 1987. Jahn, ehemaliger nationalsozialistischer Führungsoffizier, habe früh erkannt, daß die neue Staats-Propaganda in jedem Falle Reminiszenzen an den Goebbelschen Propagandastil vermeiden mußte. 1979 wurde der damalige Europaabgeordnete von der eigenen Vergangenheit eingeholt: Als seine antisemitischen Ausfälle während des Dritten Reiches bekannt wurden, war die politische Karriere beendet. Aufschlußreich für die Situation der Public Relations in der frühen Bundesrepublik aus der Sicht eines Insiders ist auch Jahns Buch: Vertrauen, Verantwortung, Mitarbeit. Eine Studie über Public Relations in Deutschland. Oberlahnstein 1953.
- 12 Der Fonds „Zur Verfügung des Bundeskanzlers für Förderung des Informationswesens“ (Titel 300, in Anlehnung an Bismarcks ‚Reptilienfonds‘ von Opposition und Presse ebenso bezeichnet) war während der gesamten Regierungszeit Adenauers ein erstrangiges Politikum. Die SPD forderte Jahr um Jahr seine Offenlegung im Bundestag, doch der einzige, der einen Einblick in die Verwendung der Fonds-Gelder erhielt, war der Präsident des Bundesrechnungshofes. Näheres siehe: Walker, Das Presse- und Informationsamt (Anm. 4), S. 32ff. In den Anfangsjahren einzige Geldquelle des BPA, speiste der Reptilienfonds später über die Hälfte des Etats: 1955 flossen 11,25 Mio. DM in das BPA, 1956/57 12,5 Mio. DM und 1959 waren es 13 Mio. DM. (vgl. F. A. Buchwald, Adenauers Informationspolitik und das Bundespresseamt – Strategien amtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kanzlerdemokratie, Diss. Mainz 1991, S. 61).
- 13 Rechtfertigung Hanns Küffners auf die Vorhaltungen des Finanzreferatsleiters Hemmerling, bei größeren Außerhaus-Aufträgen des BPA doch Konkurrenzangebote einzuholen (Aktennotiz vom 8.12.1958, BA – B 145/3433).
- 14 Erich Peter Neumann, u.a. auch Berater Adenauers, gründete zusammen mit seiner Ehefrau, der späteren ‚Demoskopiepäpstin‘ Elisabeth Noelle-Neumann das Institut für Demoskopie Allensbach.
- 15 Vgl. die Angaben bei Buchwald, Adenauers Informationspolitik (Anm. 12), S. 59, Anm. 69, der sich auf Informationen des langjährigen stellvertretenden BPA-Chefs Werner Krueger bezieht.
- 16 Diese Firmen wurden vom BPA entweder punktuell für spezielle Aufgaben herangezogen oder waren mehr oder minder ständiger Arbeitspartner. Eher der ersten Kategorie zuzurechnen sind die Annoncensexpeditionen und Plakatschlagfirmen wie ‚Anzeigen-Fackler München‘, die ‚Westdeutsche Anzeigen-Gesellschaft Prigge u. Co. Köln (WESTAG)‘ oder die ‚Berliner Annoncen-Expedition (BAE) Frankfurt/M‘. Zur zweiten Kategorie gehörten vor allem Werbeagenturen, die z.T. über 10 Jahre oder länger Kampagnen betreuten; so z.B. die ‚Werbeagentur Dr. Hegemann‘, Hannover und Düsseldorf, die ‚Allgemeine Wirtschaftswerbung Dr. Grupe u. Co. Bonn (ALWA) und die ‚Public Relations und Verlagsgesellschaft Lothar v. Ballnseeck KG Bonn (ESTO)‘.
- 17 Buchwald spricht sogar von einem ‚Werbekonzern‘ (Anm. 4, S. 59).
- 18 Manches Unternehmen kam auch auf Lobbyistenwege in den Genuß von BPA-Geldern wie z.B. ‚Anzeigen-Fackler München‘: Die Vertretung der bayerischen Wirtschaft in Bonn hatte sich für eine Berücksichtigung der Firma eingesetzt, weil Franz Xaver Fackler Münchner CSU-Stadtrat war (BA, B 145/1824).
- 19 Aus dem undatierten Konzept der NATO-Wanderausstellung, Vorschlag 1 (BA, B 145/0813).

Preis der Freiheit

- 20 Vgl. die Briefe von Referatsmitarbeiter Marcks vom 29.3. und von Finanzreferatsleiter Hemmerling vom 5.4.1956 an die Mobilwerbung (BA, B 145/0813); zum Tourneepan der Ausstellung mit genauer Fahrtstrecke und Verweildauer pro Ort: BA, B 145/0812.
- 21 Brief Hanns Küffners vom 3.11.1955 an den BDI (BA, B 145/0813). Eine Stellungnahme des BDI ist im Aktenmaterial nicht vorhanden.
- 22 Zwei Beispiele: Die Ausstellung „Das Janusgesicht der kommunistischen Wehrpropaganda“ (März-Okt. 1957; Arbeitstitel: „Wehrpropaganda So und So“) war für den inneren Dialog konzipiert: Mit ihr sollten die Wehrbereitschaft der Bundeswehr gestärkt und die Soldaten gegen die DDR-Wehragitration immunisiert werden (Unterlagen: BA, B 145/3429). Mit der Marine-Ausstellung „Die See verbindet die Völker“ (Nov. 1957) wollte man das Interesse junger Männer für den Seefahrtsgedanken wecken, darüberhinaus aber auch Nachwuchs für die Marine rekrutieren (Unterlagen: BA, B 145/3430).
- 23 Unterlagen zu dieser Ausstellung: BA, B 145/3429.
- 24 Der Vf. folgt hier den Ausführungen bei Buchwald, Adenauers Informationspolitik (Anm. 12), S. 74.
- 25 Ebenda, S. 75.
- 26 Ebenda, S. 79f.
- 27 Die Idee stammte von Verteidigungsminister Strauß. Als Initiator trat ein ‚Bundesluftschutzverband e.V. Köln‘ in Erscheinung, eine Tarnorganisation des BMVtg.; Unterlagen in: BA, B 145/3429.
- 28 Alle Vorschläge sind einem Schreiben des Werbestudio-7-Vertreters Hoffmeister an das BPA vom 12.11.1958 entnommen (BA, B 145/3441, A-Akte); die Vorschläge wurden fast alle realisiert.
- 29 Vorlage von Marcks vom 15.12.1958 (BA, B 145/3441, A-Akte);
- 30 Schreiben Küffners vom 28.7.1958 an den im Pressestab des BMVtg. tätigen Oberstlt. Freytag v. Loringhoven (BA, B 145/1586).
- 31 Rechnung des Züricher Ateliers in : BA, B 145/3441, A-Akte.
- 32 Die Tat, Zürich vom 28.4.1959 in der Kolumne ‚Zwischen Gestern und Morgen‘.
- 33 Brief Tinschmanns auf Privatpapier vom 29.1.1959 an Küffner (BA, B 145/3441, A-Akte). Küffner erteilte am 4.2.1959 in einem Schreiben an Hoffmeister, Werbestudio 7, den Auftrag für die Plakataktion; alle Vorschläge Tinschmanns und Hoffmeisters sind darin berücksichtigt. Insgesamt waren für die Plakatierungsaktion 288.400,- DM bewilligt. – Von dem Buchstabenplakat wurden 3.000 Stück zum Preis von 10.950,- DM und von dem Familienplakat 46.000 Stück zum Preis von 26.280,- DM gedruckt (Auftragserteilung u. Rechnung der Druckerei Lohse, Frankfurt a.M.: BA, B 145/3441).
- 34 Die ‚Universal Anzeigen und Werbedienst GmbH‘ kontrollierte -nach eigenen Angaben- 49 Orte mit 329 Anschlagplätzen, fand 32 Stellen mit kleinen Mängeln vor, alle anderen waren in Ordnung. Dem undatierten Bericht sind 32 Fotos von Lüftungsäulen und 16 von Plakatwänden/ Sonderanschlagstellen beigelegt. (BA, B 145/3441, B-Akte).
- 35 Schreiben Hoffmeister, Werbestudio 7, an Marcks, ÖV-Referat, vom 22.5.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 36 Schreiben Busskamp & Koch GmbH & Co. vom 29.12.1958 an Küffner mit den Entwürfen für die Anzeigen; darin handschriftl. Anm. Marcks: „Während meines Aufenthaltes in München sah ich bereits einen Teil der Entwürfe u. glaube, daß Busskamp richtig liegt.“ (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 37 Schreiben Tinschmann vom 22.1.1959 an Küffner. Tinschmann plädiert hier auch für eine bisher nicht vorgesehene Anzeige in den Tageszeitungen zum Jubiläumstag am 4. April – ein Vorschlag, der aufgegriffen wurde. Die Kosten für eine 3/4seitige Anzeige in den Illustrierten bewegten sich zwischen 17.760,- DM („Quick“, damals auflagenstärkste Zeitschrift mit

Volker Illgen

- 1.119.518 verkauften Exemplaren) und 2.600.- DM (‚Der Feuerreiter‘, Aufl.: immerhin noch 236.752 Exemplare); die in den Tageszeitungen zu schaltende drittelseitige Anzeige lag bei den großen überregionalen Zeitungen zwischen 4.200.- DM (Frankfurter Allgemeine) und 2.800.- (Handelsblatt), (BA, B 145/3441, A-Akte). In der Frankfurter Allgemeinen ist die Anzeige aus unbekanntem Gründen nicht geschaltet worden.
- 38 An dem Treffen nahmen Küffner als Verantwortlicher, ein Dr. Bauer vom BPA als Vertreter der Abteilung V (Film, Funk, Bild, Fernsehen), Major Brüggemann vom Pressestab des BMVtg., Hoffmeister vom Werbestudio 7 als Koordinator und zwei Vertreter der Werbeagentur Busskamp & Koch teil.
- 39 Protokoll (hier ‚Kontaktbericht‘ genannt) des Treffens am 23.1.1959 in der Anlage eines Schreibens der Werbeagentur Busskamp & Koch an Küffner vom 26.1.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 40 In einem Schreiben an Küffner vom 9.1.1959 hatte die Werbeagentur die von ihr erarbeiteten Vorschläge beigefügt; es ist nur dieses Anschreiben im BA vorhanden (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 41 Vgl. Anm. 37.
- 42 Renommierete Film-Illustrierte der fünfziger Jahre.
- 43 Zur soziopolitischen Funktion des Eigenheimgedankens s. V. Illgen: Das wahre Glück in den eigenen vier Wänden. Geschichte des Eigenheims als Geschichte einer Sehnsucht, in: Das Parlament, Nr. 12-13, 25.3/1.4.1994.
- 44 Vgl. Anm. 37.
- 45 Ebenda.
- 46 Freiwilligenwerbungen der Bundeswehr heben von Anfang an auf den technischen Aspekt des Soldatenberufs ab; ab 1962, dem Jahr der Hamburger Flutkatastrophe, bei der die Bundeswehr eine ‚gute Figur‘ machte, werden sehr gern die Motive ‚Helfer‘ und ‚Krisenmanager‘ inszeniert. Zur Darstellung des Soldaten als Techniker in Werbeanzeigen vgl. die Studie der Pädagogen B. Meyer/ B. Sandhaas/U. Storz/G. Zanolli, ‚Wir produzieren Sicherheit‘ – Sozialisations- und Integrationsfunktion des Militärs als Unterrichtsthema, Waldkirch 1976.
- 47 Vgl. Streu- und Kostenplan in einem Schreiben von Busskamp & Koch an Küffner vom 27.1.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte); vorgesehen waren jeweils die Illustrierten-Ausgaben Nr. 13-15, die – bei wöchentlichem Erscheinungsrhythmus – zwischen dem 23.3 und 11.4.1959 ausgeliefert wurden: Das NATO-Jubiläumsdatum 4.4. lag damit genau in der Mitte.
- 48 Auftragserteilung Küffners an Hoffmeister, Werbestudio 7, mit Schreiben vom 4.2.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 49 Schreiben Hoffmeister an Küffner vom 17.3.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 50 Ebenda.
- 51 Schreiben der Zeitung ‚Die Zeit‘ an das BPA vom 17.3.1959; ähnlich auch die Reaktion der Anzeigenabteilung des ‚Rheinischen Merkur‘ in einem Brief an Küffner vom 14.3.1959 (BA, B 145/3441, A-Akte).
- 52 O. Negt/A. Kluge, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt/M. 1977, S. 137.
- 53 Vgl. dazu F. Buchholz, Strategische und militärpolitische Diskussionen in der Gründungsphase der Bundeswehr 1949-1960, Frankfurt a.M. u.a. 1991, S. 267ff.
- 54 Matern sind von darauf spezialisierten Verlagen angebotene Vorlagen mit fertig gesetzten Zeitungsartikeln insbesondere für kleinere Regionalzeitungen, die redaktionell nicht in der Lage sind, sogenannte Großthemen zu bewältigen. Über Matern läßt sich hervorragend Propaganda treiben, weil die Auftraggeber im Hintergrund bleiben.
- 55 Auftragschreiben Küffners an den Wiesbadener Materndienst v. Graberg & Görg vom 5.1.1959 (BA, B 145/3648).
- 56 Schreiben v. Graberg & Görg an Küffner vom 4.5.1959 mit einer Übersicht über die Zahl der

Preis der Freiheit

bis zu diesem Zeitpunkt akquirierten Zeitungen: Von 34 Anforderungen waren bereits 18 gedruckt worden (BA. B 145/3648).

- 57 Maternseite „Gefahr droht aus der Luft“ des Verlages v. Gruberg & Görg, undatiert (BA. B 145/3647).
- 58 Vgl. den Beitrag von Rainer Gries in diesem Band.
- 59 Vgl. dazu R. Gries/V. Ilgen/D. Schindelbeck, ‚Mach mal Pause‘ – ‚Keine Experimente!‘ Die Ära Adenauer: Zeitgeschichte im Werbeslogan, in: Journal Geschichte 3, 1989, S. 9-15.
- 60 Die SPD schlug in ihrem sogenannten Deutschlandplan vom März 1959 eine entmilitarisierte Zone in Mitteleuropa vor: zugleich sollten paritätisch besetzte Gremien aus der BRD und der DDR Wege zu einer möglichen Wiedervereinigung diskutieren.
- 61 Leserbriefe in ‚Der Spiegel‘, Nr. 17, 22.4.1959, S. 14.

Abkürzungen:

BMVtg. = Bundesministerium der Verteidigung

BA = Bundesarchiv Koblenz

BA-MA = Bundesarchiv – Militärarchiv Freiburg i.Br.

Zwischen Wirtschafts- und Raketenwunder Vom Sängerstreit über den Stacheldraht

1. Soviel Zukunft war nie

Am 1. Januar 1959 schreibt der Zukunftsforscher Robert Jungk: „Mir scheint, es ist nun an der Zeit, in ‚Richtung 2000‘ zu streben, worunter ich die Neuerweckung der sozialen Phantasie und eine Wiederkehr der sozialen Hoffnung verstehe. Ein erster Schritt in diese Richtung scheint mir die Ausarbeitung von Modellen zu sein, in denen die Wünsche unserer Generation sich mit dem neuen Wissen und dem neuen Können vereinen, um Leitbilder des Kommenden zu finden.“⁴¹

Robert Jungk ist gewiß nicht der Zeitzeuge, dessen Urteile schon durch zu viele Euphemismen aufgefallen wären. Was veranlaßt ausgerechnet ihn 1959 dazu, zum kühnen Zielpunkt seiner Zukunftsvision das noch weit entfernte Jahr 2000 zu machen und nicht etwa 1965 oder 1970? Woher nimmt er seinen Glauben, sein Jahrtausendgefuhl? Offenbar ist er – und nicht nur er – zutiefst von Vertrauen und Zuversicht auf „das neue Wissen und das neue Können“, das die Zeit in sich trägt, erfüllt. Das Projekt der technischen Moderne schien Ende der fünfziger Jahre ja auch längst keine Utopie mehr, der Sieg des Menschen über die Natur eine unbestreitbare Tatsache und eine positive dazu. Das Gesicht der Epoche hatte sich als wissenschaftlich-technisches gezeigt – in ziemlich klaren Konturen. Zumindest dieses Fundament schien gelegt und Sicherheit zu geben. Unabsehbar zwar, aber doch in gewissem Sinn überschaubar schien die wissenschaftlich-technische Weiterentwicklung; große qualitative Sprünge waren vorerst kaum zu erwarten, eher graduelle Steigerungen. Umso mehr drängte sich da doch die Notwendigkeit auf, angesichts so gewaltig gestiegener Machtmittel der Menschheit, alle Energie unverzüglich auf das Jahrhundertprojekt der sozialen Umgestaltung zu lenken.

Nicht immer zeigt sich die Zukunft so zugänglich und verheißungsvoll wie Ende der fünfziger Jahre, nicht immer bietet die Gegenwart jene Sicherheit, ein Zukunftsvertrauen zu produzieren, auf dem sich so schwungvoll „Modelle“ als „Leitbilder des Kommenden“ entwerfen lassen. „Wenn aber die Zukunft thematisch wird,“ so Günter Dux, „folgt sie auch der Logik, über die die Zeit gebildet ist.“⁴² Und er führt weiter aus: „Die Zukunft kann deshalb die

Bedeutung einer Helferin bekommen: Man kann von ihr erwarten, daß sie eingeleitete Entwicklungen auch herbeiführt. Das führt umgekehrt auch dazu, daß man die Entwicklungen rechtzeitig zu erfassen suchen muß, um mit dem eigenen Handeln in die Entwicklung der Dinge einsteigen zu können.“⁴³

Jede Ortsbestimmung einer Gegenwart entwickelt sich immer auch als Komposition aus Vergangenheitsbildern und Zukunftsvisionen. Im Zeit-horizont des Jahres 1959⁴, wo das ‚Neue‘ so eindeutig dominiert, sind die Gewichte freilich deutlich zugunsten der Zukunftserwartungen verschoben. Doch wohin wird die Fahrt gehen? Welche Visionen werden sich einlösen, und wessen? In welcher Form kündigt sich dieser Vorschein von Zukunft im deutsch-deutschen Alltag an – vor dem Hintergrund von Berlin-Krise und Kaltem Krieg? Wie sehen die „Leitbilder des Kommenden“ in diesem Jahr aus, wie kommunizieren sie – oder besser: wie werden sie kommuniziert?

2. Wirtschaftswunderlyrik

‚Modern‘ und auf der Höhe der neuen Zeit lebt beispielsweise die westdeutsche Familie Leberecht. Ab 1958 tritt sie, für eine Reihe von Elektroprodukten der Firma Bosch werbend, in den Anzeigen der bundesdeutschen Tages- und Illustriertenpresse auf:

„Neues von Leberechts

Kinder, ist das eine Freude
unser Kühlschrank wird gebracht!
Leberechts sind aus dem Häuschen,
selbst klein Stups hilft mit und lacht.

Während Klaus, der naseweise,
gleich die Kostbarkeit enthüllt,
kann Mama es noch nicht fassen,
daß ihr Traum sich jetzt erfüllt.

Nur die Nachbarn stell'n sich neidisch
zu der Neuerwerbung ein:
gar ein Bosch, da sieht man's wieder -
stets muß es das beste sein.“⁴⁵

gar nicht irgendein Kühlschrank sein, der hier geliefert wird, sondern „er“, „unser“ Kühlschrank, ein Meilenstein des Aufstiegs, ein Anschaffungsdenkmal, fast schon ein neues Familienmitglied. Nie wieder – das steht fest – werden die Leberechts in die kühlschranklose Zeit zurückfallen.

Alle Register der ihnen zur Verfügung stehenden Kunstfertigkeit haben die Verfasser der Anzeige gezogen, dieses Lebensgefühl graphisch und textlich zu inszenieren.⁸ Offenbar schien ihnen dazu nur die exquisiteste Textsorte geeignet: Lyrik. Nur als Konsumhymne meinten sie die seelische Intensität des Augenblicks festhalten und nach Art eines Albumblatts ausmalen zu dürfen.

Das Hohelied auf Leberechts Kühlschrank ist freilich kein Einzelfall; ab Mitte der fünfziger Jahre grassiert in den Anzeigenteilen der bundesrepublikanischen Tages- und Zeitschriftenpresse die Wohlstandslyrik. Ob Mopeds oder Autos, Fernsehgeräte oder Spülmittel, Zigaretten oder Haarwasser: es gibt kaum ein Produkt, das nicht besungen wird.⁹

3. Alltag wie Poesie: Brave new world?

Sowohl die historische als auch die literaturgeschichtliche Forschung hat sich bislang noch nicht darum gekümmert, was gebundene Rede aus der Sicht einer semiotisch orientierten Geschichtswissenschaft des Alltags bedeutet. Wann greifen Werbeleute und Propagandisten zur versifizierten Botschaft und warum? Welches sind die sozialpsychologischen und mentalitätshistorischen Entstehungs- und Akzeptanzbedingungen von Propagandalyrik? Erbringen lyrische Texte besondere Kommunikationsleistungen, obwohl (oder gerade weil) sie von den Rezipienten ein so hohes Maß an Aufmerksamkeit und Einfühlungsvermögen verlangen? Und wie ist schließlich mit solch hochverdichteten Texten seitens einer Geschichtswissenschaft des Alltags, die Werbung als Quelle und Zeitsonde begreift, umzugehen?

Entstehungs- und Akzeptanzbedingungen für lyrisch-euphemistische Kommunikationskonzepte sind Ende der fünfziger Jahre besonders günstig. Nicht nur für die fiktiven Leberechts materialisiert sich ja auf einmal das Heil per Warenbesitz; auch für viele Arbeiter und kleine Angestellte zieht der bundesdeutsche Alltag zunehmend als phantastisches und gleichwohl oft schon erreichbares Konsumangebot vorbei. „Mach mal Pause“, „Genuß ohne Reue“, „Schöner leben“, „Keine Experimente“, „Haste was, dann biste was“ lauten die Maximen, die den Mentalbestand der späten fünfziger Jahre ausdrücken. Waren sind es, die zu funkelnden Ästhetisierungs- und

Kultivierungsmitteln der privaten Lebenssphäre aufsteigen und Millionen von Lebensplänen Ziel und Inhalt geben.

Da der Konsum noch weithin Ereignischarakter hat, scheint nüchterne Prosa überfordert, dieser Lebensqualität Ausdruck zu verleihen. Hochgefühle wollen als Sprachfest inszeniert sein. Als Lobeshymnen auf das Projekt eingelösten Versprechens vom besseren Leben sind Werbegedichte aber immer auch heimliche Lehrgedichte. ‚Konsum ist Kultur‘ lautet ihre Botschaft; so helfen sie, Scham vor so manch neuem Konsumwunsch abzubauen, Mut zum Konsum zuzusprechen und im Verbraucher ein Bewußtsein von Anschaffungskultur aufzubauen. Als sprachliche Wohlklangsysteme erzeugen sie Wohlgefühl und machen glauben, daß auch die in ihnen dargestellte Wirklichkeit eine stimmige sei oder werde: aufgerufen wird die Zeitgenossen- und Zeitzugenschaft an der gerade stattfindenden Steigerung der Wirklichkeit in Richtung auf eine bessere und schönere Welt hin. Umgekehrt wird das Neue und Phantastische aus der Welt der Warenwunder kodiert und auf die Kommunikationsebene des Konventionellen und Traditionellen heruntertransformiert.¹⁰ Vorherrschend ist ja der rückwärtsgewandte, heimelig-idyllische Ton und die Regression im Formalen. Doch damit werden, aus der Alltagsperspektivik der späten fünfziger Jahre heraus, durchaus notwendige Kontrolleistungen erbracht: Werbeverse stellen die Welt der Warenwunder ‚auratisch‘ dar und bewältigen sie doch zugleich. In ihnen synthetisieren sich die Paradigmen des Zeitalters ‚Konsum‘ und ‚Disziplin‘ zur bald „formierten Gesellschaft“ Ludwigs Erharts und eines „motorisierten Biedermeier“ im Sinne Erich Kästners.

4. Propagandistenlust

Doch nicht allein in Westdeutschland stehen die Menschen im Bann der Wunderaura der Warenwelt, erscheinen ihnen die Waren als Boten der neuen Zeit. Auch die offizielle Festschrift zum 10. Jahrestag der DDR konturiert den Inhalt des besseren als des moderneren Lebens und verleiht ihm sein materielles Gesicht: Kühlschrank, Fernseher und Kleinwagen gelten auch hier als die Indikatoren für die Bemessung des Lebensstandards. Denn man weiß auch in der DDR, daß letztlich nur eine geschlossene Warendecke die Bevölkerung auf Dauer zu gewinnen vermag.

Auch in der DDR trägt, spätestens seit der Abschaffung der Lebensmittelkarten im Mai 1958 und dem im Juli folgenden V. Parteitag, der Alltag zunehmend die Hoffnung auf ein – auch im materiellen Sinne – besseres

Leben. Der „baldige ‚Sieg des Sozialismus‘“ war keineswegs nur eine parteiamtliche Leerformel, sondern implizierte durchaus auch die Einlösung eines großen Versprechens.¹¹ Innerhalb dieses Hoffnungsszenarios spielte neben der ideologischen Formierung der Bevölkerung die ständige Verbesserung der Beeinflussungsmethoden eine entscheidende Rolle. Am 20. Februar 1959 fand in Ost-Berlin eine zentrale Agitations- und Propagandakonferenz statt, auf der Erfahrungen ausgetauscht und neue Inhalte und Methoden diskutiert und abgestimmt wurden. Gefordert wurde gar ein „neuer Arbeitsstil in der politischen Massenarbeit.“ In seinem Schlußvortrag zog Albert Norden, Vorsitzender der Kommission für Agitation beim ZK der SED, eine geradezu euphorische Bilanz. Wie die Volkswirtschaft selbst, so seien auch auf dem Gebiet der ideologischen Durchdringung der Bevölkerung gewaltige Fortschritte erzielt worden. „Man kann nicht emphatisch genug das Wort ‚neu‘ unterstreichen,“¹² ruft er den Delegierten zu. Selbst die Basis sei jetzt ganz vom neuen Geist der sozialistischen Moral durchdrungen: „Das ist doch das besonders Gesunde unserer Entwicklung, daß es von unten kommt und daß dann die Dinge auf Bezirksebene oder auf der staatlichen Ebene weiter verbreitet und verallgemeinert werden.“¹³ Freilich komme es für den Agitator immer darauf an, den richtigen Ton in „herzlichen Gesprächen mit den Werktätigen“ anzuschlagen. Die große epochale Umwälzung, wie sie zur Zeit in der DDR stattfände, beginne jetzt sogar schon in die Bundesrepublik hineinzuwirken, so daß „wir durch die Erfüllung der ökonomischen Hauptaufgabe die Menschen der Republik fest an die Partei und die Regierung scharen und gleichzeitig die Menschen Westdeutschlands von ihrer Regierung loslösen und diese Regierung dann isolieren, weil sie den Krieg will...“¹⁴ Selbstbewußt verweist Norden auf die ökonomische Grundlage des neuen und so erfolgreichen Gewinnungskonzeptes: „Wir begannen am 1. Januar mit der starken Reispreis-Reduzierung. Es folgte im Februar die Ermäßigung der Preise für Margarine und Zucker.“¹⁵ Diesem gewaltigen Wirtschaftsaufschwung stehe das täglich sich verschärfende Wirtschaftschaos in Westdeutschland gegenüber: „An der Ruhr liegen heute 15 Millionen Tonnen Kohle auf Halden. Jetzt steckt die Krise auch die Stahlindustrie an, und die Kurzarbeit, die Entlassungen greifen auch dort, ebenso wie in der Fahrzeugindustrie und der Textilindustrie um sich, während bei uns z.B. im Januar 1959 die Walzstahlproduktion das höchste aller Monatsergebnisse hatte, die wir jemals gehabt haben... Was bedeutet das alles für unsere Agitation und Propaganda? ... Wir haben in den letzten Jahren einen Sprung von Jahrtausenden getan und tun ihn noch. Wir haben es doch eigentlich leicht, Genossen, weil das Leben unsere Theorie auf der ganzen Linie bestätigt. Wir propagieren

in der Tat die herrlichste Sache der Welt. Also ist es eine Lust, heute Agitator und Propagandist zu sein...“¹⁶

5. Singende Tonnenideologie

Albert Nordens Appell verhallte nicht ungehört. Eilfertig machte sich die Basis daran, im Vorfeld des ersten großen Staatsjubiläums der DDR, den neuen Stil in der Massenbeeinflussung an den ausgegebenen Parolen einzuüben und umzusetzen.¹⁷ Schon wenige Wochen später, im Frühjahr 1959, gehen auf den Höfen im Bezirk Leipzig Faltblätter in Form einer ausgestanzten Kuh um:



Produktionshymne Ost: Mais und Rübe gegen Militarismus

Propagandalyrik

„Liebe Bäuerin, lieber Bauer!

Nicht viel mehr als achthundert Tage
verbleiben uns bis zur Lösung der ökonomischen Hauptaufgabe
...

Die Westzone im Pro-Kopf-Verbrauch überhol'n,
heißt: ständige Steigerung der Marktproduktion.
An Rindfleisch sind deshalb, so steht's im Programm,
auf den Markt zu bringen je Hektar Nutzfläche 54,1 Kilogramm
und bis zum 10. Geburtstag der Republik
80 Prozent, für des Volkes Frieden, Wohlstand, Glück.

Herr Mais – Fräulein Rübe, das ist keine Frage,
bilden für's Vieh die beste Futtergrundlage.
Sie brauchen aber gute Pflege,
dann steigern sich ihre Hektarerträge.
Noch eins, Bäuerin und Bauer: Vereint eure Kraft!
Durch gemeinsame Arbeit in der LPG wird alles geschafft.
Dann wiegt jeder Handschlag doppelt schwer für den Sozialismus.
So schlagen wir des Volkes Feind, den westdeutschen
Militarismus.“¹⁸

Angesichts des auch 1959 noch starken Widerstands vieler Einzelbauern gegen die Kollektivierung der Landwirtschaft schien es den Propagandisten der Partei offensichtlich angebracht, eine mit so hohen Leistungsvorgaben einhergehende LPG-Werbung nicht nur sprachlich gefälliger zu verpacken, sondern die Botschaft hier noch einer psalmodierenden Papierkuh in den Mund zu legen.¹⁹

Als funktionalem Teil innerhalb des propagandistischen Gewinnungskonzepts fällt dem Gedicht als Gedicht im Falblatt eine spezifische Rolle und Aufgabe zu. Obwohl ganz „Verlautbarungslyrik“²⁰, ist es als ‚Zukunftsmusik‘ ausschließlich nach vorn auf das Soll und Werden gerichtet. Im Gegensatz dazu findet sich auf der gegenüberliegenden Seite unter der Rubrik „Der Landreporter berichtet“ ein Stück Musterrealität von 1959: „Die LPG Güldengossa im Kreis Leipzig-Land hat einen 100-Hektarbesatz von 108 Rindern – davon 45 Kühe – erreicht, stop.“ Dieser Nachrichten-Stil, der mit den Zeichen von Unbestechlichkeit und Wahrhaftigkeit arbeitet, impliziert: Wenn schon heute solch großartige (Produktions-) ‚Siege‘ möglich sind, wie erfolgreich wird dann erst die Zukunft sein? Mithin findet sich im gewählten

Kontrast zwischen Prosa (= Gegenwart) und Lyrik (= Zukunft) ein gestaltetes Verständnis von Zeit. Wie die Werbe Gedichte der kapitalistischen Privatwirtschaft des Westens als Konsumhymnen Gesänge vom sich einlösenden ‚Aufstieg‘ sein wollen, so sind die Propagandagedichte des Ostens stets der heraufziehenden Morgenröte des ‚Sozialismus‘ verpflichtet, dessen ‚Sieg‘ sie vorwegzunehmen suchen.

Freilich gestattet ein solches Propagandaprodukt auch Rückschlüsse auf Mentalität und Vorgehensweise der in den Parteiaktiven tätigen Propagandisten. Offensichtlich ermutigt vom Bitterfelder Weg zeigte jetzt auch ‚die Basis‘, daß sie in der Lage war, die ausgegebenen Losungen ‚poetisch‘ zu bearbeiten und so um „das Neue an Formen und Methoden der massenpolitischen Arbeit“, wie sich ein Kaderleiter äußerte, zu kämpfen verstand.²¹ Solange dem basalen Anforderungskriterium an alles Propaganda- und Agitationsmaterial, das in seinem „Inhalt konkret und anschaulich überzeugend“²² zu sein hatte, entsprochen wurde, schien sich die poetische Umsetzung zunächst ja sogar als reine Qualitätssteigerung zu empfehlen. Die absolute Autorität des unlängst verstorbenen obersten Propagandaverschmiedes und Kultusministers der DDR, Johannes R. Becher, mag ein übriges dazu getan haben, um solche Verfahren zunächst zu sanktionieren.²³

Daß „Verlautbarungslyrik“ aber die fatale Tendenz in sich barg, ernsthaft gemeinte Inhalte zu konterkarieren und ihrer werblichen Wirkung zu berauben, scheint im Laufe des Jahres 1959 auch in der Parteispitze zunehmend wahrgenommen worden zu sein.²⁴ Im Frühjahr und so kurz nach Bitterfeld schien sich über solche Propagandaintiativen seitens der Propagandisten in den Parteiaktiven und Betrieben noch die Möglichkeit eines recht eleganten Arbeitsnachweises und einer großen Profilierungschance zu bieten. Und dem Argument, zu Merkversen gestaltete Parolen erregten doch bei der Bevölkerung mehr Aufmerksamkeit und blieben in deren Köpfen doch auch viel besser haften, konnten übergeordnete Dienststellen – zunächst jedenfalls – nur schwerlich etwas entgegensetzen.

6. Von Raketen- und Retortenwunder

Anders als in der Bundesrepublik, wo die Konsumhymnen den Aufstieg des „Mittelstandes“ vorabfeierten und immer nur heimliche Leitgedichte im großen Anschaffungsplan waren, zerfällt die sozialistische Propagandalyrik in Belehrungsgedichte und Lobeshymnen.

Daß dennoch trotz aller noch ausstehenden Produktionserfolge der sozialistische Alltag auch 1959 schon hymnenwürdig war, befand die Wochenzei-

Propagandalyrik

tung ‚Sonntag‘, die im Sommer 1959 die „Ergebnisse der ersten Etappe unseres Preisausschreibens für Tanz und Unterhaltungsmusik“ veröffentlichte. Die vorgestellten Beiträge hätten „alle Voraussetzungen, Schlager neuen Typs“ zu werden. So zum Beispiel: Das ist das Tempo.

Einst setzt man mühsam mit der Hand
beim Hausbau Stein auf Stein.
Heut schnappt der Kran sich Wand für Wand -
und morgen ziehst du ein.

Einst wurde mit Trompetenschall
die Dampfbahn eingeweiht.
Heut stehn zum Flug ins Weltenall
Raketen startbereit...

HO-Verkäuferin Helga stöhnt:
s'ist schwerer, als ihr denkt!
Hat man sich an den Preis gewöhnt,
Bums – wird er gleich gesenkt!

Refrain:
Das ist das Tempo der modernen Zeit,
ja, früher war man längst noch nicht soweit.
Heut geht's im Siebenmeilenschritt,
und mancher kommt da nicht mehr mit.“²⁵

‚Tempo‘ ist Losung und Programm zugleich; es impliziert die mit dem Sputnik-Abschuß seit dem 4. Oktober 1957 mental angebrochene ‚Raketenzzeit‘. Die die Erdanziehung elegant überwindende, steil aufsteigende und in das All zu neuen Ufern und Dimensionen vorstoßende Rakete leiht ihre Schubkraft auch dem Alltagsbewußtsein. Aufgehoben scheinen mit einem Mal die Grenzen von Raum und Zeit und einzig dem sozialistischen Weltbild zu dienen! Wie ein Alpdruck weicht die latent vermeinte Unterlegenheit gegenüber dem Westen, dem man jahrelang so aussichtslos hinterher gelaufen war – umso befreiender darf sich das Gefühl einer technologischen Überlegenheit ausleben, das westliche Wirtschaftswunder mithilfe des sowjetischen Raketenwunders so weit unter sich lassen zu können. So sieht es nicht nur die Zeitschrift ‚Jugend und Technik‘: „Die sowjetischen Raketentechniker bewiesen damit eindeutig ihre absolut führende Stellung auf diesem Gebiet. Unter Berücksichtigung der von ihnen für einen erfolgreichen Mondflug als

notwendig erkannten Voraussetzungen ist es dann auch nicht mehr verwunderlich, daß die bisherigen amerikanischen Versuche in puncto Mondflug mit so niederschmetternden Ergebnissen endeten.“²⁶

Auch in Walter Ulbrichts berühmter Formel vom „Überholen olme einzuholen!“ der Bundesrepublik steckt die Vision von der aufsteigenden Rakete. In diese Mental-Logik fügt sich auch der bevorstehende Siebenjahresplan, immer wieder als „Sieben-Stufen-Rakete“ mit der projektierten Zielankunft 1965 ausgegeben. Keineswegs war dies nur als Metapher gemeint, sondern unterstellte die völlig legitime Übertragbarkeit der in der Raketentechnologie verwirklichten naturwissenschaftlichen Exaktheit auf die ebenso „gesetzmäßig“ voranschreitende Wirtschafts- und Gesellschaftsentwicklung der sozialistischen Staaten schlechthin. Märehenhaft, aber wahr!: dieser Mentalbestand ist in den Äußerungen bis auf die Dorfebene hinunter immer wieder anzutreffen: „In Schönbrunn ziehen immer mehr Einwohner die Siebenmeilenstiefel des Sozialismus an.“²⁷

Schnell eroberten die Überlegenheitshymnen einen festen Platz in der Tages- und Illustriertenpresse der DDR. „Mit klarem Blick für die politische Situation haben unsere Schriftsteller, und mit ihnen, ganz spontan, auch Laien, das Sputnik-Thema aufgegriffen,“ befand Manfred Häckel in der Zeitschrift „Junge Kunst“ und erklärte die ‚Sputnik-Literatur‘ gleich zu einer neuen literarischen Gattung, deren Zweck es sei, der „Verherrlichung des kommenden kommunistischen Zeitalters“ gebührenden Ausdruck zu verleihen.²⁸ „Der Polemik gegen den Westen,“ so konstatierte der Spiegel darauf, „der den Sowjet-Monden zunächst gar keine, später nur sehr viel leichtere Satelliten zugesellen konnte, haben sich die Lyriker mit besonderer Bravour angenommen.“²⁹ Neben Johannes R. Bechers „Planetarischem Manifest“ fanden sich etwa Kurt Barthels (Kuba) „Zwei stramme Sowjetsterne“ oder Rudolf Bahros „Verse vom roten Stern“.

Wo aber fand sich der interplanetarische ‚Sieg‘ im DDR-Alltag wieder? Gab es eine Möglichkeit, das zum Überholen der Bundesrepublik notwendige Maß an Zukunftstechnologie DDR-intern zu erzeugen? Welcher volkseigene Industriezweig oder Betrieb konnte den Kunststücken der Sowjet-Raketen etwas ähnlich Spektakuläres entgegensetzen? Einzig im Zauberkasten der Chemie schienen sich jene Fortschrittswaffen finden zu lassen, die dem Raketen- mit einem hausgemachten Retortenwunder entgegen treten konnten. Nur die Chemie, so hieß es, körme der DDR-Volkswirtschaft die noch fehlenden Antriebskräfte geben, da sie mit dem geringstem Aufwand an Material und Mitteln ein maximales Produktionsergebnis einfahren könne. Und so heißt es in einem „Chemie-Lied“:

Propagandalyrik

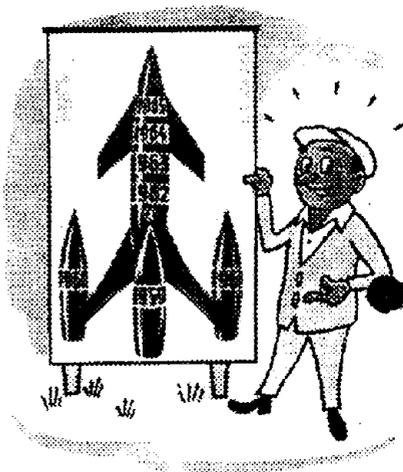
...“Der Faust hat seine Seel’ vermacht
für’n bißchen Hexerei. –
Wir hexen uns ein Kleid zur Nacht
aus Perlon – und sind frei! – ...

Refrain:

Eins-zwei, eins-zwei und drei!
Ein Schwupp, ein Schwapp, ein Brei!
CO plus NH³ –
Wir alle sind dabei!...“³⁰

7. Das große sozialistische Lehrgedicht

Selbstverständlich implizierten die Hymnen auf den technischen Fortschritt auch immer die Überlegenheit der fortschrittlicheren Gesellschaft, wengleich deren Entwicklung erst am Anfang, in der „Endphase der Übergangsperiode vom Kapitalismus zum Sozialismus“³¹ wie die offizielle ‚Geschichte der DDR‘ vermerkt, zu stehen schien. Doch überall seien neue gesellschaftliche Kräfte erstanden, wie die Jugendkomplexbrigade ‚Nikolai Mamai‘ aus dem VEB Elektrotechnisches Kombinat Bitterfeld. Am 3. Januar 1959 rief sie dazu auf, „den sozialistischen Wettbewerb unter der Losung ‚Sozialistisch arbeiten, lernen und leben‘ zu führen.“³² Um sich den Impuls der Jugend zunutze machen, ihn aber auch frühzeitig kontrollieren und in eine von oben angeleitete Massenbewegung umbiegen zu können, hatte „das Zentralkomitee der SED ... im Januar 1959 beschlossen, diese neue Bewegung nach Kräften zu unterstützen. Das verlangte von SED, FDGB und FDJ eine intensivere ideologische Arbeit bei der Erziehung zur sozialistischen Arbeitsmoral.“³³ In den Betrieben und Parteiaktiven arbeiteten die Propagandaspezialisten Broschüren, Flugblätter und Sichtagitationsmaterial zum Thema aus. Eine solche Broschüre mit dem Titel „Nachmachen selbstverständlich“ wurde – in einer Auflage von 50.000 Stück – im Juni 1959 an die Brigaden in den Betrieben im Bezirk Leipzig verteilt:



Unser Siebenjahresplan
fängt mit Rakentempo an.
Für unsren Sieg wir alles geben,
deshalb sozialistisch arbeiten, lernen, leben!



„Wie fange ich“, fragt Meier, Krause,
„die Arbeit sozialistisch an?“
„Sehr einfach“, sagt zum Meier, Krause,
„wir stell'n das ‚Wir‘ ganz vorne dran.“

Propagandalyrik

Nachmachen selbstverständlich

Unser Siebenjahresplan
fängt mit Raketentempo an.
Für unsren Sieg wir alles geben,
deshalb *sozialistisch arbeiten, lernen, leben!*

„Wie fange ich“, fragt Meier Krause,
„die Arbeit sozialistisch an?“
„Sehr einfach,“ sagt zum Meier Krause,
„wir stell'n das ‚Wir‘ ganz vorne dran.“

Meier ging ein Lichtlein auf,
was nützt ihm Egoismus;
allein für sich baut er nicht auf,
Gemeinsamkeit schafft Sozialismus.

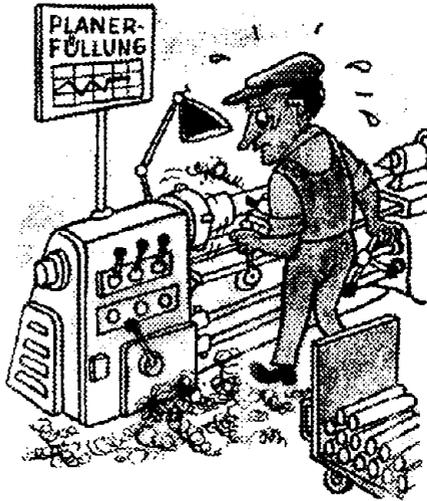
Und eines Tages war's so weit
sie kämpfen um den Titel.
Nicht einer, alle sind bereit:
Sozialistisch arbeiten heißt das Mittel!

Krause sagt: „Kollegen, was wir brauchen,
ist ein gut durchdachter Plan.
Überlegt mit, wie man *bis Oktober*
80 Prozent erfüllen kann.

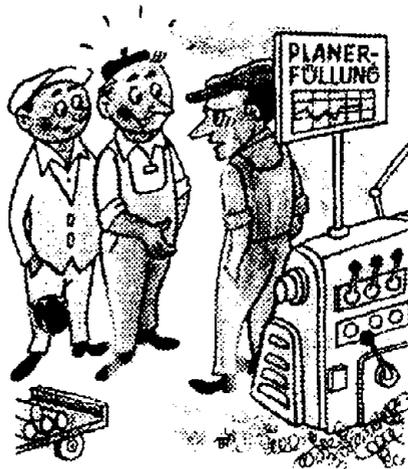
Das A und O zum Vorwärtsstürmen
ist die *Steigerung der Arbeitsproduktivität*.
Verlustzeiten werden bald verschwinden,
weil sie es machen, wie's ihnen Seifert rät.“

Krause spricht: „Mit Pünktlichkeit
das Wirtschaftsrad sich schneller dreht.“
Meier, der kapiert und kommt
auch ohne Uhr nicht mehr zu spät.

Und die neue Arbeitsdisziplin
setzt sich durch, weil er begreift:
durch die Arbeiter-und-Bauern-Macht
werden Schlotbarone eingeseift...



Mit dem Paul will's gar nicht klappen, –
er hängt sehr am alten Zopf;
alles will allein er machen,
rennt sich fest mit sturem Kopf.



„Paule“, spricht das Kollektiv,
„wir woll'n nicht auf Dich verzichten!
Wir helfen Dir mit Rat und Tat,
woll'n unsre Arbeit besser noch verrichten!“

Propagandalyrik

Mit dem Paul will's gar nicht klappen. -
er hängt sehr am alten Zopf;
alles will allein er machen,
rennt sich fest mit sturem Kopf.

„Paule,“ spricht das Kollektiv,
„wir woll'n nicht auf Dich verzichten!
Wir helfen Dir mit Rat und Tat,
woll'n unsre Arbeit besser noch verrichten.“

Die *neue Technik voll zu meistern* –
das merkten sie sehr bald –
das ist nur zu schaffen,
wenn *sozialistisch lernen* jung und alt.

Dreher Fritz, dem leuchtet's ein,
und er studiert mit Energie,
was ihm morgen nützen kann:
die Grundbegriffe der Chemie.

Krause, stets bereit zu guten Taten,
meint zu Oberingenieur Fritz Lang:
„Kommen Sie in die Brigade, es geht schneller,
wenn wir ziehn an einem Strang!“

Jetzt wird *gemeinsam die Produktion beraten*
Arbeiter und Intelligenz vereint.
So entstehen neue Taten, und Hindernisse
werden aus dem Weg geräumt.

Frau Meier kommt auf die Idee
(und von da aus zum Entschluß):
„Ich schaffe im Betrieb jetzt mit,
weil's so noch schneller vorwärts gehen muß.“

In unsrem Staat geht's gut voran,
in Stadt und Land wir besser leben.
Auch die Höhen der Kultur erstürmen
ist der Brigade ernstes Streben.

Meier, welcher bisher meist gelesen
den üblen Schmöker „Kunigundes Fluch“,
greift jetzt auf Empfehlung der Brigade
zu einem wirklich guten Buch.

Drum, vorwärts geht's und nicht zurück,
wer länger wartet, bleibt zurück!
*Für Wohlstand, Frieden, Glück,
deckt alle mit den Tisch der Republik.*

Dem Volke und dem Frieden nutzen.
das Neue fördern, nach ihm streben,
heißt: sozialistisch arbeiten, lernen, leben.“³⁴

Das große Lehrgedicht über den neuen Geist des Sozialismus hebt sich durch seine moderaten Töne angenehm von den oben zitierten Propagandaprodukten ab. Ganz auf die Binnenkommunikation der DDR zugeschnitten, verarbeitet der Text zwar pflichtgemäß alle Losungen im Vorfeld des 10. Jahrestages der Republik, doch ist er kaum von Polemik (abgesehen von den „Schlotbaronen“, Ulbrichts Lieblingsausdruck zur Bezeichnung des Klassenfeindes) noch von geschwollenem Siegespathos durchsetzt.

Trotz der obligatorischen Referenzen an Raketen- und Chemiemythos regiert der neue, leichte Stil die Aussagen, und in durchaus humorvoll angelegten Strichfiguren wird das Thema zur sinnlichen Ansehauung gebracht und personengebunden vorgeführt. Dabei fällt den Versen innerhalb des Text-Bild-Ensembles die pädagogische Aufgabe zu, sowohl die Einsichten des allwissenden Erzählers zu vertreten als auch die handelnden Strichfiguren zu den „richtigen Auffassungen“ hinzuleiten. Daß die Broschüre so deutliche Anleihen bei der populären ‚westlichen‘ Comic-Literatur macht, darf für DDR-Verhältnisse durchaus als kühn bezeichnet werden und mag die Propagandisten als „Neuerer“ auf ihrem Gebiet ausgewiesen haben.

Anhand einer Modellbrigade wird vorgeführt, wie der neue Geist des sozialistischen Arbeitens, Lernens und Lebens um sich greifen soll. Indem das Gedicht eine Brigade als Sozialkörper beschreibt, nimmt es gleichsam an deren Arbeitsalltag teil und versucht, über den Protagonisten und Aktivisten Krause („stets bereit zu guten Taten“) seine Botschaft lebendig zu gestalten und zur Resonanz zu bringen. Erste Adressaten sind die vielen Meiers in den Betrieben, leidlich gute Werk tätige zwar, denen es aber noch häufig an der notwendigen Arbeitsmoral und -disziplin mangelt. Zuspätkommen und Schlen-

drian während der Arbeitszeit bestimmten auch 1959 in vielen Betrieben den Alltag. Die noch unausgeschöpfte Arbeitskraft volkswirtschaftlich erschließen zu können, stellte aber nur zum kleineren Teil eine organisatorische („gut durchdachter Plan“, „Seifert-Methode“), zum größeren Teil eine psychologische Aufgabe dar. Denn während der Musterbekehrungskandidat Meier die „Wir“-Ideologie schnell zu seiner persönlichen Sache macht und an sie glaubt („was nützt ihm Egoismus?“), zeigt sich der Eigenbrötler-Typ Paul mit Verbissenheit dagegen resistent. In dieser Figur konzentriert und symbolisiert sich der psychische Widerstand, den die Agitatoren und Propagandisten in den Betrieben nicht selten vorfanden, und der ohne die Mithilfe der Brigade selbst („Paule, spricht das Kollektiv...“) nicht zu überwinden war.

Der Bereich des sozialistischen Lernens und Lebens, wie er in der zweiten Hälfte des Gedichts vorgeführt wird, ist dagegen ein von solchen Auseinandersetzungen noch wenig belastetes Zukunftsprojekt. In der Tat lagen die Hoffnungen auf große Innovations- und Produktivitätsfortschritte auf den neu eingeführten Formen innerbetrieblicher Zusammenarbeit („Produktionsberatung“; „Arbeiter und Intelligenz vereint“), Weiterbildungsprogrammen sowie der verstärkten Mitarbeit der Frauen in den Betrieben. Das sozialistische Leben schließlich sollte ein ethisch höherwertiges, reicheres und erfüllteres Leben sein, das der Arbeiterklasse auch die Möglichkeit aktiver Teilnahme am Kulturleben („die Höhen der Kultur erstürmen“) ermöglichen sollte. Es ist aber bezeichnend, daß das Gedicht mit der Formel „für Wohlstand, Frieden, Glück“ und dem – ganz materiellen – Blick in das HO-Schaufenster schließt.

In einer zentralistisch geführten Gesellschaft steht kein Propagandaprodukt für sich allein. Dieser Broschüre kam die Aufgabe zu, unmittelbar am Arbeitsplatz zu wirken und vor Ort die Diskussion zu führen. In ihrer Wirkung unterstützt wurde sie dabei von den Printmedien der DDR, die mit ihren Mitteln versuchten, die neue Losung massenwirksam zu verbreiten. Doch es zeigte sich schnell, daß „sozialistisch arbeiten, lernen und leben“ große Kommunikationsprobleme in sich barg und so gut wie wirkungslos blieb, solange der Formel kein konkretes Beispiel an die Seite gegeben wurde. So stießen die Agitatoren in den Betrieben bei der Verkündigung des neuen sozialistischen Geistes nicht selten auf Schwierigkeiten: „Wir sind zu einer Jugendbrigade gegangen. Als wir den Mädeln dort die Frage vorgelegt haben, was sie sich unter sozialistisch leben vorstellen, war es sehr schwer, darüber eine Diskussion in Gang zu bringen. Das war bei dieser abstrakten Fragestellung auch gar nicht anders möglich.“³⁵ Zuweilen schlug ihnen auch Unwillen, ja Widerstand entgegen. Genosse Genzen aus Meißen: „Die Schmelzerbrigade (...) war zwar bereit, den wissenschaftlich-technischen Fortschritt

anzuwenden, einen Planvorsprung herauszuholen, um die Seifert-Methode zu kämpfen und gegen Bummelstunden anzugehen. Dann kam jedoch das große Aber, um das die Kollegen herumdruckten. ‚Das ist alles ganz schön und gut,‘ sagten sie, ‚wenn das nicht so mit dem sozialistischen Lebert wäre.‘ Unter sozialistisch leben verstanden sie, daß nun keiner einen Tropfen Alkohol trinken, nicht mehr rauchen und auch nicht mehr tanzen gehen dürfe. Wir haben ihnen gesagt, daß eine solche Ansicht Unsinn sei und daß die Planerfüllung, die Seifert-Methode, der technische Fortschritt, der Kampf gegen Bummelstunden ja das neue sozialistische Lebert sei. ‚Dann sind wir ja schon ein sozialistisches Kollektiv‘, war jetzt die Meinung der Brigade. Nun mußten wir ihnen erklären, daß das noch nicht der Fall sei, sondern daß sie erst im gegenseitigen Erziehungsprozeß ein sozialistisches Kollektiv werden, d.h. wenn alle Mitglieder der Brigade bewußt nach den Gesetzen der sozialistischen Ethik und Moral handeln. Die Kollegen haben dann zu dem einen gesagt: ‚Mein Lieber, wenn du jetzt noch weiter so trinkst, werden wir dir ganz schön was erzählen.‘³⁶ In diesem Fall übernahmen die Kollegen -glaubt man den Propagandisten-, deren Aufgabe: den Unwilligen erfolgreich unter Druck zu setzen, indem seine „falsche“ und „kleinbürgerliche“ Lebensweise vor der ganzen Brigade an den Pranger gestellt wurde.

Das Propagandagedicht über die neue sozialistische Arbeits- und Lebensqualität ist aber nicht zuletzt auch ein Gedicht über beschleunigte und verdichtete Zeit, werden doch die jeweils mehrfach auftauchenden Signalwörter „vorwärts“ und „schneller“ so gebraucht, als seien sie selbst schon Qualitäten. Frau Meier, wie ihr Mann eine ideale Bekehrungskandidatin, akkumuliert sie noch zur Sentenz: ‚weil’s so noch schneller vorwärts gehen muß.‘ Dies freilich ist nichts als der Wunsch der Partei.

Doch aus den werktätigen Massen ließen sich nicht massenhaft Aktivisten rekrutieren. Das kühne Projekt des sozialistischen Arbeitens, Lernens und Lebens verlangte der Bevölkerung auf Dauer zu viel an Idealismus, Kreativität und wohl auch Willigkeit ab. Dem so euphorisch begonnenen Produktionswettbewerb mit dem Westen folgten letztlich zu wenig und zu schlechter Ausstoß. Und schon ein halbes Jahr später machte die weitaus nüchterner gehaltene Formulierung von der „Sozialistischen Rekonstruktion“ die Runde. ‚Sie besteht‘, so erklärte Walter Ulbricht in umständlichem Parteideutsch, ‚in der Zusammenfassung der Herstellung gleicher oder gleichartiger Erzeugnisse oder wichtiger Bestandteile in einem Betrieb beziehungsweise in einer möglichst geringen Zahl von Betrieben, die den relativ geringsten Aufwand an Investitionen, Material und Arbeit, das heißt eine hohe Produktivität gewährleisten.‘³⁷

8. ‚Soziale Marktwirtschaft‘ als Zeitgedicht

Am 19. Juni 1959 schreibt Hans E. Haberfeld im Auftrag der die Waage-Aktionen betreuenden Agentur Brose an den bekannten Karikaturisten Vicco von Bülow, man plane einen Zeichentrickfilm über die Soziale Marktwirtschaft: „In welche Richtung unsere stilistischen Vorstellungen gehen, können Sie daraus ersehen, daß wir uns als Text-Autor für diesen etwa 70 m langen Film um Eugen Roth bemühen. Seine ‚Ein Mensch‘-Gedichte ... würden unserer Vorstellung nach Lorient-Figuren besonders gut auf den Leib passen.“⁴³⁸ Im Herbst finden sich Zeichner und Texter zusammen, und es entsteht der Zeichentrickfilm „Mit beiden Füßen auf der Erde“: Held der Handlung ist das bekannte Lorientische Knollennasenmännchen, den lyrisch-leichten Text liefert Eugen Roth. Im Frühjahr 1960 ist der Film fertiggestellt und wird zwischen dem 20. Mai und dem 23. Juni und nach der Sommerpause noch einmal zwischen dem 9. September und dem 17. November in 545 Lichtspieltheatern mit insgesamt 438 250 Plätzen in der Bundesrepublik gezeigt.

„Mit beiden Füßen auf der Erde“

Ein Mensch – wie so die Menschen sind –
fühlt sich als Wirtschaftswunderkind,
sieht manchen seiner Träume reifen
und glaubt, er braucht bloß zuzugreifen.
Doch wer sich nur an Träume hält,
gar bald *aus allen Wolken fällt*:
Die Hände – leer am Ende dann.
Der Mensch *fängt* besser *klein* erst *an*
und kriegt als Lohn für seinen Fleiß
ein Bildungszeugnis, schwarz auf weiß.
Berufswahl trifft nun unbeirrt
der Mensch, der frei wählt, was er wird.
Der Mensch, vom Mißerfolg verdüstert,
hört, was das schlechte Ich ihm flüstert:
„Was man mit Arbeit schwer erreicht,
das Spiel des Glücks bringt es dir leicht!“
Doch *wie gewonnen, so zerronnen*.
Mit leeren Händen neu begonnen!
Der Mensch, in neuer Illusion,
sucht eine Organisation.

*Wer sich auf andere verläßt,
verlassen ist – so stellt er fest.
Noch immer sind die Hände leer.
Dem bessren Ich geh hinterher!
Steh, statt zu laufen mit der Herde,
mit beiden Füßen auf der Erde.
Der freien Wirtschaft erster Satz:
Selbst ist der Mann – frei ist der Platz.
Draus leitet ab Satz Nummer Zwei:
Erst Fortbildung macht wirklich frei.
Der Mensch mit seinen Zielen reift,
wenn ein Rad in das andre greift.
Selbst ist der Mann, er hat's geschafft -
zum Meister und zur Meisterschaft.
Anstatt mit leerer Hand zu grollen,
schöpft er nun plötzlich aus dem vollen.
So ist der Mensch, wie man hier sieht,
stets selber seines Glückes Schmied.
schafft, was er will, aus eigener Kraft
in der SOZIALEN MARKTWIRTSCHAFT.*



*Ein Mensch – wie so die Menschen sind –
fühlt sich als Wirtschaftswunderkind.*



*sieht manchen seiner Träume reifen
und glaubt, er braucht bloß zuzugreifen.*

*Doch wer sich nur an Träume hält,
gar bald aus allen Wolken fällt.*

Nicht erst zu bundesrepublikanischen Zeiten erreichten Eugen Roths „Ein Mensch“-Gedichte eine ungewöhnliche Popularität. Schon in den dreißiger Jahren war ihr Autor mit ihnen zu den neben Joachim Ringelnatz und Erich Kästner bekanntesten deutschen Lyrikern des feinsinnigen Humors arriviert. Da sie immer nach demselben Schema abliefen, funktionierten sie wie sich perpetuierende Gebrauchsmuster, die sich dem Gedächtnis besonders gut einprägten und virenhaft verbreiteten. Sobald schon die Anfangsworte „Ein Mensch...“ fielen, wußte ein damit jetzt eingestimmtes Publikum, was folgte: eine lyrisch-humoristische Miniatur samt einer guten Portion Lebensweisheit. Im Sinne der Domizlaffschen Werbetheorie³⁹ ist das Rothsche Verfahren konsequent durchgeführte lyrische Markentechnik: „Ein Mensch...“ setzte ja nicht nur ein Signal, das eine Erwartungshaltung kanalisiert, sondern gab auch immer ein lyrisches Produktversprechen ab. Es verwundert nicht, daß der Erfinder dieser so erfolgreichen Gedichtmarke schon während des Dritten Reiches zum gesuchten Werbetexter für Markenartikel avancierte.⁴⁰

Was für das Rothsche Gedichtmuster gilt, gilt für die Lorient-Figuren nicht minder. Auch die Knollennasen sind Ende der fünfziger Jahren längst eingeführte Markenartikel, die sich größter Popularität erfreuen und sich keineswegs genieren, ihrem Erfinder als Werbefiguren (z.B. für Weinbrand) so manches Zubrot zu verschaffen. Zur Konzeption der Knollennasemmenschen äußerte sich Vicco von Bülow, es sei „der Versuch, wie ihn jeder Karikaturist macht, einen Einheitsmenschentyp zu erfinden.“⁴¹ Somit waren sowohl mit dem Gedichttyp als auch mit der Cornic-Figur zwei Strukturrelemente vorgegeben, die – bei klugem Einsatz – in der öffentlichen Meinung auf positiven Widerhall rechnen konnten.

9. (Ein-) Griff ins soziale Gedächtnis

Auf den ersten Blick unterscheidet sich der Eugen-Roth-Text von den meisten seiner „Ein Mensch“-Texte kaum. Bei näherer Betrachtung aber zeigt sich, daß es sich um ein geschicktes Arrangement sprichwörtlicher Redensarten handelt, das seinerseits das Argumentationsmaterial zu einer neuen Sinnfigur bereitstellt. Neben einigen idiomatischen Ausdrücken („aus allen Wolken fallen“, „aus dem vollen schöpfen“) sind es vier Sprichwörter, die die Sinndimension des Textes entfalten („Wie gewonnen, so zerronnen!“; „Wer sich auf andere verläßt, verlassen ist“; „Selbst ist der Mann“; und „Jeder ist seines Glückes Schmied“). Sie alle verzeichnet schon die von Sebastian Franck im Jahre 1552 bei dem Frankfurter Drucker Christian Egenolff erschienene Sammlung deutscher Sprichwörter.⁴² Das Gedicht bedient sich also aus den in hunderten von Jahren sedimentierten Partikeln im sozialen Gedächtnis, überführt sie in sein didaktisches Konzept, das als Lernziel in den Begriff ‚Soziale Marktwirtschaft‘ einmündet. Es ist ja nicht allein die Summe der hier akkumulierten Sprichwortweisheit, sondern auch deren mentale Jahrhunderttradition, die die neue Wirtschaftsordnung für sich reklamiert. Innerhalb des Gedichts folgt der Einsatz dieser Mentalbausteine dem kompositorischen Muster von den negativen zu den positiv besetzten Spruchweisheiten hin. Scheint in Vers 21 („Wer sich auf andere verläßt...“) noch das (abzulehnende) Kollektiv vor, so geht das Gedicht spätestens mit Vers 26 und „mit beiden Füßen auf der Erde“ in den ‚positiven‘ Bereich über und gelangt in Vers 38 schließlich zum ungangssprachlichen Äquivalent für die Soziale Marktwirtschaft: „Jeder ist seines Glückes Schmied.“

Eigentlich sei, so Hermann Bausinger, das Sprichwort unserer komplexen Welt nicht mehr angemessen, da es zu „altväterisch“ daherkomme und eine

„gewisse biedere Behaglichkeit“ verkörpere. Dennoch repräsentiere es „die wenngleich gefährdete, so doch immer noch gültige bürgerliche Moral.“⁴³ Heute werde seine „eingleisige Weisheit in Frage gestellt. Sprichwörter werden nicht mehr unbedingt ernst genommen, sondern es wird mit ihnen ‚gespielt‘.“⁴⁴ Dennoch lebe es als „sprachliche und gedankliche Fertigware“ im heutigen Sprachgebrauch weiter. Freilich spielt auch der Roth-Text mit diesem Volksgut, jedoch nicht im Sinne einer auffälligen Verballhornung oder Verdrehung. Hier dient das Sprichwort-Geflecht, das im Hintergrund bleibt, der Entfaltung der Erzählung und hilft so ganz unauffällig, den psychologischen Boden für den finalen Auftritt der Wirtschaftsordnung vorzubereiten.

Ob die Botschaft im Publikum die erhoffte positive Resonanz auslösen konnte, muß dahingestellt bleiben. Zwar wird in einer Selbstdarstellung der ausführenden Werbeagentur Brose aus dem Jahr 1960 unter dem Titel: „Soziale Marktwirtschaft – die Wirtschaftsform freier Menschen“ nicht ohne Stolz vermerkt, der Film sei auch in dieser Hinsicht als ein kleines Meisterstück anzusehen: „Man muß eine Reihe von Aufführungen des Streifens nicht vor geladenen Gästen, sondern unter dem ‚Normalpublikum‘ der Lichtspieltheater – miterlebt haben, um den außerordentlichen Effekt ermessen zu können. Nur selten wirkt das Rezept, die Menschen über ein Schmunzeln zum Nachdenken zu bringen, so prompt wie in diesem Fall,“⁴⁵ doch dürfte es sich hier um ein gutes Stück Eigenwerbung der betreuenden Agentur gehandelt haben.

Wenn überhaupt eine Veränderung der öffentlichen Meinung im Sinne von wachsender Zustimmung zu dem über den Slogan „Mit beiden Füßen auf der Erde“ vermittelten wirtschaftspolitischen Gedanken- und Vorstellungskomplexen meßbar war, so dürfte sie eher der vorausgegangenen Anzeigen- und Broschürenkampagne gleichen Titels zuzuschreiben sein.⁴⁶

Wie die Propagandabroschüre „Nachmachen selbstverständlich“ ist aber auch der Film als Zeitdokument zu verstehen, das seinerseits wiederum Zeithorizonte gestaltet. Einerseits durchzieht ihn eine leise Sorge um eine in der Bevölkerung sich ausbreitende oder schon vorhandene Wirtschaftswundermentalität mit den – aus Unternehmersicht – negativen Folgeerscheinungen sinkender Arbeitsmoral bei gleichzeitig steigendem Anspruchsdenken, andererseits genießt er – ohne dies allzu offensichtlich zu tun – auch einen Triumph: die endgültige Durchsetzung der ‚Sozialen Marktwirtschaft‘. Im November 1959, knapp vor Beginn des neuen Jahrzehnts, hatte ja selbst die SPD in ihrem Godesberger Grundsatzprogramm beschlossen: „... die Sozialdemokratische Partei (bejaht) den freien Markt, wo immer wirklich Wettbewerb herrscht.“⁴⁷ Aus diesem Siegesgefühl bezieht der Film seine Souveränität und vielleicht

auch Heiterkeit, die ihn weder 1958 noch 1962 so hätte entstehen lassen können.

10. Im Duett und Streitgespräch: eine Bilanz

Welche Summe läßt sich ziehen hinsichtlich des Quellenwertes, aber auch der Leistungskraft solcher Propagandagedichte? Welcher Rang kommt ihnen innerhalb einer deutsch-deutschen Mentalitätsgeschichte als einer doppelten und zugleich verschränkten Kommunikationsgeschichte des Alltags zu?

Es fällt auf, daß im formalen Bereich die Gemeinsamkeiten besonders ausgeprägt sind. Beide Propagandagedichte sind stark verdichtete Text-Bild-Verbände, die mit Bedacht auf ästhetische Mittel setzen, um ihre Botschaft eingängiger, humorvoller und breitenwirksamer zu gestalten. Beide arbeiten mit Versen und benutzen gezeichnete Figuren als Protagonisten; sie können mithin als Kurzepen bezeichnet werden. Eingehettet sind sie in ästhetische Kommunikationskonzepte, wie sie in der Werbe- bzw. Propagandalyrik der späten fünfziger Jahre in Ost und West beliebt und gängig waren. Beide sind Lehrgedichte mit Appellcharakter: ganz auf die Gewinnung der eigenen Bevölkerung zielend möchten sie über das ‚positive‘ Beispiel zur Leistung motivieren, wobei der Ost-Text in Appell- (d.i. Parolen) und Erzählsequenzen viel deutlicher zerfällt als der West-Text, der sein „docere“ fast gänzlich im „delectare“ versteckt. Dieser Befund verweist nicht nur auf unterschiedliche Rezeptionssituationen (Arbeitsplatz vs. Kino), sondern dokumentiert auch den Stellenwert, den die Begriffe ‚Arbeit‘ und ‚Freizeit‘ im Gesellschaftsleben der DDR und der BRD an der Schwelle der sechziger Jahre einnehmen. Beide Gedichte sind Propagandaprodukte der leisen Töne, die mit wenig Polemik auskommen, zumal der jeweils ideologische Gegner („Schlotbarone“ vs. „Organisation“) hier nur untergeordnete Rollen spielen. Beide schließlich sind als funktionaler Teil innerhalb größerer Konzepte bzw. Kampagnen zu verstehen, die, obwohl ihre Botschaft über verschiedene Medien (Broschüre vs. Film) verbreitet wurde, zu einer unmittelbarer Gegenüberstellung und Ineinanderspiegelung einladen.

Beide Propagandaprodukte bewerben eine in ihrer gesellschafts- bzw. wirtschaftspolitischen Dimension im hohen Grade abstrakte Idee, deren Konkretisierung das jeweilige gesellschaftliche System selbst ist. Beide müssen, um diese Idee glaubhaft propagieren zu können, die sinnliche Anschauung suchen und wenigstens einen in sich kohärenten Teil ihres Systems überzeugend ‚erzählen‘. Als Kommentatoren und Animateure ver-

stehen sie sich als Teilnehmer am großen Nachkriegsprojekt des gesellschaftlichen resp. individuellen ‚Aufstiegs‘-Schauspiel. Während diese Botschaft vom Ost-Gedicht in die Worte „schneller“ und „vorwärts“ gefaßt wird, ist der West-Text eine Beschwörung des „besser“ („besseres Ich“ = besseres Zahnrad). Einer ganz im (männlichen!) Individuum begründeten Leistungsethik unter Konkurrenzbedingungen antwortet die sozial-ethische Utopie des „Sozialistisch arbeiten, lernen und leben“. Ganz Zukunftsbild zeichnet diese eine bis in die letzte Verästelung durchgeformte sozialistische Gesellschaft, wohingegen „Ein Mensch (...) in der Sozialen Marktwirtschaft“ den zwar gefährdeten, aber letztlich sich doch schon zur Zeit unweigerlich vollziehenden Aufstieg eines Individuums vorführt. Der ‚Waage‘-Film beschränkt sich mit Bedacht auf dieses eine musterhafte Arbeits- und Konsumentenschicksal; nur so kann er zugleich unterstellen, alle erstrebenswerten Ziele seien letztlich innerhalb des privaten Lebensrahmens erreichbar, womit implizit auch die Reproduktion (klein-) bürgerlicher Weltanschauungen mitläuft. Sofern Probleme wahrgenommen werden, sind es Probleme der Person, aber niemals des Systems. Somit kann gar kein Kampf um eine andere Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung stattfinden, sondern er wird stets im Individuum selbst ausgetragen. Will dieses im System erfolgreich bestehen, muß es sich zurechtmodellern, anpassen, konditionieren („dem besseren Ich geh hinterher...“). Damit wird schon im ersten Satz die ‚Soziale Marktwirtschaft‘ als gegeben vorausgesetzt – ein überaus kluger Propagandaschachzug. Die Ost-Broschüre antwortet darauf mit dem noch weithin offene Projekt einer erst zu erreichenden neuen Gesellschaftsethik. Ziel soll ein „Wir“ deutlich höherer Qualität sein, ein Kollektiv aus lauter Aktivisten, das die sozialistische Weltanschauung nicht nur vollständig internalisiert hat, sondern aus dieser Systembegeisterung die Energie zu permanenten Höchstleistungen schöpft. In der Realität 1959 allerdings stellte sich diese hohe gesellschaftsethische Zielvorstellung für den einzelnen wie auch die Brigade zunächst nur als ein Abarbeitung heischender Forderungskatalog dar: und letztlich enthielten die Planvorgaben auch eine planmäßige charakterliche Umgestaltung des Einzelnen („Meier geht ein Lichtlein auf...“) im Sinne des sozialistischen Menschenbildes.

In der Art und Weise, wie beide Texte mit ihren Botschaften umgehen, offenbart sich der Unterschied der Systeme und letztlich auch der Stellenwert, den Propaganda im jeweiligen System inne hatte: Der Ost-Text umrahmt und durchwirkt seine Story beständig und recht holzschnittartig mit dem Begriff „sozialistisch“, wohingegen der psychologisch durchgearbeitete West-Text seine Botschaft eher versteckt, zumindest bis zum Ende aufspart und in die Erzählung noch so eben einschmuggelt. Mit kaum einem anderen Vorwurf

hätte man die ‚Waage‘-Verantwortlichen auch mehr treffen können als mit jenem, sie hätten Propaganda gemacht.

Der grundlegende Dissens schließlich läßt sich in der Frage konzentrieren, ob sich eine Leistungsethik kollektiv oder individuell begründen läßt. An Paul, dem verbissen vor sich hin arbeitenden Eigenbrötler, werden die diametral entgegengesetzten Weltanschauungen bildhaft deutlich: in den West-Text verpflanzt, wäre er der geradezu ideale Protagonist dieses Systems.

11. Runde Töne, geteilte Welt

Werden die Propagandagedichte in ihrer Spiegelbildlichkeit aufeinander hin gelesen, bieten sie das Dokument eines nicht nur sich spaltenden deutschen Landes, sondern auch eines auseinanderdriftenden Denkens an der Schwelle der sechziger Jahre. In diesem Stadium des Wettlaufs der Systeme – bei einer noch offenen Grenze – verrät diese sich so exzessiv in Versen dokumentierende Selbstein- und Überschätzung der beiden Gesellschaftsformen vielleicht auch etwas von der Suche nach einer Selbstgewißheit, die bei mehr prosaischer Betrachtungsweise so schon längst nicht mehr existierte.

Selbst ausgewiesene Konservative wie der ‚Welt‘-Kolumnist Paul Sethe nahmen dies wahr und witterten dahinter das Unheilvolle einer Entwicklung, die im 13. August 1961 dann ihren vorläufigen Abschluß finden sollte: „Das Gefährliche an dem Grundsatz ‚Nie mit Pankow sprechen‘ ist, daß diese vorgeschobene Stellung immer schwächer und immer bedrängter wird. Schon hat man einige Schritte zurückweichen müssen. Gerade aus den Hauptstädten befreundeter Staaten müssen wir in diesen Wochen immer wieder hören: ‚Warum spricht ihr eigentlich nicht mit Pankow?‘“⁴⁸ Eine künftige Geschichtsschreibung wird unser Verhalten in diesen Jahren danach beurteilen, ob und wie wir den Gedanken der deutschen Einheit wachgehalten und was wir getan haben, um ihn zu verwirklichen.“⁴⁹ Das ist mehr als ein Hinweis darauf, warum bei den nachdenklicheren Zeitgenossen die Rhetorik der versifizierten Vollmundigkeit Unverständnis, Ablehnung, ja Ratlosigkeit hinterließ.

1960 erscheint aber auch der schmale Gedichtband des jungen Lyrikers Hans Magnus Enzensberger mit dem bezeichnenden Titel ‚Landessprache‘. Das gleichnamige Gedicht – ungereimt! – versucht, dieses aus der öffentlichen Diskussion ausgeblendete und sich fortwährend tiefer entzweigende deutsche Wissen von sich selbst wieder zur Sprache zu bringen:

...Was habe ich hier? und was habe ich hier zu suchen.
in dieser Schlachtschüssel, diesem Schlaraffenland,
wo es aufwärts geht, aber nicht vorwärts...

...Das habe ich hier verloren,
was auf meiner Zunge schwebt,
etwas andres, das Ganze,
das furchtlos scherzt mit der ganzen Welt
und nicht in dieser Lache ertrinkt.

verloren an dieses fremde, geschiedne Geröchel,
das gepreßte Geröchel im Neuen Deutschland,
das Frankfurter Allgemeine Geröchel
(und das ist das kleinere Übel),
ein mundtotes Würgen, das von nichts weiß,
von dem ich nichts wissen will, Musterland,
Mördergrube, in die ich herzlich geworfen bin
bei halbwegs lebendigem Leib,
da bleibe ich jetzt,
ich hadere aber weiche nicht,
da bleibe ich eine Zeitlang,
bis ich von hinnen fahre zu den anderen Leuten,
und ruhe aus, in einem ganz gewöhnlichen Land,
hier nicht,
nicht hier.⁴⁵⁰

- 1 R. Jungk. Ein Ruf zur Wiederbelebung der sozialen Phantasie, in: Vaterland, Muttersprache. Deutsche Schriftsteller und ihr Staat von 1945 bis heute (Quartheft 100), Berlin 1980, S. 167.
- 2 G. Dux, Die Zeit in der Geschichte. Ihre Entwicklungslogik vom Mythos zur Weltzeit. Frankfurt 1992, S. 192.
- 3 Ebenda, S. 338.
- 4 Vgl. hierzu den Beitrag von Rainer Gries in diesem Band.
- 5 In: Münchner Illustrierte, Nr. 16 vom 19. April 1958, S. 25.
- 6 Es ist kein Zufall, daß es auch die zur Brose-Agentur gehörende Gesellschaft für Gemeinschaftswerbung (GFG) war, die mit der Konzeptionierung, Gestaltung und Streuung der Waage-Kampagnen betraut wurde.
- 7 H. W. Brose, Die Entdeckung des Verbrauchers, Düsseldorf 1958, S. 139.
- 8 Vgl.: R. Gries/V. Ilgen/D. Schindelbeck, Gestylte Geschichte. Vom alltäglichen Umgang mit Geschichtsbildern, Münster 1989, S. 70ff.
- 9 Vgl. G. Ackermann, Wann zieht ein Werbebers?, in: Werbe-Rundschau, Zeitschrift für planmäßige Beeinflussung, Nr. 33/1959, S. 51-57. Eine ausführlichere Darstellung und

- Analyse westdeutscher Werbelyrik in: D. Schindelbeck. Erhards soziale Marktwirtschaft als Zeitgedicht. in: Universitas 4/1994, S. 356-366.
- 10 Ebenda, S. 358.
 - 11 So S. Meuschel. Legitimation und Parteiherrschaft in der DDR. Frankfurt a.M. 1992, S. 170. Vgl. hierzu auch die Beiträge von Rainer Gries und Gerald Diesener in diesem Band.
 - 12 A. Norden, Aus dem Leben schöpfen, um neues Leben zu wecken. in: Die Agitation und Propaganda ganz dem neuen Leben und dem Sieg des Sozialismus zuwenden. (Hrsg.) ZK der SED. Abt. Agit. Prop. 1959, S. 72-85, S. 73.
 - 13 Ebenda, S. 74.
 - 14 Ebenda, S. 76.
 - 15 Ebenda, S. 77.
 - 16 Ebenda, S. 84f.
 - 17 Vgl. hierzu insbesondere den Beitrag von Monika Gibas in diesem Band.
 - 18 Hrsg.: SED Bezirksleitung Leipzig. Abt. Agit./Prop. III/18/20 A-797/59 Lp G 610/59 VI 20.0. aus: Bezirkspartei-Archiv Leipzig.
 - 19 Vgl. dazu: H. Weinert, Jolanthe und die schriftliche Agitation. in: Neuer Weg. 1960, H. 11, S. 727-730. Ob sich mit dieser Taktik die Bauern überzeugen ließen, ob sie davon irritiert oder vielleicht nur amüsiert waren, muß dahingestellt bleiben.
 - 20 G. Rütger, Greif zur Feder, Kumpel, Schriftsteller, Literatur und Politik in der DDR 1949-1990, Düsseldorf 1992, S. 101.
 - 21 Eine Beurteilung solcher Propagandagedichte etwa nach Maßstäben hegelscher Ästhetik unterschläge diese Entstehungs- und Funktionsbedingungen. Solche Verse produzierten ja nicht nur tonnenideologische Leitbilder, sondern unterlagen als Propagandaprodukte selbst zunächst ‚nur‘ einer tonnenideologischen Bewertung. Ihre primäre Funktion lag immer darin, „neue“ und vor allem mehr Resonanzgefäße für Losungen – wie hier diejenigen im Vorfeld des 10. Jahrestages – bereitzustellen.
 - 22 In: Agitation und Propaganda (Anm. 12). Genosse Mansfeld (Bezirksleitung Karl-Marx-Stadt): Wie wir die Kader qualifizieren, S. 104.
 - 23 In den sechziger Jahren mehrten sich dann die Stimmen, die ästhetische Qualität einforderten und sich energisch gegen jedes „Handbuch der DDR in Versen“ (Adolf Endler und Karl Mickel) verwarren. Zit. nach: Sonderdruck aus dem SBZ-Archiv, Gedichte als Seismogrammen, Bonn 1968, S. 3.
 - 24 Zur Problematik gereimter Losungen im Vorfeld der Dezenniums-Feier aus Sicht der Parteispitze vgl. den Beitrag von Monika Gibas in diesem Band.
 - 25 In: Der Spiegel, 13. Jg., 1959, Nr. 27 vom 1. Juli 1959, S. 35.
 - 26 Jugend und Technik, 7. Jg., 1959, H. 11, November 1959, S. 674.
 - 27 In: Agitation und Propaganda (Anm. 12), Bericht des Genossen Heinrich (VEB DKK Scharfenstein), S. 112.
 - 28 M. Häckel, „Sputnik-Literatur“, in: Junge Kunst, Nr. 5/1958, S. 20-22.
 - 29 In: Der Spiegel, 12. Jg., 1958, Nr. 22 vom 28. Mai 1958, S. 54.
 - 30 In: Der Spiegel, 13. Jg., 1959, Nr. 27 vom 1. Juli 1959, S. 35.
 - 31 R. Badstübner (Hrsg.), Geschichte der Deutschen Demokratischen Republik, Berlin (Ost) 1981, S. 200.
 - 32 Ebenda, S. 210.
 - 33 Ebenda, S. 211.
 - 34 Hrsg.: SED-Bezirksleitung Leipzig – Abt. Agit/Prop. III/18/211/6./1959/50 000/LpG. 610/59. Kursive Herausstellung der Parolen zum 10. Jahrestag vom Verfasser.
 - 35 In: Die Agitation und Propaganda (Anm. 12), Bericht des Genossen Itzerodt (VEB Leuna-Werke „Walter Ulbricht“), S. 49.

Propagandalyrik

- 36 In: Die Agitation und Propaganda (Anm.12), Bericht des Genossen Genzen, S. 60.
- 37 In: Der Spiegel, 13. Jg., 1959, Nr. 27 vom 1. Juli 1959, S. 34.
- 38 Brief von Hans E. Haberfeld an Vicco von Bülow vom 19. 6. 1959, Fotokopie im Besitz des Verfassers. „Mit beiden Füßen auf der Erde“ (Rheinisch-westfälisches Wirtschaftsarchiv, Köln, Abt. 16, Nr. 3, Fasz. 1.). Kursive Herausstellung der Sprichwörter vom Verfasser.
- 39 H. Domizlaff, Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik, Hamburg 1982 (zuerst 1939). Vgl. auch: D. Schindelbeck, Hans Domizlaff oder die Ästhetik der Macht. Eines Werbeberaters Geschichte, in: Geschichtswerkstatt, Nr. 25 (Juli 1992), Bonn 1992, S. 13-30.
- 40 So z. B. für Atikah-Zigaretten innerhalb der Kampagne „Die neue Rauch-Epoche“ im Jahr 1938, in: K. Graak, Hundert Jahre Lyrik in der Werbung. Die schöne Kunst der Selbstdarstellung, Köln 1988, S. 23.
- 41 Brief von Lorient/Vicco von Bülow an die Verfasser vom 27. 3. 1993.
- 42 Franck/Ch. Egenolff, Sprichwörter/Schöne/Weise Klugredenn, Frankfurt a.M. 1552: „Wie gewonnen/so verschwunden“; „Keiner verlasse sich auff den andern“; „Selbs ist der man“; „Es hat einer glück/darnach er thut“. Karl Simrocks im Jahr 1846 veranstaltete Ausgabe ‚Die Deutschen Sprichwörter Gesammelt‘, Frankfurt a.M. 1846 (Reprint Dortmund 1978, Nachwort von Hermann Bausinger) verzeichnet unter Nr. 3647: ‚Wie gewonnen, so zerronnen‘; Nr. 306: ‚Wer sich auf andere verläßt, der ist verlaßen‘; Nr. 9484: ‚Selber ist der Mann‘; Nr. 3784: ‚Jeder ist seines Glückes Schmied‘.
- 43 Ebenda, S. 8.
- 44 W. Mieder, Deutsche Sprichwörter in Literatur, Politik, Presse und Werbung, Hamburg 1983, S. 7.
- 45 Zit. nach: „1960 Soziale Marktwirtschaft – die Wirtschaftsform freier Menschen“ (Broschüre der Werbeagentur H. W. Brosch) Ludwig Erhard Archiv Bonn, ZU6 Waage, GfG 56. Die Waage – Ausblick und Rückschau.
- 46 Im Frühjahr 1959 war der Unternehmerverein ‚Die Waage. Gemeinschaft zur Förderung des sozialen Ausgleichs e.V.‘, der seit 1952 kontinuierlich Öffentlichkeitsarbeit für die ‚Soziale Marktwirtschaft‘ betrieben hatte, wieder mit einer neuen, speziell auf Jugendliche abgestimmten, Kampagne an die Öffentlichkeit getreten. In der entsprechenden unter Schlagzeilen wie ‚Rock around the Clock‘ veröffentlichten Anzeigenserie war überdies ein Ausschneidecoupon zum Bezug einer 36-seitigen Broschüre, die wie der Zeichentrickfilm den Titel ‚Mit beiden Füßen auf der Erde‘ trug, eingedruckt.
- 47 Grundsatzprogramm der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. Beschlossen Vom Außerordentlichen Parteitag der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands in Bad Godesberg vom 13. bis 15. November 1959, S. 14.
- 48 Vgl. hierzu den Beitrag von Eckardt Fuchs in diesem Band.
- 49 P. Sethe, Sollen wir mit Pankow sprechen?, in: Kristall, 14. Jg., 2. Vj. 1959 Nr. 9, S. 534.
- 50 H. M. Enzensberger, Landesprache, Frankfurt a.M. 1959, S. 14-18. Dieses Gedicht wurde von Günther Deicke wiederum zum Anlaß genommen, ein ausführliches, bis zur hymnischen Verklärung gesteigertes, Bekenntnis zu seinem Staat DDR zu formulieren: „Aber das ist ein anderes Land.“ „denn es ist mein Land“, in: G. Deicke, Die Wolken. Gedichte, Berlin (Ost) 1967, zit nach: W. Brettschneider, Zwischen literarischer Autonomie und Staatsdienst. Die Literatur in der DDR, Berlin 1972, S. 289.

Blicke hinter den „Eisernen Vorhang“: Die DDR 1959 im Spiegel der US-Presse *

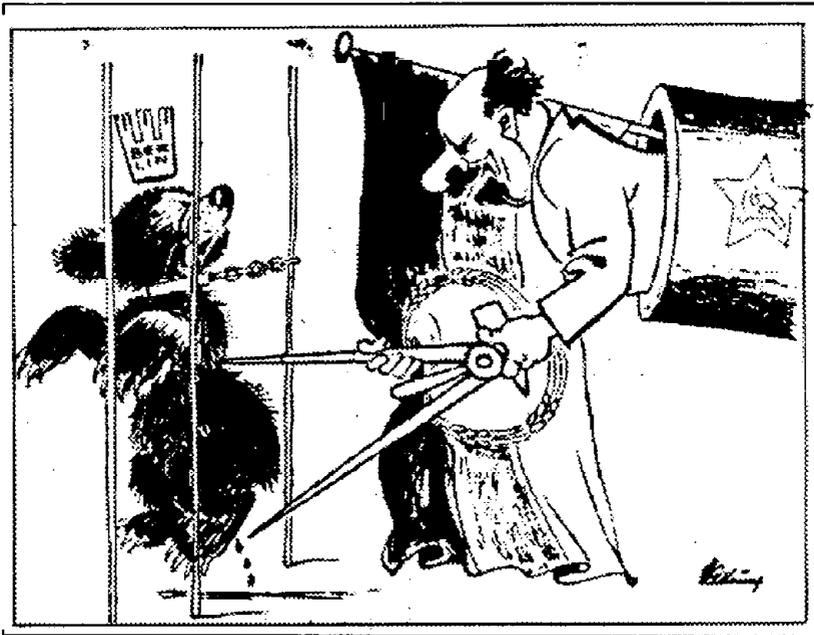
Als die DDR-Regierung am 21. September 1959 die Einführung einer neuen Nationalflagge bekannt gab, stieß diese Meldung zunächst auf wenig Interesse in den USA. Aber schon wenige Tage darauf avancierte das neue Staatssymbol zu einem Medienereignis, und es gab kaum eine Zeitung, die darüber nicht wenigstens kurz berichtete.¹ Was war geschehen? Am 6. Oktober, dem Tag vor den offiziellen Feierlichkeiten, hatten Ostberliner Eisenbahnarbeiter die neue Fahne mit dem Symbol von Hammer, Zirkel und Ährenkranz an den Westberliner Bahnhöfen, die unter Kontrolle der ostdeutschen Behörden standen, gehißt, worauf es zu Auseinandersetzungen zwischen Westberliner Polizisten und den Ostberliner Arbeitern gekommen war.² Sowohl die west- als auch die ostdeutsche Regierung werteten das Vorgehen der anderen Seite als Provokation, die drei Westmächte protestierten formal am 12. Oktober beim sowjetischen Oberkommandanten von Berlin.

Nun ließe sich das nachfolgende Propagandagefecht in eine lange Reihe ähnlicher Schlachten zwischen Ost und West einordnen, mit denen der „word war“³ betrieben wurde. In zweierlei Hinsicht kommt dem „flag disput“ aber eine besondere Bedeutung zu. Zum einen richtete er die Aufmerksamkeit der amerikanischen Berichtersteller auf das zehnjährige Bestehen der DDR. Der Ablehnung ihrer völkerrechtlichen Anerkennung durch die Westmächte seit 1949, die ihre Existenz als ein „künstliches Produkt“ sowjetischer Hegemonial- und Machtpolitik ansahen, entsprach auch die weitgehende Nichtbeachtung des ostdeutschen Staates in der amerikanischen Presse. Wenn im Laufe der zweiten Hälfte der fünfziger Jahre die DDR dennoch in den Blickpunkt der Medien rückte,⁴ ist dies darauf zurückzuführen, daß nach der zeitweiligen Verhärtung des amerikanisch-sowjetischen Verhältnisses infolge des Chruschtschowschen Berlin-Ultimatums vom 27. November 1957 im darauffolgenden Jahr eine zeitweilige Entspannung eintrat. Dieser Prozeß hatte sich vom Besuch Mikojans in den USA im Januar über die Genfer Außenministerkonferenzen vom Sommer bis zum Besuch Chruschtschows beim amerikanischen Präsidenten im September 1959 erstreckt. Hinzu kam, daß die ersten Schritte einer DDR-Delegation auf internationalem Parkett bei den Genfer Verhandlungen das besondere Interesse der Amerikaner weckten.⁵

Zweitens wurde von vielen Kommentatoren des Flaggendisputs der identitätstiftende Effekt eigener Nationalsymbole (und -hymnen) – vor allem

auf dem Gebiet des kulturellen Austausches und des Sports – und ihrer Rückwirkungen auf die Deutschlandfrage vorausblickend erkannt, womit sich auch der Bonner Alleinvertretungsanspruch international zunehmend in Frage gestellt sehen mußte.⁶ Mit der Einbindung der beiden deutschen Staaten in das jeweilige Bündnissystem, der ökonomischen und politischen Konsolidierung der DDR und ihrem nun auch symbolisch demonstrierten Anspruch auf internationale Anerkennung schien eine kurzfristige Lösung des Deutschlandproblems in weite Ferne gerückt.⁷

Der propagandistische Streit um die neue ostdeutsche Nationalflagge weckte mein Interesse, nach Bildern zu suchen, die den Amerikanern durch unterschiedliche Berichte und Kommentare in der amerikanischen Presse über die DDR vermittelt wurden.⁸ Die folgenden Ausführungen beruhen auf der Auswertung von etwa 30 amerikanischen Zeitungen, Zeitschriften, populären Magazinen und politischen Journalen des Jahres 1959. Dieses Jahr erwies sich nicht nur wegen der unerwartet hohen Anzahl der Beiträge, sondern auch ihrer inhaltlichen Vielschichtigkeit wegen als äußerst ergiebig für diese Fallstudie.



Der Zirkel ist zum Pieken da ... – Ulbricht mit der Spalterflagge

Quelle: Die Welt, 9.10.1959

Stellen Sie sich für einen Moment vor, wandte sich ein Bericht über Deutschland im November 1959 an den amerikanischen Leser, ein „Eiserner Vorhang“ würde die Vereinigten Staaten am Mississippi teilen. Westlich davon lägen die freien und demokratischen Staaten, auf der Ostseite diejenigen, die unter einer kommunistischen Diktatur zu leiden hätten. Der Westteil der geteilten Hauptstadt Washington stünde unter dem Schutz der Westmächte und wäre nur über begrenzte Korridore mit den USA verbunden. Der Ostteil der Stadt bliebe hingegen den „Roten“ ausgeliefert.⁹

Eine solche Übertragung auf amerikanische Raum- und Ortsverhältnisse, die das Verständnis des amerikanischen Lesepublikums für das deutsche Problem anhand gewohnter Proportionen und Dimensionen zu erwecken versuchte, läßt sich in einer Vielzahl von Veröffentlichungen in amerikanischen Printmedien, in denen immer wieder vom „Oregon-size“ Westdeutschlands und vom „Ohio-size“ Ostdeutschlands¹⁰ die Rede ist, finden. Daß geographische Vergleiche (un-) bewußt mehr als nur Größenverhältnisse beschreiben, wird in einem Reisebericht zweier amerikanischer Touristen deutlich. Dan und Ryan hatten Ostberlin besucht, und für sie bedeutete die Einreise – wie sie mit Bedauern feststellten – kein abenteuerliches Erlebnis à la Hitchcock, sondern „provided no more thrills than crossing from Manhattan to Brooklyn“.¹¹ Ohne Zweifel verbinden sich bei jedem Amerikaner mit der lokalen Bezeichnung Manhattan (als Synonym für Westberlin) und Brooklyn (für Ostberlin) konkrete Vorstellungen, die über die geographische Fixierung hinausgehen.

Mit dem Reporter Ford im Ostberliner „Brooklyn“ angekommen, stößt der Leser auch tatsächlich auf einige jener Charakteristika, die die Erwähnung des New Yorker Stadtteils vorab assoziiert hatte: der Eindruck einer „toten“ Stadt, gekennzeichnet von wenig Verkehr, zerstörten und „ghostlike“ Häusern: „Most of the houses were still pockmarked from the machine-gun and rifle fire of 1945, but some had been remodeled to a degree – the ruined stucco had been stripped away, leaving raw construction brick as the face of the worker’s paradise. There was no new construction in this part of the city.“ Die Menschen, die wie „survivors of war“ aussahen, erschienen „silent and drab“ und verhielten sich mißtrauisch. Die Frauen trugen billige Baumwollkleidung, die den Berichterstatter an amerikanische Verkaufskataloge von 1930 erinnerte. Wie anders hingegen erlebten die Reisenden das Westberliner „Manhattan“: Die Westberliner „walked briskly, heels a-click, and they chattered and laughed. The boulevard was even more crowded, filled with a bumper-touching flow of automobiles. Theater marquees and neon advertisements sparkled across the rooftops“. Der Beitrag schließt mit dem Blick auf Flüchtlinge am Luftbrücken-Denkmal, dem Symbol der „freiheitlichen Antwort“

auf die Tyrannei, der jene Flüchtlinge soeben entflohen waren. Der Vergleich brachte den amerikanischen Lesern zu Bewußtsein, daß auch hinter dem „Eisernen Vorhang“ ein – wenngleich auch bedauernswertes – Leben existierte (weicher Amerikaner mochte schon in Brooklyn leben?), daß ein touristischer Blick in diese Welt kaum größere Gefahren als ein Ausflug nach Brooklyn in sich barg („no more thrills“) und daß es die beschränkte Möglichkeit gab, von dort nach „Manhattan“ umzuziehen.

Jener Reisebericht, der die bis dahin vorherrschende Rhetorik des Kalten Krieges vermied, kann als ein Beispiel für die Übermittlung eines Bildes von der DDR betrachtet werden, das nicht mit den offiziellen (Propaganda-) Auffassungen der amerikanischen Administration übereinstimmte. Seit der Gründung der zwei deutschen Staaten war die Außenpolitik der Vereinigten Staaten gegenüber der DDR von der Unterstützung des Alleinvertretungsanspruches der Bundesrepublik und der Nichtanerkennung der DDR geprägt gewesen.¹² Der weltpolitische Gegensatz zur Sowjetunion bildete dabei den Hintergrund, der ohne Zweifel in der außenpolitischen Strategie des Weißen Hauses auch das Verhältnis zu allen anderen Staaten Osteuropas bestimmte. Aber die Entwicklung der DDR zu deren wichtigstem Verbündeten, ihre ökonomische Erstarkung im Laufe der fünfziger Jahre und ihre Sonderstellung in der „deutschen Frage“ ließen das Interesse der amerikanischen Regierung an ihr kontinuierlich wachsen. In einem „Statement of Policy on U.S. Policy toward East Germany“ vom Februar 1958 waren in 20 Punkten die Ziele der amerikanischen DDR-Politik samt entsprechenden Strategien dargelegt. Die sowjetische Kontrolle über Ostdeutschland stelle sowohl eine Bedrohung der nationalen Sicherheit der Vereinigten Staaten dar als auch der „Wiedervereinigung Deutschlands in Freiheit“, heißt es in dem Papier. Als Ziel der Deutschlandpolitik müsse eine Eliminierung der sowjetischen Kontrolle über Ostdeutschland erstrebt werden. Die Anwendung militärischer Mittel und die direkte Einmischung in die inneren Prozesse der DDR seien aber auszuschließen. Als geeignete Maßnahmen werden dagegen u.a. die Aufrechterhaltung des Kontaktes mit der ostdeutschen Bevölkerung, die Unterstützung demokratischer, antikommunistischer Gruppen zur Schwächung des Regimes, das Schüren von Unstimmigkeiten zwischen den kommunistischen Staaten, Verhandlungen mit der Regierung in Moskau, die Mobilisierung der Weltöffentlichkeit gegen das kommunistische Regime sowie die volle Unterstützung der Bundesrepublik in ihrer Alleinvertretungspolitik angesehen.¹³

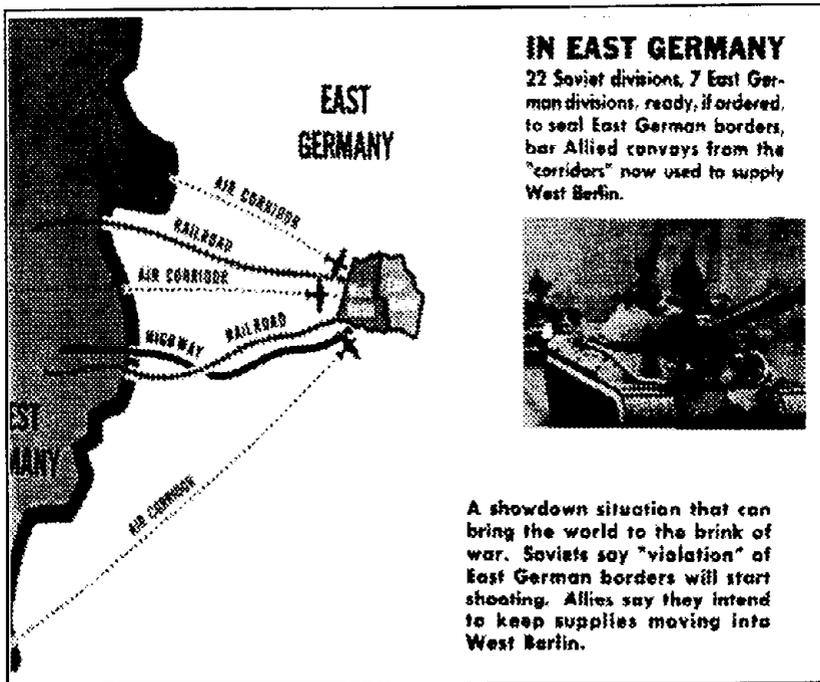
Nicht nur dieses Strategiepapier, auch andere Dokumente belegen das vitale Interesse der Vereinigten Staaten an der Entwicklung in der DDR und besonders in der DDR-Führung. Für die amerikanische Regierung war der außenpolitische Handlungsspielraum freilich eingeschränkt, da in der globa-

len Auseinandersetzung mit der Sowjetunion über Einflußsphären in Europa auch und gerade die speziellen Interessen des deutschen Bündnispartners in der Deutschlandfrage berücksichtigt werden mußten.

In seiner Rede auf der Langley Air Force Base in Virginia vor Elinor Ruppert im Mai 1959 vertrat der Director of Intelligence and Research, Hugh S. Cumming, die Grundthesen jener Konservativen, die kategorisch allen Zugeständnissen in der deutschen Frage abgeneigt waren. Die ostdeutsche „puppet government“ stellte sich für ihn als ein undemokratisches, künstlich installiertes Produkt der Sowjetunion dar, das der Manifestation ihrer Einflußansprüche in Zentraleuropa diene: „There is no background, either in historical precedent or international agreement, for any separate form of government in East Germany“.¹⁴ Seine historisch und verfassungsrechtlich begründete Beweisführung der Illegitimität der DDR endet mit der Feststellung, daß die Vereinigten Staaten Ostdeutschland völkerrechtlich nicht anerkennen können: die DDR „is simply not a national entity... Our recognition of the ‚German Democratic Republic‘ would mean our acceptance of the Communist thesis that Germany is not one but two nations; it would mean, moreover, abandoning the population to communism.“¹⁵

Hervorzuheben an Cummings Argumentation ist die Nutzung der *nationalen* Problematik als Alibi für *politische* Interessen. In einem Bericht aus Berlin an das State Department vom Januar 1959 ist eine ähnliche Argumentation und Rhetorik zu finden: Die Anerkennung des „communist puppet regime“ bedeute die Akzeptanz der permanenten Teilung Deutschlands. Dies verhindere nicht nur eine Einbindung des „deutschen Volkes“ in ein vereintes Europa, sondern „it would probably ultimately lead to the development in Germany of extreme nationalistic elements, since it cannot be assumed that the German people would ever in the long run acquiesce in this division“.¹⁶ Aus diesem Interpretationskonzept, das Deutschlandproblem als ein nationales anzusehen, werden vier weitere Gesichtspunkte entwickelt, welche die politische Dimension der amerikanischen Politik gegenüber der DDR bestimmen und die möglichen Konsequenzen ihrer Anerkennung herausstellen: Akzeptanz der sowjetischen Macht in Mittele- und Südeuropa; Instabilität der europäischen Beziehungen; Bruch mit der westdeutschen Nichtanerkennungspolitik (Hallstein-Doktrin)¹⁷; Einschränkung und Unterminierung der Wirksamkeit der amerikanischen Streitkräfte in Berlin durch die Übertragung von alliierten Rechten auf die DDR-Behörden durch die Sowjetunion.¹⁸ Durch die Genfer Verhandlungen von Mai bis August 1959 rückte die Deutschlandfrage dann direkt in das Zentrum der amerikanischen Außenpolitik und wurde intensiv in den Medien diskutiert.¹⁹ Insbesondere im Zuge des Chruschtschow-Ultimatums wurden mögliche Antworten seitens der USA auf den 27. Mai

1959 als den Tag seines Ablaufs („D-Day“) ins Auge gefaßt und durchgespielt: „Shooting this time could ignite World War III“.²⁰



Planspiel: „D-Day“ 1959

Quelle: *US News & World Report*, Marcha, 1959

Einschätzungen auf dieser politischen Ebene – noch dazu über kommunistische Führer – ließen den Kommentatoren wenig Spielraum für einen von der herrschenden Freund-Feind-Rhetorik abweichenden Diskurs. In Berichten über die Situation in Deutschland waren mit dem Auftritt einer ostdeutschen Delegation in Genf natürlich die politische Führung und vor allem die Person Walter Ulbrichts in das Blickfeld der Journalisten geraten. In zwei Artikeln wurden die Biographie Ulbrichts, seine politische Entwicklung und Haltung sowie seine charakterlichen Eigenschaften untersucht. Insbesondere die Frage nach den Ursachen seines langen politischen „Überlebens“ seit den zwanziger Jahren und speziell seit 1945 – als einziger kommunistischer Führer – stand dabei im Vordergrund. Beide Autoren verwiesen auf Ulbrichts Anteil an der

Verhaftung Thälmanns und den unterlassenen Befreiungsversuchen sowie seine Rolle während der Stalinschen Prozesse in der Sowjetunion, die als „ruthless betrayal“ bezeichnet werden. Ulbricht wird dabei als „a cynical master of duplicity who shrinks from no crime to advance and defend his power position“ charakterisiert, als „brutally arrogant to inferiors“, hörig gegenüber der jeweiligen Moskauer Führung, als arbeitsbesessener Apparatschik, der über keinerlei Ausstrahlung und Einfluß auf die Massen verfüge. Eitel, starrköpfig und egoistisch, so Stowe, beherrsche er die Parteispitze. Das Ende der Ära „Spitzbart“ schein aber nicht fern: „The Kremlin ‚barbers‘ are well-prepared for The Beard’s last shave“.²¹ In seinem ausführlichen Report stellte Richard Hottelet die Rolle Ulbrichts am 17. Juni 1953 dar, bevor er auf dessen Biographie und Eigenschaften einging: „His voice is high-pitched, and, colored with the accent of his native Saxony, his speech tickles the average German as thick Brooklynese (sic!) amuses us...Nothing about Ulbricht’s person inspires respect or confidence“.²² Zusammenfassend kam der Autor zu folgender Einschätzung: „But in all his twisting and turning with the party line, Ulbricht has shown himself to be a hard-core, reactionary Communist. Limited, dogmatic and suspicious in his outlook, still the intriguer at the center of an organized net, he is frankly contemptuous of those who spread Communism by persuasion.“²³

Im Unterschied dazu meldeten sich aber auch moderatere Stimmen mit einer vorsichtigen Kritik an der Politik der Stärke, oder wie es ein Historiker ausdrückte, „a policy of containment based on military strength seems doomed“²⁴, zu Wort. Bereits seit der zweiten Hälfte der fünfziger Jahre hatte sich eine Auffassung durchzusetzen begonnen, die eine flexiblere Haltung gegenüber der Sowjetunion, der Deutschlandfrage und damit auch gegenüber dem ostdeutschen Staat einforderte, eine Tendenz, die sich allmählich auch in der Berichterstattung über die DDR niederschlug. Besonders die Teilnahme einer DDR-Delegation in Genf ist von kritischen Reportern als eine „factual recognition“ der ostdeutschen Regierung und als „the single most important event of the whole show“ interpretiert worden.²⁵

Eine breite Palette von Kommentaren und Berichten des Jahres 1959 unterschied sich so – trotz der noch immer herrschenden Kalten-Kriegs-Rhetorik – in Inhalt, Sprache und Bewertung vom einseitig-stereotypen Bild über den Osten Deutschlands. Während die politische Propaganda sowohl von den jeweiligen internationalen Entwicklungen abhing als auch gewissen Zwängen der amerikanischen Außenpolitik unterlag, konnte die populäre Berichterstattung zu Kultur, Religion, Wirtschaft, Sport oder Alltag oftmals ein ausgewogeneres und objektiveres Bild über die Lebenswelt der ostdeutschen Menschen zeichnen.

Einen der wichtigsten Bereiche der Beschäftigung mit der DDR bildete die Berichterstattung über die ökonomische Entwicklung. Obwohl der Vergleich zwischen den ökonomischen Leistungsziffern beider deutscher Staaten immer zuungunsten des Ostens ausfiel, zollten viele Beiträge der wirtschaftlichen Entwicklung doch Anerkennung, das „Wall Street Journal“ sprach gar von einem „economic miracle“²⁶. Nach Verabschiedung des Siebenjahresplanes skizzierte Paul Wohl im „Christian Science Monitor“ die neuen ökonomischen Ziele und verglich Ost- und Westdeutschland. Er hob die „steadiness of employment“ und „the many free social services“ hervor und konstatierte, daß „East Germany has become economically a going concern, that standards of living have risen, and that while still below those of West Germany, they no longer are worse than in socially less advanced industrial areas of Europe“.²⁷ „The Atlantic Report“ über „East Germany“ kritisierte die bisher übliche Praxis, bei Berichten über Ostdeutschland stets nur die negativen Seiten zu benennen²⁸ und lieferte einen mehrseitigen Bericht über die allgemeinen Lebensbedingungen in der DDR, der eine neue Sichtweise reflektierte. Die ökonomische „Wende“ wird darin auf 1954 datiert und ein gesteigertes Vertrauen in den ostdeutschen Staat bei der Bevölkerung festgestellt, das sich auf den sozialen und ökonomischen Fortschritten und der politischen Stabilität gründe.²⁹

In seinem „Leipziger Tagebuch“ skizzierte Roger A. Wines, ein amerikanischer Doktorand im Fach Geschichte, seine Eindrücke von der Stadt Leipzig, die er anläßlich der Frühjahrsmesse 1959 besucht hatte. Das Bild, das er malte, zeugt von einer aufgeschlossenen Neugier und einem kritischen Urteilsvermögen und spiegelt die komplizierte Situation in Ostdeutschland wider. Mit Bedacht reiht er seine Beobachtungen über städtebauliche Rekonstruktionen, rote Fahnen und Losungen an den Gebäuden, über Geschäfte und Restaurants, die Messe selbst mit ihren zahlreichen westlichen Ausstellern – u.a. der Firma Krupp, deren Präsenz er als eklatanten Widerspruch zur offiziellen Bonner Nichtanerkennungspolitik der DDR empfindet – bis hin zum Besuch Chruschtschows in der Messestadt aneinander. „The Soviet Zone has made“, stellte er resümierend fest, „considerable economic progress since 1945, but is makedly far behind the economic recovery of West Germany.“³⁰

Die moderate Sprache in diesem „Tagebuch“ stand im Kontrast zu dem spöttischen Beitrag in der Zeitschrift „Time“ über die Messe, der Chruschtschow karikierte und dem Leser kaum echte Information bot.³¹ Ostdeutschland wurde aber auch von „Time“ als „the industrial heart of the satellite bloc“ bezeichnet, eine Tatsache, die zur Annahme führte, die Sowjetunion würde ihren „indispensable satellite“ nie freiwillig aufgeben.³² Ähnlich wie das „Tagebuch“ Wines' ist ein Bericht über die Herbstmesse im „Christian

Science Monitor“ angelegt, allerdings konzentrierte sich der Autor weniger auf die Messe als auf die Unannehmlichkeiten, die eine Autoreise hinter den „Eisernen Vorhang“ mit sich brachte, vor allem hinsichtlich der vorgeschriebenen Rituale.³³

Neben der politischen und ökonomischen Sphäre beschäftigte sich die Presse wiederholt mit Fragen der Religion und Kirche in der DDR. Insbesondere im „Christian Century“ finden sich immer wieder Nachrichten und Notizen über Synagogen, kirchliche Zusammenkünfte und Festveranstaltungen (wie die Jubiläumsfeier zum 200. Handel-Geburtstag), über aktuelle Buchveröffentlichungen oder allgemeine Fragen des religiösen Lebens.³⁴ Im Vordergrund stand das Verhältnis zwischen der atheistischen Regierung und der protestantischen Kirche. Die Übersetzung eines Briefes vom Schweizer Theologen Karl Barth an einen ostdeutschen Pfarrer offenbart die Bedeutung dieser Staat-Kirche-Beziehung für die US-Presse. Barth hatte versucht, anhand der Auslegung neutestamentarischer Stellen eine vermittelnde Position zwischen christlichem Glauben und kommunistischer Ideologie einzunehmen, hervorhebend, daß christlicher Widerstand nicht zugleich Antikommunismus bedeuten müsse und die Auseinandersetzung mit dem gesellschaftlichen System auf politischer Ebene zu erfolgen habe. Widerstand sei, so Barth, streng religiös aufzufassen. Das Vertrauen in Gott und der Glaube an „God above all things“ könne durch atheistische und materialistische Propaganda nicht verletzt werden.³⁵ Die Darstellung der Haltung Barths stellte jedoch einen Einzelfall in der Berichterstattung dar. In der Regel wurde die völlige Ablehnung der Kirche seitens der ostdeutschen Machthaber herausgestellt. Besondere Aufmerksamkeit wurde dem Berliner Bischof Dibelius geschenkt, da dieser eine gänzlich andere – Barth völlig entgegengesetzte – Grundposition im Verhältnis von kommunistischem Staat und Kirche vertrat. Speziell über seine Auseinandersetzung mit Grotewohls Äußerung am 23. März 1959, atheistische Propaganda gehöre zum Bildungsziel und eine „sozialistische Moral“ stütze sich nicht auf die Werte des Christentums, sondern auf jene des dialektischen Materialismus, wurde ausführlich berichtet.³⁶ „Time“ führte Dibelius als scharfen Kontrahenten des kommunistischen Systems an und wertete dessen Auffassung von der Nichtexistenz einer „staatlichen Obrigkeit“ im lutherischen Sinne als Aufforderung an die ostdeutschen Protestanten zum Widerstand gegen das Regime.³⁷ Neben der Benennung der Begrenzungen und Verbote der religiösen Presse, Schulen und Organisationen konzentrierte sich die Aufmerksamkeit wiederholt auf den Widerstand ostdeutscher Protestanten gegen die „Kommunistische Jugendweihe“.³⁸ Die „National Catholic Weekly Review“ faßte wohl den Grundtenor der Berichte über die Situation der Religion in der DDR am treffendsten

zusammen: „There is no allout war on religion, but the attacks on religious belief are deliberate and insidious.“³⁹

Als weiterer Themenschwerpunkt läßt sich das ostdeutsche Bildungssystem ausmachen. Ökonomischer Aufschwung und sozialer Fortschritt seien, so ein häufig gefälltes Urteil, nicht mit einer Liberalisierung des gesellschaftlichen Lebens einhergegangen. Die DDR erschien daher trotz der ökonomischen Stärke als „one of the most repressive of satellite regimes“, Kontakte zwischen Ost- und Westdeutschland seien beschränkt, Literatur und Presse würden zensiert.⁴⁰ Selbst moderate Berichterstatter wie Frederick Kuh stellten fest, daß die DDR-Führung die Liberalisierung seit dem Machtantritt Chruschtschows nicht zur Entstalinisierung genutzt habe und ihr „rigid conformism“ in scharfem Kontrast zur „relative freedom under the Polish Communist regime“ stehe.⁴¹ Die Macht dieser Doktrin im Alltag verdeutlicht auch ein Bericht einer amerikanischen Studentin in Ost-Berlin über die Erwachsenenbildung: vorgeschriebene Kurse, starre ideologische Ausrichtung, einseitliche und zentralisierte Lehrpläne bezweckten, so das Fazit, unter Ausschaltung des Strebens nach der „objektiven Wahrheit“ eine auf der „materialistic ideology“ beruhende Ausbildung mit dem Ziel, „technically efficient and politically reliable citizens“ heranzubilden.⁴²

Eine ähnliche Bewertung spiegelt sich auch in einem Bericht über die Leipziger Universität aus Anlaß der Festveranstaltung zum 550. Gründungsgedurtstag wider: die Zerstörung der alten Strukturen und die Transformation zu einer „sozialistischen Universität“ hätten zu „a moral as well as a physical ruin“ geführt, „Leipzig is the largest East German university – and the saddest. It is an outright Communist trade school.“⁴³

Ein weniger negatives Bild entstand über die Kultur der DDR. „The Komische Oper... in East Berlin put on some of the best productions in Europe“⁴⁴ war ein Urteil, das auch für andere Theater im Osten gefällt wurde.⁴⁵ Wenig erfährt der Leser allerdings über die Lebenssituation von Künstlern, außer wenn diese sich – wie im Falle des Musikers Kurt Henkel – politischen Repressionen ausgesetzt sahen.⁴⁶ Daß demgegenüber amerikanische Regierungsstellen über intellektuelle Entwicklungen in der DDR gut informiert waren, zeigt ein Bericht des „Bureau of Intelligence and Research“ zur Haltung der Intellektuellen in Osteuropa. Im Abschnitt über Ostdeutschland wird auf die begrenzte Wirkung des politischen „Tauwetters“ nach Stalins Tod eingegangen und das entschlossene Vorgehen der DDR-Führung gegen Kritiker – am Beispiel Wolfgang Harichs – erwähnt. Die Schaffung einer unpolitischen „technischen Intelligenz“ mit bestimmten Privilegien sei von Anstrengungen begleitet, so der Bericht, über den „sozialistischen Realismus“ die Künstler zu konformieren und das deutsche klassische Kulturerbe zu

politischen und propagandistischen Zwecken in die DDR-Kultur zu integrieren.⁴⁷

Eindrücke vom Alltagsleben⁴⁸ wurden vor allem durch Reise- und Erlebnisberichte vermittelt, die aufgrund subjektiver Blickwinkel sehr unterschiedlich ausfielen. Mehrfach die DDR besuchende Journalisten wiesen übereinstimmend auf die stetige Steigerung des Lebensstandards und auch des Selbstbewußtseins in der DDR hin.⁴⁹ Der wirtschaftliche Aufschwung wurde dabei stets in einem politischen Umfeld dargestellt, das durch persönliche Unfreiheit und ideologische Indoktrination gekennzeichnet war. Ein Artikel, der das Weihnachtsfest in beiden Teilen Deutschlands verglich, beschrieb beispielsweise die Atmosphäre auf dem Ostberliner Weihnachtsmarkt, wo statt christlicher Symbole Losungen kommunistischer Agitation vorherrschten und Sputnikmodelle statt Weihnachtsschmuck in den Auslagen dominierten.⁵⁰

Aber auch durch Interviews mit Ostdeutschen oder politische Witze sollte dem amerikanischen Leser die Gedanken- und Lebenswelt jenseits des „Eisernen Vorhangs“ näher gebracht werden. Der Berichterstatter der „Newsweek“ schloß seine Betrachtung über die „Ten Long Years“ seit der Gründung der DDR mit folgendem Witz: Ulbricht, der in einem Taxi zu den Festveranstaltungen anlässlich des 10. Jahrestages der Gründung der DDR fährt, wendet sich an den mitfahrenden Grotewohl: Wenn ich jetzt Zigaretten aus dem Fenster werfen würde, ständen alle Männer des Landes hinter mir. Grotewohl antwortet, daß ihm die weibliche Bevölkerung jubeln würde, täte er das gleiche mit Strumpflosen. Daraufhin dreht sich der Taxifahrer um und bemerkt grimmig: Wenn ich euch beide hinauswerfe, steht das gesamte Land hinter mir.⁵¹

Es ist kaum möglich, die Vielzahl von Veröffentlichungen und Informationen über die DDR in ihrer Gesamtheit zu würdigen. Sie berührten Dauerthemen wie das Ost-West-Flüchtlingsproblem⁵² oder berichteten über einzelne Ereignisse wie die Errichtung der Wandlitz-Siedlung für die politische Führungselite,⁵³ Reisevorschriften,⁵⁴ eine Satirezeitschrift,⁵⁵ die Ostberliner Sozialdemokraten,⁵⁶ die Wiedereinführung von Lebensmittelkarten für Butter,⁵⁷ Bauernproteste,⁵⁸ die Einweihung der Gedenkstätte Ravensbrück⁵⁹ oder die Nationale Volksarmee⁶⁰. Natürlich waren spektakuläre Spionageaffären stets ein willkommenener Anlaß für Kommentare. Aufgrund der Meldung über die Verhinderung von 17 als Agenten der DDR enttarnten Westdeutschen wurde ausführlich über die Propagandatätigkeit der kommunistischen Regierung im Zuge der Genfer Verhandlungen, und – eingehend auf eine Rede Martin Niemöllers – über die Rolle der Kirche in Ostdeutschland berichtet.⁶¹ Noch größeres Aufsehen erregten das Überlaufen des Chefs der DDR-Militär-

spionage, Siegfried Dombrowski, und die Freilassung von Klaus Fuchs durch die britischen Behörden nach Verbüßung einer neunjährigen Haftstrafe. Die DDR-Regierung hatte Fuchs nicht nur Asyl gewährt, sondern ihn sogar zum Direktor des Instituts für Nuklearphysik an der Technischen Universität Dresden berufen.⁶²

Wie von einem roten Faden waren all diese Meldungen und Berichte – besonders anlässlich der Genfer Verhandlungen und der Jubiläumsfeier im Oktober – von einer Kritik an der Pressepropaganda der DDR durchzogen. War für die zurückliegenden Jahre schon ein Abflauen der Propagandaintensität vor allem gegenüber der Bundesrepublik bemerkt worden, konstatierte man 1959 eine gegenläufige Tendenz. Jetzt blieben Propagandaaktionen nicht allein auf die DDR-Medien beschränkt, sondern umfaßten, wie Williams feststellte, auch zunehmend wieder in den Westen geschmuggeltes Agitationsmaterial sowie von ostdeutschen Kommunisten organisierte Versammlungen in der Bundesrepublik, auch mit dem Ziel, an Informationen über die westdeutsche Industrie zu gelangen.⁶³ Courtney Sheldon wies aber auch auf die Tatsache hin, daß die Propaganda keine nur von einer Seite betriebene Form der Systemauseinandersetzung war. Er stellte dagegen fest: „Symbolism is a weapon in the hands of both east and west in divided Berlin“. Sowohl die westdeutsche Semiotik und Symbolik, zum Gedenken an den 17. Juni 1953 die Embleme der ostdeutschen Provinzen in Stacheldraht zu verpacken, als auch die Vernagelung der Statuen deutscher Militärs in Ostberlin oder die Errichtung des monumentalen Treptower Ehrenmals verdeutlichten die jeweils unterschiedliche, von propagandistischen Gesten begleitete und politisch-ideologischen Gegensätzen gekennzeichnete Auseinandersetzung mit der jüngsten Vergangenheit in beiden deutschen Staaten.⁶⁴

Will man ein zusammenfassendes Urteil über das in amerikanischen Zeitungen und Zeitschriften⁶⁵ vermittelte Bild von der DDR wagen, läßt sich angesichts der Vielzahl der Themen, Einschätzungen und Positionen eine durchaus mehrdimensionale Berichterstattung konstatieren, womit allein schon die herrschende Meinung sich als irrig erweist, in den USA sei über den ostdeutschen Staat nichts berichtet bzw. nur das Bild eines „Terrorregimes“ vermittelt worden. Im Gegenteil, der aufmerksame und interessierte Leser konnte – abgesehen von den jeweils politischen Implikationen – vor allem über die Reise- und Erfahrungsberichte einen Blick hinter den „Eisernen Vorhang“ werfen, der jenseits der offiziellen Propagandabilder eigene Interpretationen zuließ. Wohl kaum aber werden diese Apperzeptionen durch Sympathie für das politische System überlagert gewesen sein, zu sehr dürften die Einschrän-

kung individueller und politischer Freiheiten, ideologische Indoktrination in der DDR sowie tradierte Feindbilder und ein latenter Antikommunismus dem entgegengestanden haben.⁶⁶ Wer aber die zahlreichen Informationen und Reportagen wie Mosaiksteinchen zusammensetzen verstand, erhielt sicherlich ein Bild, das sich von den herrschenden propagandistischen Leitthesen in vielen Punkten unterschied.

- * Die Erarbeitung dieses Beitrages wurde mit einem Stipendium des DAAD unterstützt.
- 1 Vgl. u.a. East Zone Rail Workers Fight West Berlin Police, in: Washington Post, 7.10.1959; Workers Fight Police, in: New York Times, 7.10.1959, S. 12; Red Flag over W.Berlin „El“ Stations Stirs Row as E.Germany Celebrates, in: ebenda, 8.10.1959; S. Gruson, West Berlin Angry at Red Flag Raising, in: New York Times, 8.10.1959, S. 10.1; East Berliners Battle Police in West Zone, in: Los Angeles Times, 7.10.1959; East Germany Flaunts 10th Anniversary, in: Christian Science Monitor, 8.10.1959; J.E.Williams, East Regime's Flag Stirs West Germany, in: ebenda, 15.10.1959. Zu den längerfristigen Auswirkungen auf die Bundesrepublik siehe E.Williams, West German Democracy Today. An Intimate Message From Germany, in: ebenda, 15.12.1959 (Editorials). Dem Amtsantritt des neuen Bundespräsidenten Heinrich Lübke ist hingegen weit weniger Aufmerksamkeit gewidmet worden. Vgl. u.a. President Is Sworn in West Germany, in: New York Times, 16.9.1959, S. 6; West Germans Shift Presidential Reins, in: Christian Science Monitor, 14.9.1959, S. 6.
 - 2 Vgl. hierzu die Ausführungen von Gerald Diesener in diesem Heft.
 - 3 Vgl. Th. C. Sorensen, The Word War. The Story of American Propaganda, New York/Evanston/London 1968. Als Beispiele dieser Propagandakampagnen – die bilateralen Interessen der USA und der DDR betreffend – verweise ich auf die Visa-Verweigerung für drei ostdeutsche Journalisten, die zum Chruschtschow-Besuch in die Vereinigten Staaten einreisen wollten, durch die amerikanischen Behörden bzw. auf die Proteste der DDR-Regierung über die Verletzung ihres Luftraumes durch amerikanische Piloten. Vgl. U.S. Bars Newsmen of 5 Red Countries, in: New York Times, 13.9.1959, S. 2; East Germany Charges West Airliner Strayed, in: Christian Science Monitor, 7.5.1959, S. 10.
 - 4 Andere Beiträge zum 10. Jahrestag u.a.: S. Gruson, Kozlov Indicates Soviet Demand for East German Role at Summit, in: New York Times, 7.10.1959, S. 12.1 ; ders., West Berlin Angry at Red Flag-Raising (wie Anm.1), S. 10; Ulbricht Calls West Berlin a Time Bomb, in: Los Angeles Times, 8.10.1959, S. 12; East Germany Flaunts 10th Anniversary, in: Christian Science Monitor, 8.10.1959, S. 9, mit einem Zitat aus Ulbrichts Rede, in der dieser die USA zur Akzeptanz der Existenz zweier deutscher Staaten aufgefordert hatte. Differenziert berichtet P. Wohl, Reds Snub United Germany, in: Christian Science Monitor, 14.10.1959, S. 7, der die Reden zum Festakt – im Unterschied zu den gehaltenen Ansprachen anlässlich des 5. Jahrestages 1954 – als Absage der Sowjetunion und Ostdeutschlands an eine Wiedervereinigung Deutschlands wertete.
 - 5 Freilich stand die DDR auch schon vor 1959, insbesondere wegen der Ereignisse am 17. Juni 1953, im Rampenlicht der Weltöffentlichkeit. Vgl. u.a. H. Gohlke/J. P. O'Donnell, I Led a Riot Against the Reds, in: Saturday Evening Post, 22.8.1953; J. Wechsberg, A Reporter in Germany – The 17th of June, in: New Yorker, 29.8.1953; RIAS Coverage of the East Berlin Crisis. Special Report. Unpublished. Office of the U.S.High Commissioner for Germany, 1953. Siehe auch die vergleichende Darstellung der Entwicklung in Ost- und Westdeutschland, in der die DDR an vielen Stellen behandelt wird und in der ein ganzes Kapitel dem 17. Juni („uprising“) gewidmet ist: E. Davidson, The Death and Life of Germany. An Account of the American Occupation, New York 1959, S.326-347. Eine Wiederholung eines solchen Widerstandes

- schien vielen aber 1959 wenig wahrscheinlich. Vgl. u.a. C. Sheldon, *The Soviet Grip on East Germany. An Intimate Message*, in: *Christian Science Monitor*, S.1.7.1959, 1: „Few if any anticipate another East German revolt in the near future on the order of that of June 17, 1953.“
- 6 U.a. T. Prittie, *Whose Flag Will Fly in The Two Germany?* In: *New Republic* 141, 9.11.1959, S. 9-10; J. E. Williams, *Flag Debate Jolts German Olympics*, in: *Christian Science Monitor*, 24.11.1959, S. 10; ders., *East Regime's Flag Stirs West Germany (Anm. 1)*, S. 14.
 - 7 *Dazu der Beitrag von F. Lewis, The Unstable States of Germany*, in: *Foreign Affairs* 38, 1960, S. 588-597.
 - 8 Vgl. u.a. M. Menge, *Der Reiz des Verbotenen. Warum Amerikaner DDR-Forscher werden*, in: *Die Zeit*, 2.8.1985.
 - 9 *Germany. A House Divided*, in: *Senior Scholastic* 75, 16.9.1959, S. 11.
 - 10 *Dieser Größenvergleich u.a. im Bericht: Germany-Divided Nation in a Divided Continent*, in: *Newsweek* 54, 31.8.1959, S. 37.
 - 11 D. Ford, *A Walk Through the Iron Curtain*, in: *Christian Science Monitor*, 3.10.1959 (Editorials). Die folgenden Zitate und Ausführungen beziehen sich auf diesen Text. Ein differenzierender Kommentar war wenige Tage zuvor in der gleichen Zeitung erschienen: *Visits Still Traded in Divided Berlin*, in: ebenda, 24.9.1959, S. 17; auch *We Don't Give Up. Freedom's City*, in: *Newsweek* 53, 18.5.1959, S. 53-56.
 - 12 Die DDR als Mittel und Instrument der amerikanischen Außenpolitik während des Kalten Krieges ist bisher kaum thematisiert worden und fand bestenfalls im Rahmen der „deutschen Frage“ und ihrem Verhältnis zur Bundesrepublik knappe Erwähnung. Auch in den Forschungen sowohl zu den (nichtdiplomatischen) deutsch-amerikanischen Beziehungen im 20. Jh. als auch zum Bild, das sich in jeweils anderen Land in verschiedenen Bereichen wie Habitus, Literatur, Bildung und Medien entwickelte, fand die DDR bisher keine nennenswerte Erwähnung. Typisch eine Wertung wie diese: „Anfangs erschien die DDR als Moskaus treuester Verbündeter und Errichter der Mauer, dann als Hemmschuh für Perestrojka und Glasnost. So gewann die DDR in ihrem beinahe 41-jährigen Bestehen praktisch keinen Einfluß und nur wenig Freunde in Washington.“ Vgl. (bes. für die Zeit ab den siebziger Jahren) auch St.Ferne, *Die Beziehungen der USA zur DDR 1974-1990*, in: W.-U. Friedrich, (Hrsg.), *Die USA und die Deutsche Frage 1945-1990*, Frankfurt a.M./New York 1991, S. 259-279, hier: S. 259. Es darf mit gutem Grund unterstellt werden, daß angesichts des globalen Ost-West-Gegensatzes die DDR wohl kaum eine entscheidende Rolle im amerikanischen Außenministerium in jener Zeit spielte, wenn auch die Auffassung, sie sei gänzlich ignoriert worden, relativierender Revision bedarf.
 - 13 *Statement of Policy on U.S. Policy toward East Germany*, in: *Foreign Relations of the United States, 1958-1960. Vol. IX. Berlin Crisis 1959-1960; Germany; Austria*, Ed. by D. M. Baehler/Ch. S. Sampson, Washington 1993, S. 707-710. Unklar bleibt angesichts des geplanten Vorgehens, was hier unter keiner „direkten Einmischung in die inneren Angelegenheiten“ der DDR verstanden wurde.
 - 14 Hugh S. Cumming Jr., *East Germany: Puppet Government*, in: *Department of State Bulletin*, 15.6.1959, S. 869.
 - 15 Ebenda, S. 870.
 - 16 *Despatch from the Mission at Berlin to the Department of State*, 28.1.1959, in: *Foreign Relations of the United States, IX (Anm. 13)*, S. 739.
 - 17 Auf die Berichte, die im Zusammenhang mit der Alleinvertretungspolitik und der Anwendung oder Androhung der Hallstein-Doktrin gegenüber einzelnen Staaten auch die DDR erwähnen, gehe ich nicht gesondert ein. Vgl. u.a. betreffend Polen: *Germany's Prospect*, in: *Washington Post*, 20.9.1959, S.4; gegenüber Ägypten: *Bonn Warns Cairo on Ties with Reds*, in: *New York Times*, 15.9.1959; gegenüber Afrika allgemein: *East and West Germany Vie*, in: *Christian Science Monitor*, 14.11.1959, S. 1.

- 18 Despatch from the Mission at Berlin (wic Anm.16), S. 739-741.
- 19 E. V. Rostov, Negotiating a Berlin Settlement. A „European“ Approach to Germany's Future, in: New Republic 140, 23.2.1959, S. 16-18 und die Diskussion in: New Republic 140, 2.3.1959, S. 3-5, 23; J. E. King Jr., The Berlin Controversy. What are we Prepared to Defend, in: ebenda, 13.4.1959, S. 10-15; ders., The Berlin Controversy-II. What is the United States Prepared to Defend? In: ebenda, 20.4.1959, S. 9-15. Vgl. auch die Expertendiskussion über die deutschlandpolitischen Vorschläge Walter Lippmanns vom März 1959 unter Beteiligung von Hans Morgenthau, Richard Lowenthal, Terence Prittie, Lord Henderson, Theodor Eschenburg, Karl Jaspers et. al., Solution for Berlin, in: ebenda, 11.5.1959, S. 9-16 und Teil 2 in: ebenda, 18.5.1959, S. 8-13.
- 20 Am 11. Dezember 1958 hatte Chruschtschow die Westmächte gewarnt, daß ein versuchter Einmarsch in Berlin Krieg bedeuten würde. Zur Diskussion in den USA u.a.: If a Showdown Comes with Russia, in: U.S. News & World Report 46, 9.3.1959, S. 43. Wie eingeschränkt die amerikanische Außenpolitik in dieser Frage war, zeigt die Bemerkung der Herausgeber der Zeitschrift „Nation“, die eine kritische Haltung zum State Department und gegenüber Dulles einnahmen, daß eine Übergabe der sowjetischen Vollmachten an die DDR-Regierung, d.h. die Übergabe des Korridors, kaum zu verhindern wäre, „a move which we have no earthly chance of stopping“. Vgl. The Impasse in Germany, in: Nation 188, 7.3.1959, Editorials.
- 21 L. Stowe, „The Beard“ – East Germany's Tough Red Boss, in: Reader's Digest 75, July 1959, S. 111-114. Stowe stützte sich bei seiner Einschätzung auf Gespräche mit Wolfgang Leonhard.
- 22 R. C. Hottelet, A Profile of Walter Ulbricht. Soviet Satrap in East Germany, in: New Leader 36, 22.6.1959, S. 3.
- 23 Ebenda, S. 6. Vgl. auch J. E. Williams, Ulbricht's Grip Stays Firm, in: Christian Science Monitor, 11.11.1959, S. 3.
- 24 G. L. Mosse, The Hope for Germany, in: Progressive 23, May 1959, S. 19. Siehe auch: „To give fixed military concepts absolute priority over political considerations is the very essence of the recent *immobilisme* of Western policy“. Editorial, To Yield or to Stand, in: New Republic 140, 2.3.1959, S. 4. Dazu die ablehnende Haltung von Eugene V. Rostov, Will the Liberals Repeat Their Mistakes? In: Ebenda, S. 23. Als weitere Beispiele der Kritik an der unflexiblen Haltung von Dulles, vor allem hinsichtlich der atomaren Bewaffnung der Bundesrepublik, vgl. Germany, in: New Republic 140, 16.2.1959, S. 3f.; R. H. Rovere, Letter From Washington, in: New Yorker, 29.8.1959, S. 92-96 und 14.11.1959, S. 189-195. Dazu auch der Beitrag des Bundestagsabgeordneten J. Alkmaier, The Keys to Berlin..., in: Nation 188, 24.1.1959, S. 66-68.
- 25 F. Kuh, After the Talks, the Visits..., in: Nation 189, 15.8.1959, S. 68. Vgl. auch ähnliche Äußerungen: „East Germany has already achieved one important victory at the Geneva conference-the practical recognition accorded to its leading spokesmen“. Vgl. J. E. Williams, Talks Yield Gains to East Germany, in: Christian Science Monitor, 19.5.1959, S. 1. „While there're still along way from recognizing the G.D.R., the Western powers have broken for good with their past policy of pretending it doesn't exist... And any cold war settlement in Central Europe will increasingly have to take the social climbing G.D.R. into account.“ Vgl. E. K. Faltermayer, East Germany at Geneva. Prestige Gains Reflect Trade Importance to Soviet, in: Wall Street Journal, 22.5.1959, S. 8. Zur westdeutschen Haltung allgemein vgl. u.a. T. Prittie, The Reaction in West Germany, in: New Republic 140, 9.3.1959, S. 4-6; siehe auch den Report von H. S. Hayward, Reds Soften Gestures But Not Main Strategy, in: Christian Science Monitor, 26.5.1959, S. 1.
- 26 E. K. Faltermayer, Russia's Germany. Soviet Forges New Ties to East Zone. Indicates It'll Bar Reunification. Red-Style „Economic Miracle“, in: Wall Street Journal, 30.3.1959, S. 1, 12. Als Beispiele zur westdeutschen Wirtschaft vgl. West Germany. Spreading the Wealth, in: Time 73, 11.5.1959, S. 30ff.; J. Joesten, Bonn Government Moves to „Reprivatize“ State-Owned

DDR im Spiegel der US-Presse

- Businesses, in: *Christian Science Monitor*, 11.11.1959, S. 3; B. Dredge, *Car Fever Rages Among Germans*, in: *Los Angeles Times*, 9.10.1959, S. 2; J. H. Fichter, *Is Germany Afraid of Success*, in: *America* 102, 21.11.1959, S. 238f.
- 27 P. Wohl, *New Economic Targets. East Germany Takes Aim*, in: *Christian Science Monitor*, 17.10.1959, S. 6. Vgl. auch ders., *Soviets Tie Plans to East Germany*, in: ebenda, 16.5.1959, S. 4. Über den Handel der DDR mit Afrika siehe J. E. Williams, *East Germans Act to Pierce Africa*, in: ebenda, 24.10.1959, S. 1. In dem Beitrag wird auch auf die Historikerkonferenz vom Sommer 1958 in Leipzig verwiesen, auf der etwa 200 Historiker aus der DDR, verschiedenen afrikanischen Ländern, Frankreich, Großbritannien und anderen Staaten unter der Schirmherrschaft des Leipziger Institutes für Universalgeschichte tagten. Zum Handel auch Joachim Joesten, der aus seiner Analyse prognostizierte, daß „all indications are that it (East Germany-E.F.) will gain further international weight in the years ahead“. Vgl. *Economic Challenge of East Germany*, in: *Foreign Policy Bulletin*, 1.8.1960, S. 169-171.
- 28 Bevorzugt wurden für solch einseitige Darstellungen Fotoreportagen wie der über „Berlin: City in the Balance“ im „U.S. News & World Report“, in denen auf den entsprechenden Fotos dem „lively, bright and modern“ Westberlin das von „resignation – almost hopelessness“ gekennzeichnete Ostberlin gegenübergestellt wurde. Siehe auch: *Germany Behind the Iron Curtain: photographs*, in: *New York Times Magazine*, 15.3.1959, S. 10-11.
- 29 Vgl. *Atlantic Monthly* 204, November 1959, S. 22-28. Vgl. in dieser Richtung auch G. Lohr, *Modern Farming Comes to East Germany*, in: *New World Review* 27, July 1959, S. 30-33.
- 30 R. A. Wines, *Leipzig Diary*, in: *American* 101, 18.4.1959, S. 223.
- 31 „We Are In No Hurry“, in: *Time* 73, 16.3.1959, S. 27f.
- 32 *Indispensable Satellite*, in: *Time* 73, 6.4.1959, S. 29.
- 33 C. Hartmann, *Iron Curtain Split by Leipzig Fair*, in: *Christian Science Monitor*, 19.9.1959, S. 15.
- 34 Vgl. die Berichte u.a. in *Christian Century* 76, 11.3.1959, S. 304-306; ebenda, 13.5.1959, S. 596f.; ebenda, 15.4.1959, S. 461f.; ebenda, 17.6.1959, S. 729f.; ebenda, 2.9.1959, S. 1004; ebenda, 30.9.1959, S. 1124; ebenda, 21.10.1959, S. 1120; ebenda, 25.11.1959, S. 1384.
- 35 *Karl Barth's Own Words*, in: *Christian Century* 76, 25.3.1959, S. 352-355; vgl. auch ebenda, 11.2.1959, S. 167. Zu dem Brief auch kurz in: ebenda, 13.5.1959, S. 596.
- 36 J. E. Williams, *Communist-Bloc Atheism Drive Put in Spotlight*, in: *Christian Science Monitor*, 2.5.1959, S. 7.
- 37 *The Higher Powers*, in: *Time* 74, 2.11.1959, S. 74. Dazu auch den Bericht von J. E. Williams im *Christian Science Monitor*, 31.10.1959, S. 5.
- 38 U.a. *Church and State*, in: *Christian Century* 76, 2.9.1959, S. 1014; F. W. Roewekamp, *East Germans Resist Red Attack on Church*, in: *Christian Science Monitor*, 1.5.1959, S. 3. Zur Jugendweihe siehe *Red Ceremonies Rapped*, in: *Christian Science Monitor*, 16.11.1959, S. 4.
- 39 *Religion in East Germany*, in: *National Catholic Weekly Review* 101, 18.4.1959, S. 215.
- 40 Faltermayer, *East Germany at Geneva* (Anm. 25), S. 8.
- 41 F. Kuh, *East Germany Is No Mirage*, in: *Nation* 189, 10.10.1959, S. 207.
- 42 D. Lantos, *Adult Education in Germany's East Zone*, in: *Adult Leadership* 8, May 1959, S. 18, 21.
- 43 *How to Kill a University*, in: *Time* 74, 26.10.1959, S. 71f.
- 44 *Visits Still Traded in Divided Berlin* (Anm. 11), S. 17.
- 45 Vgl. z.B. den sehr kenntnisreichen Bericht über das Berliner Ensemble, die Rolle Brechts und einige aufgeführte Stücke. Wegen des Schauspielers Ekkehard Schall und des Direktors Manfred Wekwerth ist sich der Reporter sicher: „The tradition, I would hazard, is safe.“ K. Tynan, *The Theatre Abroad: Germany*, in: *New Yorker*, 12.9.1959, S. 90-119, bes. S. 113ff., hier: S. 119.
- 46 Vgl. J. Wechsberg, *Letter From West Berlin*, in: *New Yorker*, 19.9.1959, S. 173f.
- 47 *Report Prepared in the Bureau of Intelligence and Research. Positions of Intellectuals in Eastern*

- Europe, in: *Foreign Relations of the United States, 1958-1960. Vol.X. Part 1. Eastern Europe Region: Soviet Union; Cyprus*. Ed. by Ronald D. Landa et al. Washington 1993, S. 76f.
- 48 Vgl. zum Fernsehens etwa J. E. Williams, TV Problems in West Germany. An Intimate Message from Germany, in: *Christian Science Monitor*, 20.10.1959 (Editorials).
- 49 Vgl. z.B. K and His „Captive“ East Germans, in: *Newsweek* 53, 16.3.1959, S. 36-37; F. R. Allemann, East Germany Revisited, in: *New Leader* 36, 1.6.1959, S. 3-5; Wechsberg, Letter From Westberlin (Anm.46), S. 170-174 oder Kuh, East Germany Is No Mirage (Anm. 41), S. 206f. Zum Vgl. zwei Reiseberichte über Westdeutschland: A. J. Edminster, In Search of a German Fairy Tale, in: *Christian Science Monitor*, 30.7.1959, S. 15; M. Elsy, Youth Hostellers' Rally in Germany, in: ebenda, 17.11.1959, S. 17.
- 50 J. E. Williams, Germany Marks „Two“ Yales, in: *Christian Science Monitor*, 22.12.1959, S. 3.
- 51 Ten Long Years, in: *Newsweek* 54, 19.10.1959, S. 51-52. Als Beispiele für Interviews vgl. F. W. Roevekamp, East Germany: Cabby Talks of West Tug, in: *Christian Science Monitor*, 16.5.1959, S. 11; J. E. Williams, The Smiths Speak. Germany, in: ebenda, 31.12.1959, Second Section.
- 52 Vgl. u.a. *U.S. News&World Report* 47, 27.7.1959, S. 79; K and His „Captive“ East Germans (Anm. 49), S. 36f.
- 53 East Germany. Something for the Boys, in: *Time* 74, 3.8.1959, S. 26.
- 54 *U.S. News&World Report* 47, 31.8.1959.
- 55 Armed with a Snicker, in: *Time* 73, 12.1.1959, S. 46.
- 56 East Germany. Inside Job, in: *Time* 73, 30.3.1959, S. 20-21.
- 57 *U.S. News&World Report* 47, 30.11.1959, S. 14.
- 58 Wrath in Plotzlin, in: *Newsweek* 53, 1.6.1959, S. 41.
- 59 Statue Dedicated to Nazi's Victims, in: *New York Times*, 13.9.1959, S. 6. Die Ehefrau Paul Rohsons hatte als (einziger) amerikanischer Staatsbürger an der Einweihungsveranstaltung teilgenommen.
- 60 J. Rich, The Reluctant Warriors, in: *Reporter*, 11.6.1959, S. 22-24; East German Army: Loyalty Questioned, in: *Christian Science Monitor*, 29.5.1959, S. 22. Zur Bundeswehr vgl. kurz *Time Marches on*, in: *Nation* 189, 21.11.1959, Editorials und *The Resurgence of West Germany*, in: Ebenda, 28.11.1959, S. 390.
- 61 J. E. Williams, Bonn Arrests 17 as Communist Spies, in: *Christian Science Monitor*, 21.5.1959, S. 10.
- 62 Espionage. Siegfried's Journey, in: *Time* 73, 2.2.1959; Atom-Spy Fuchs Given Nuclear Job by Reds, in: *Washington Post*, 1.9.1959.
- 63 Vgl. J. E. Williams, East Germans Aim Fusillade at Bonn, in: *Christian Science Monitor*, 14.5.1959, S. 4, der Albert Norden zitierte. Ders., Red Propaganda Up in Western Germany, in: ebenda, 10.12.1959, S. 8. In Berufung auf das Institut für Deutsche Industrie gab Williams ein Ansteigen der illegalen kommunistischen Publikationen in Westdeutschland um 84 Prozent in den letzten zwölf Monaten an. Zur DDR-Propaganda siehe auch den in einseitiger Kalter-Kriegs-Rhetorik verfaßten Überblick von P. Grothe, *To Win the Minds of Men. The Story of the Communist Propaganda War in East Germany*. Palo Alto/CA 1958.
- 64 Sheldon, The Soviet Grip on East Germany (Anm. 5), S. 1.
- 65 Monographien sind selten anzutreffen. U.a. datiert aus dem Jahre 1957 eine Dissertation, 1959 erschien ein Abriß der jüngsten deutschen Geschichte. Vgl. J. H. Cerf, *Blue Shirts and Red Banners*. Phil.Diss. Yale University 1957; J. L. Snell, *Wartime Origins of the East-West Dilemma over Germany*. New Orleans 1959.
- 66 Leider kann über die Rezeption der DDR-Beiträge bei den Lesern und über diese selbst wenig gesagt werden. Ich habe nur einen Leserbrief gefunden, der – erstauñlicherweise – für die DDR-Politik Partei ergrieff. „No reference is made to the very powerful forces of subversion used by

DDR im Spiegel der US-Presse

the West to weaken the East German regime. It was this factor which caused the ‚blockade‘ of 1949 and has caused the present Berlin situation – not to mention the June, 1953, riots.“ Vgl. M. Berb. The West’s Fault, in: Nation 189, 17.10.1959. Die Zuschrift bezog sich auf den Beitrag von Kuh, East Germany Is No Mirage (Anm. 41).

Der Fall Marteau

Die Biographie von Henri Marteau, dem weltberühmten Violonisten, Pädagogen und Komponisten, wird noch geschrieben werden müssen. Die Schallplattenaufnahmen, die von seiner Trefflichkeit als Virtuose zeugen könnten, sind leider nur wenig an der Zahl; und was seine Werke betrifft, die tief in der deutschen Spätromantik wurzeln, so sind sie heutzutage so gut wie vergessen. Dieses Schweigen gilt auch für den sogenannten „Fall Marteau“, der zur Zeit des Ersten Weltkriegs großes Aufsehen erregte und auch wenig bekannt ist, obwohl er ein wichtiges Moment der kulturellen wie politischen Beziehungen zwischen Frankreich und Deutschland darstellt. Diese Affäre wollen wir hier versuchen zu rekonstruieren, obgleich das Forschungsmaterial etliche Lücken offen läßt und über ganz Europa verstreut ist. Das Archiv der Hochschule der Künste in Berlin sowie einige sich im Quai d'Orsay in Paris befindenden Akten bringen aber schon eine Fülle von wertvollen Auskünften. Hinzu kommen die zahlreichen Artikel in damaligen Zeitschriften und die 1971 veröffentlichte Biographie von Blanche Marteau¹, der Gattin des Meisters, die sich begreiflicherweise von ihrer grenzenlosen Bewunderung bisweilen hinreißen läßt. Zu verweisen ist auch auf die seit 1982 von Günther Weiß herausgegebenen *Mitteilungen des Hauses Marteau in Lichtenberg/Ofr.*², die versuchen, die Dokumente aus dem Leben des Musikers zu bändigen.

Der 1874 in Reims geborene Henri Marteau hatte einen Franzosen zum Vater und eine Deutsche aus Dresden zur Mutter. Das Wunderkind studierte zuerst in Frankreich; er war in der Hauptsache Schüler von Hubert Léonard, dem Haupt der bekannten französisch-belgischen Geigenschule, und besuchte das Pariser Konservatorium, wo er 1892 den ersten Preis erhielt. Schon früh führten ihn seine Konzertreisen durch Europa und Amerika, was es Marteau erlaubte, mit vielen Musikern in Kontakt zu treten, nicht nur mit Franzosen wie Massenet, Gounod, Fauré, Saint-Saëns oder César Franck, sondern auch mit Tschaikowski, Verdi, Max Bruch und vielen anderen, so daß es fast unmöglich ist, für eine Darstellung seines Stils als Violonist und Komponist die zahlreichen Einflüsse, die andere Musiker auf ihn haben ausüben können, einzeln anzugeben und voneinander zu unterscheiden. Trotzdem muß betont werden, daß die deutsche Musik entschieden stilbildend auf ihm wirkte, nämlich zunächst durch seine Mutter, die ihn von frühester Jugend an mit Wagners

Werken vertraut machte, und später durch deutsche Musiker, darunter den berühmten Violonisten Joseph Joachim und Max Reger, mit dem er in tiefer Freundschaft verbunden war. Hinzu kommen seine langen Aufenthalte in Deutschland, wo er sich niederließ, als er 1908 zum Nachfolger von Joseph Joachim an die Berliner Hochschule für Musik berufen wurde.

Kurz und gut, Henri Marteau war für die Rolle des Förderers des musikalischen Austausches zwischen Frankreich und Deutschland wie geschaffen, umso mehr, als – nach den Aussagen seiner Zeitgenossen – in ihm die künstlerischen Tugenden beider Nationen verschmolzen. Diese Mission sah der Künstler selbst als seine Aufgabe an, insofern er die Musik als eine völkerverbindende Kunst betrachtete:

Er trug dazu bei, die von ihm besonders geliebte moderne deutsche Musik in Frankreich zu verbreiten. Und auf der anderen Seite veranstaltete er vor dem Ersten Weltkrieg französische Musikfeste. Da Marteau direkte Verbindungen zur deutschen und französischen politischen und diplomatischen Welt hatte, wurde diese Mission sozusagen offiziell anerkannt. In ihrem Buch erzählt Blanche Marteau, wie das Thema 1908 bei einem Diner mit Clémenceau berührt wurde. Das sei kurz nach seiner Berufung an die Berliner Hochschule für Musik passiert; der Kabinettschef habe Marteau zu seiner „wichtigen, exponierten Stellung“ gratuliert und seinen Stolz ausgedrückt, daß „ein Franzose zu solcher Botschaftermission im Reiche der Kunst berufen [werde] und gerade nach Deutschland“. Diese diplomatische Empfehlung blieb leider folgenlos, weil Poincaré, der 1912 zum Außenminister wurde, als strenger Gegner Deutschlands Marteau um jegliche Unterstützung gebracht habe, so Blanche Marteau immer noch. Während dessen wurde er aber von den deutschen musikbegeisterten diplomatischen Vertretungen mit Ehren überhäuft, und vom Kaiser bekam er den roten Adlerorden.

In Deutschland wurde seine Ernennung an die Hochschule für Musik von der Fachwelt und der Presse gut aufgenommen. Mit dem bevorstehenden Krieg wurde aber immer ausdrücklicher auf seine französische Staatsangehörigkeit sowie auf seinen Titel als Oberleutnant der Reserve hingewiesen, die er nicht aufgegeben hatte. In dieser gespannten Atmosphäre verbreitete sich die Spionagepsychose schnell, der Marteau als Ausländer zum Opfer fiel. Es hieß zum Beispiel, Marteau besitze eine unterirdische geheime Drahtverbindung mit Paris. Es folgten Hausdurchsuchungen und schon vor der Kriegserklärung zwischen Frankreich und Deutschland die Verhaftung Marteau's. Kurz danach wurde er freigelassen, und zwei Jahre lang durchlitt er abwechselnd Befreiungen und Festnahmen, bis er dank der Hilfe des Kaisers die Erlaubnis bekam, die Zeit bis zum Ende der Feindseligkeiten auf seinem Landsitz in Bayern zu verbringen.

Diese fünf Jahre, während derer er kein einziges Mal als Musiker auftreten konnte, bedeuteten für Marteau einen Weltuntergang – so seine Gattin, die auch auf seine Verzweiflung beim Fall der Monarchie anspielt.

Jedenfalls sieht es so aus, als wäre er aufrichtiger Kosmopolit gewesen, im gleichen Sinne wie das Großbürgertum aus dem 19. Jh., dem er entstammte – seine Eltern hatten sich 1869, ein Jahr vor dem Ausbruch des deutsch-französischen Krieges (also retrospektiv symbolisch) verlobt. Und im Namen dieses Ideals sei er sein ganzes Leben mit seiner Geige in der Welt umhergereist, ohne eine andere Heimat als die Musik selbst anzuerkennen; das verziehen ihm aber die Chauvinisten diesseits und jenseits der Vogesen auch nach dem Krieg 1918 nicht.

Im Dezember 1922 brach in München bei einem seiner Konzerte ein Skandal aus: Es ertönte plötzlich „ohrenzerreißendes Pfeifen, Johlen, Zischen, Brüllen, Toben“³, Stinkbomben fielen, und junge Männer, darunter Brückner, der spätere Generaladjutant Hitlers, sprangen auf das Podium und erklärten: „Marteau ist französischer Staatsangehöriger. Er hat während des Krieges fortdauernd Spionage für Frankreich verübt, war zweimal zum Tode verurteilt und ist auf allerhöchsten Befehl immer wieder freigelassen worden. Wer ein Deutscher ist, verläßt den Saal!“

Gegen solche Beschuldigungen protestierten energisch mehrere Zeitschriften, darunter auch patriotische, die aber zu Recht daran erinnerten, daß Marteau „sich immer für die deutsche Musik in einer Weise eingesetzt hat[te], daß es ihm die Deutschen eigentlich aufrichtig danken sollten“. Außerdem wurde betont, daß „der Kaiser im Kriege keine feindlichen Spione begnadigen kann“, und daß „von Spionage bei Marteau also nicht die Rede sein konnte“. Überdies, so wurde hinzugefügt, hätte Frankreich „seinem Spion Ehrenpforten gebaut, wenn er nach dem Krieg zurückkehren wollte. Aber er konnte nicht nach Frankreich, mußte Schwede werden!“⁴

Es sieht aber so aus, als wäre Marteau nicht zu lange Zeit von dem, was ein Journalist die „Münchener Kunstpolitik“ nannte, belästigt worden, und als wäre er in Deutschland später immer ungehindert und mit großem Erfolg aufgetreten.

In Frankreich war sein Ruf nicht besser. Die Behörden trugen ihm nach, daß Berlin als Zentrum der Musik seine Vorliebe galt, und das, obwohl er immer betont hat, daß diese Wahl keiner patriotischen oder unpatriotischen Überlegung, sondern einzig einem künstlerischen Motiv entspreche.

Sofort nach dem Krieg war übrigens in Frankreich von Marteau nicht mehr die Rede, und in den Musikzeitschriften wurde sein Tod 1934 nicht einmal erwähnt. Nur im Archiv des damaligen französischen Außenministeriums⁵ ist

Der Fall Marteau

etwas über ihn zu finden. Einige Unterlagen aus der Mappe „Français en Allemagne“ bringen nämlich an den Tag, daß er im Verdacht stand, Spion zugunsten Deutschlands gewesen zu sein: Vor dem Krieg habe er sich geweigert, bei den von der französischen Botschaft in Berlin veranstalteten Wohltätigkeitskonzerten aufzutreten und habe vorgehabt, die deutsche Staatsangehörigkeit anzunehmen. Außerdem sei er bei der Mobilmachung freiwillig in Deutschland geblieben, ohne den französischen Behörden die notwendigen Belege vorzulegen. Bald als Verräter, bald als Neutralist benannt, durfte er also nicht mehr nach Frankreich. Solche Hinweise würden relativ harmlos bleiben, wenn ihnen nicht eine andere Unterlage ohne Titel mit dem Stempel „Bonne source“ hinzugefügt worden wäre. Es handelt sich um Erkundigungen über Blanche Marteau. Der Autor der Botschaft betrachtet sie als einen der aktivsten Spione des deutschen Generalstabs. Während des Kriegs habe „diese so gefährliche wie ränkevolle Frau“ als Verbindungsagent zwischen Sofia und Konstantinopel gewirkt und sei als Maitresse des Königs von Bulgarien besonders einflußreich gewesen. Und nur durch ihr Tun und Treiben sei ihr Ehemann befreit worden. Blanche Marteau, die von diesem Bericht bestimmt nie etwas zu hören bekam, schreibt dieser Reise in ihrem Buch einen ganz anderen, viel wahrscheinlicheren Grund zu: Sie wurde unternommen, um König Ferdinand, der tatsächlich ein alter Freund von Marteau war, zu bitten, dem Meister das Asylrecht in seinem Land zu gewähren. Leider sei das Projekt an den hohen deutschen Militärstellen gescheitert.

Es ist schwer, Licht in diese Angelegenheit zu bringen, und offen bleibt, ob Marteau, oder zumindest seine Frau, in irgendeine Agentenaffäre verwickelt waren. Es sei denn, daß all diese widersprüchlichen, ans Romanhafte grenzenden Verdächtigungen nur ein Produkt der Paranoia waren, die in der ersten Hälfte des Jahrhunderts sowohl in Frankreich wie in Deutschland herrschte. Aber jenseits der Frage der Wahrheit muß auf das ungewöhnliche Schicksal dieses Violonisten hingewiesen werden, dessen ganzes Streben nach eigener Aussage nur dahin ging, seiner Kunst zu dienen. Fest steht allerdings, daß er sich in diesen turbulenten Jahren eines unbestreitbaren Einflusses in den hohen Schichten ganz Europas erfreute. Und das war ein hinreichender Grund, um die damaligen, gegenseitig mißtrauischen Regierungen zu beunruhigen. Durch seine binationale Herkunft, seine internationalen Ambitionen sowie das Netz seiner Verbindungen entging er in der Tat den Kontrollsystemen des Archivs. Hinzu kommt die Tatsache, daß die Nachrichtendienste Frankreichs und Deutschlands hermetisch voneinander abgeschlossen waren, was den jeweiligen Behörden freie Bahn zu allerlei Vermutungen über die Tätigkeiten Marteaus ließ. Auf diese Weise war es möglich, daß er beiderseits und zur

selben Zeit unter dringendem Verdacht der Spionage stand. In doppelter Weise Opfer also ... oder Doppellagent? Der heutige Historiker kann in der Tat nicht umhin, von diesem Einzel- und Zweifelsfall verwirrt zu werden. Und auch wenn es an Unsinn grenzt, darf er um der Schärfe der Beweisführung willen die Möglichkeit nicht abweisen, daß Marteau zugunsten eines der beiden Länder als Agent hätte tätig sein können, oder sogar mit beiden jonglierte.

Soviel steht fest: Nach dem Krieg verbesserten sich die Beziehungen Marteau's zu Frankreich scheinbar nicht – weder in politischer noch in musikalischer Hinsicht. Mehrmals wies er auf die Stillosigkeit und die Eitelkeit der neuen französischen Schule hin. Was Deutschland betrifft, so blieb er dem Land immer künstlerisch verbunden, aber die Weimarer Republik, die ihn als eine „Kreatur des Kaisers“ betrachtete, war ihm nie besonders gewogen. Es läßt sich also leicht verstehen, daß Marteau, der sich so effektiv für die Annäherung zwischen beiden Ländern hätte einsetzen können, an dem sogenannten „intellektuellen Locarno“ (Heinrich Mann) nie teilnahm. Im übrigen war längst eine ironische Wendung der Dinge erfolgt: 1920 hatte ihm der König von Schweden, der ihn schon lange kannte und hochschätzte, die schwedische Staatsangehörigkeit angeboten, was es dem Virtuosen ermöglichte, seine Konzertreisen durch die ganze Welt durchzuführen und daher seinen kosmopolitischen Grundeinstellungen wieder zu folgen.

- 1 B. Marteau, Henri Marteau, Siegeszug einer Geige, Tutzing 1971.
- 2 Mitteilungen des Hauses Marteau in Lichtenberg/Ofr., Bde 1 bis 5, 1982-1985, hrsg. von G. Weiß im Auftrag des Bezirks Oberfranken mit Unterstützung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus.
- 3 J. E. Robert, Bach, Beethoven und Stinkbomben, in: Zeitschrift für Musik, Januar 1923, H. 1, 90. Jahrgang, S. 6.
- 4 M. Unger, Die Wahrheit über Henri Marteau, in: Leipziger Tageblatt, 3. Januar 1923, Nr. 3, zitiert in: Zeitschrift für Musik, „Der Fall Marteau“, 20. Januar 1923, H. 2, 90. Jahrgang, S. 44.
- 5 Archives Diplomatiques, Quay d'Orsay, Série Eu 18-40, S/S Allemagne, No V, 805.

Mitteilungen und Berichte

Eine neue Zeitschrift: *Revue Germanique Internationale*

Michel Espagne und *Jacques Le Rider*, zwei ausgewiesene Pariser Germanisten, tragen in einer neuen Zeitschrift Bausteine für eine Kulturgeschichte Deutschlands zusammen. Sie geben sich nicht mit dem traditionellen Literaturkanon und der philologisch inspirierten Textuntersuchung zufrieden, sondern wollen die komplementären Fähigkeiten einzelner historischer, kultur- und sozialwissenschaftlicher Disziplinen zusammenführen.

Bereits Heft 1, das im Mai 1994 unter dem Titel „Europe centrale/ Mitteleuropa“ mit einer Einleitung von *Le Rider* erschien, deutet an, daß die Fokussierung auf die deutsche Kulturgeschichte gerade auch deren Konstruktion durch die Wahrnehmungen der Nachbarn einschließt. Der Name der Zeitschrift deutet schon an, daß Grenzüberschreitungen zwischen einem Territorialbestand, der sich nach der kleindeutschen Lösung von 1866/71 konstituierte, dem deutschsprachigen Raum und dessen transnationalen Kulturbeziehungen angestrebt sind. Es eröffnen sich damit zweifellos Blickwinkel, die in der traditionellen Kulturgeschichtsschreibung unterschätzt werden.

Die fünf Artikel des erstens Teils,

den ein Interview mit *Krzysztof Pomian* über das Verhältnis von Mitteleuropa-Konzept und Vorstellung vom historisch wechselnden Zentrum Europas eröffnet, zeigen vor allem die fließenden Grenzen eines Mitteleuropa, das in Wien, Moskau oder Petersburg angesichts seiner staatlich-administrativen Heterogenität nach kultureller Charakteristik und/oder politischer Funktion bestimmt wird. Die Begriffsgeschichte macht auf die Ambiguität des heute wieder häufiger verwendeten Konzepts aufmerksam und erinnert, daß die Konjunkturen der Begriffsverwendung mit den Krisen der geopolitischen Identität zusammenfallen, die die „mitteleuropäischen“ Gesellschaften im Laufe der Jahrhunderte erlebten. Ein zweiter Teil zeigt dann auf, wie stark immerhin kulturelle Verbindungen sind, die innerhalb des als Mitteleuropa beschriebenen Raumes existieren und immer wieder zum Anknüpfungspunkt für die Belebung mitteleuropäischer Identitäten werden sollen. Die einen schreiben Mitteleuropa heute (wieder) eine Brückenfunktion beim Zusammenwachsen des neuen Europa zu, andere erschrecken (erneut) bei der Vorstellung einer machtpolitischen Gewichtsverschiebung – das Heft vermittelt mit seinen Beiträgen Einsicht

in die historische Ambivalenz, die solche gegenwärtigen Reaktionen hervorruft.

Hierin liegt auch der große Verzug, soweit nach einem Heft und den Ankündigungen der nächsten drei (Kunstgeschichtliche Konzepte, Krise der Aufklärung und Faszination über bzw. Angst vor Deutschland) zu beurteilen: subtil informiert, bieten die Aufsätze Interpretationen für einen breiteren Leserkreis, anhand deren weder alte Klischees der französisch-deutschen Wahrnehmungen fortgeschrieben noch durch neue ersetzt werden. Es bleibt zu wünschen, daß solche kulturgeschichtliche Anstrengung an Boden gewinnt.

Andererseits wird der Blick von außen hilfreich bei der Selbstverständigung der Deutschen über sich und ihre Geschichte sein. Geschult am theoretischen Konzept des Kulturtransfer hebt er den Anteil des Fremden an der deutschen Kultur, aber wiederum auch deren Wirkungen auf andere Kulturen hervor. Vergleichen ist so auch Aufmerksamkeit für Vermischungen, Anverwandlungen, Beeinflussungen. Die Zeitschrift kann auf diese Weise selbst zum Träger des Methodentransfers in jene Wissenschaftskultur werden, die einen ihrer Objektbereiche ausmacht.

Die *Revue Germanique Internationale* erscheint mit zwei Heften jährlich im Umfang von je 256 Seiten bei den Presses Universitaires de

France zum Jahresabonnementspreis von 350 Francs.

Matthias Middell

Besserwessis, Jammerossis und ein Projekt

Das Adolf-Grimme-Institut untersuchte „Deutsche Selbst- und Fremdbilder in den Medien von BRD und DDR“

Um 1959 soll es gehen. Es ist das Jahr, in dem ich geboren wurde. Dem Ost-West-Konflikt entging damals niemand. Er beherrschte Publizistik und Politik gleichermaßen. Etwa an meinem Geburtstag, dem 14. September. Die „Süddeutsche Zeitung“ berichtete vom Wirtschaftswunder in Gestalt der Deutschen Industrieausstellung. BILD schwärmte: „13 Tore für unsere Hockey-Elf!“ Die Possessivpronomen „uns“ und „Euch“ kündeten jahrzehntelang – weit über Sportberichte hinaus – von der staatlichen und mentalen Spaltung zwischen Ost und West. Sämtliche Zeitungen meldeten am 14. September 1959 den Start einer sowjetischen Rakete – kurz bevor KPdSU-Generalsekretär Chruschtschow in die USA flog.

Bis hierher lenkt der biographi-

sche Zufall die Erkundung. Gehen wir systematischer vor: mit einer Darstellung des vom November 1991 bis April 1994 vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft geförderten Projektes „Deutsche Selbst- und Fremdbilder in den Medien von BRD und DDR“, konzipiert für die Erwachsenenbildung, durchgeführt vom Adolf-Grimme-Institut, dem Medieninstitut des Deutschen Volkshochschul-Verbandes.

Spurensuche in der Zeitgeschichte

Der Blick in die Geschichte hilft, die derzeit so oft beklagte Fremdheit zwischen den Deutschen zu erklären, die seit vier Jahren zwar in einem Staat, aber anscheinend bis heute in zwei Gesellschaften leben. Nur langsam orientiert sich die Geschichtsschreibung neu: nämlich auf die während der vierzigjährigen Zweistaatlichkeit bestehenden wechselseitigen Beziehungen zwischen beiden Gesellschaften, freilich auch auf die bewußten Abgrenzungen voneinander und die Ignoranz gegenüber dem jeweils anderen Deutschen. Dieser Spurensuche haben wir uns – auf dem Gebiet der Medien – gewidmet.

Aufeinanderbezogen waren auch die medialen Selbst- und Fremdbilder der Deutschen in Ost und West. Greifen wir zwei Beispiele heraus:

– Die Medien in der DDR feierten 1960 die Kollektivierung der Landwirtschaft und den „Sieg der soziali-

stischen Produktionsverhältnisse auf dem Lande“. Für die Medien in der Bundesrepublik hieß derselbe Vorgang schlicht „Zwangskollektivierung“. Die ostdeutsche Propaganda konnotierte diese ökonomische Umwälzung mit tatkräftigen Bauern und strahlenden Bäuerinnen. Die westdeutsche Optik sah die Betroffenen auf dem traumatischen Weg in die Kolchose. Die SED-Zeitungen beklagten zugleich das „Bauernsterben in der BRD“, und die BRD-Medien berichteten über diesen wirtschaftlichen Konzentrationsprozeß im eigenen Staat weniger spektakulär als über die Vorgänge östlich der Elbe.

– Ein permanentes Thema für die DDR-Medien bildete die Arbeitslosigkeit, allgemeiner: die soziale Unsicherheit und Ungerechtigkeit im Kapitalismus. Diese Thematisierung stellte zugleich eine Selbstvergewisserung über die soziale Sicherheit im real existierenden Sozialismus und die dort undenkbare Arbeitslosigkeit dar. Ebenso häufig notierten bundesdeutsche Journalisten die ostdeutschen Versorgungsmängel oder vor den Geschäften anstehende DDR-Bürger. Derlei Berichte bedeuteten neben der Information über die wirtschaftliche Lage zwischen Elbe und Oder zugleich eine Selbstvergewisserung über den hohen westlichen Lebensstandard und die viel besseren Konsummöglichkeiten im eigenen Staat.

Diese und andere Bilder wirken bis heute fort. Sie gehören zur psychischen Innenausstattung, die die Menschen aus Ost und West in den gesellschaftlichen Einigungsprozeß mitbringen. Bis heute einander fremd, machten und machen sich die Deutschen wechselseitig ein Bild voneinander. Diese Fremdbilder (sprichwörtlich: „Besserwessis“ und „Jammerossis“) hängen eng mit dem Selbstbild der einstigen ostdeutschen bzw. der früheren westdeutschen Gesellschaft zusammen. Solche Stereotype sind, neben privaten Kontakten, vielfach von den Medien geprägt worden. Ob Karl Eduard von Schnitzler im westdeutschen Bewußtsein das DDR-Fernsehen repräsentierte oder das Werbefernsehen die ostdeutsche Vorstellung vom Westen versüßte – Fernsehen und Hörfunk, Presse und Film beeinflussten die Welt-Bilder der Deutschen in beiden Staaten ganz entscheidend.

Vermintes Gelände der Erkenntnis
Die DDR-Gesellschaft als „totalitär“ zu begreifen, ihre „autoritären Züge“ nachzuweisen, ist eine Sache. Eine andere Sache ist es, Lebenserfahrungen aus beiden deutschen Gesellschaften ernst zu nehmen – darauf beharrend, daß die DDR eben nicht nur eine Diktatur war, sondern aus heutiger Sicht höchst widersprüchliche Erfahrungen zuläßt. Diese Lebens- und Medienerfahrungen ernstzunehmen, ist unser wichtig-

stes Anliegen gewesen. Sie zu unterscheiden – und zwar für beide Gesellschaften – etwa nach milieuspezifischen oder nach generationsabhängigen Erfahrungen, war unser zweites wichtiges Anliegen.

Zwischen den Fronten, die derzeit den Kampf um das angemessene DDR-Bild prägen, bewegte sich auch unser Projekt. Monierte die eine Seite jegliche Beteiligung von WissenschaftlerInnen und JournalistInnen aus der DDR, so warf uns die andere Seite vor, wir hätten erstens die falschen und zweitens nicht genügend ZeitzeugInnen aus der DDR zu Wort kommen lassen. Wir fühlten uns wie in einem verminten Gelände der Erkenntnis.

Unsere Spurensuche hat keine ausbalancierte Ost-West-Sicht hervorgebracht. Denn in der DDR war – mindestens seit den späten sechziger Jahren, mindestens im Sprachgebrauch der Agitatoren – viel von „objektiv sich vollziehender Abgrenzung zur BRD“ die Rede. Dessen ungeachtet war die ostdeutsche Gesellschaft massiv auf „den Westen“ fixiert. Er lieferte die Maßstäbe für den Lebensstandard, er bot (häufig jedenfalls) die bessere Fernsehunterhaltung, er war das Objekt verbreiteter kollektiver Sehnsüchte.

Folglich nimmt auch in unserer Reihe der ostdeutsche Blick gen Westen weit mehr Platz ein als die bundesdeutsche Aufmerksamkeit für die DDR. Zwar sprach man in der

Bundesrepublik von den „Brüdern und Schwestern im Osten“, das Grundgesetz verpflichtete, die deutsche Frage offenzuhalten, Reden – nicht nur die am Gedenktag des 17. Juni gehaltenen – mahnten, die Gemeinsamkeiten mit „den Menschen drüben“ wachzuhalten.

Heute erfahren wir täglich, wie unterschiedlich wir sind, zuallererst im Wissen voneinander. Wer früher auf Ost- respektive Westreise fuhr, konnte es bereits erleben: jene bemühten familiären Gespräche, bei denen sich die Ostdeutschen gut informiert zeigten über die Bundesrepublik, die Westdeutschen mit wohlwollend-interessierten Fragen aber unfreiwillig nur ihre Atonungslosigkeit über Ostdeutschland preisgaben. Die Quellen dafür sind in der Spurensuche zu deutschen Selbst- und Fremdbildern deutlich geworden.

In der DDR bestand ein komplexes Informationssystem über die BRD, das die kollektive Orientierung am Westen belegt. Prozentual nutzten mehr DDR-BürgerInnen die Reiseerleichterungen der siebziger Jahre, um in den Westen zu reisen, als die BürgerInnen aus der Bundesrepublik für einen Besuch der DDR. Das Gespräch über die Erfahrungen während des Westbesuches und mit dem „Westbesuch“ bedeutete eine wertvolle Routine. Das Westfernsehen bildete eine weitere Informationsquelle. Die WestbürgerInnen besaßen mehrheitlich keine derartige

Quellenvielfalt. Wer sich nicht selbst auf Reisen einen Eindruck verschaffte, war auf die Berichterstattung der Medien über die DDR angewiesen.

Die Unterschiedlichkeit des Wissens übereinander in Ost und West belegt aber auch, daß medial vermittelte, persönlich erfahrene oder im Gespräch mitgeteilte Informationen die Kenntnis über das wirkliche Funktionieren einer Gesellschaft nicht offenlegen. Diese Erfahrung mußten viele Ostdeutsche seit 1990 machen, also seitdem sie BürgerInnen der Bundesrepublik sind. Und die Westdeutschen können keinesfalls behaupten, sie wüßten aus der Berichterstattung auch nur annähernd, wie das Leben in der DDR verlief.

Beachtung verdient, daß das Bild vom jeweils anderen deutschen Staat in beiden Gesellschaften umstritten war. Zwischen der „Frankfurter Rundschau“ und der „Welt“ bestanden erhebliche Unterschiede in der Einschätzung der DDR. Und das nicht nur, weil die Hamburger Zeitung aus dem Springer-Verlag die ostdeutsche Staatsbezeichnung bis 1. August 1989 konsequent mit Gänsefüßchen versah. „Kennzeichen D“ und „Das ZDF-Magazin“ boten im Mainzer Fernsehkanal ein vergleichbares Kontrastprogramm.

Differenzierungen im Fremdbild von der Bundesrepublik gab es selbstverständlich auch in der DDR – allerdings nicht in den Medien. Dort erschien gerade die Berichterstattung

über „die BRD“ sehr einheitlich, oft unerträglich normiert. Doch die permanent gedruckten und gesendeten Stereotype überzeugten die Menschen zwischen Elbe und Oder immer seltener. Daß die damaligen Schreckensbilder vom dahinsiechenden Kapitalismus heute durch Massenarbeitslosigkeit und soziale Unsicherheit eine späte Rechtfertigung erfahren, ist besonders fatal. Es beweist zudem, daß zwischen der Arbeitslosigkeit als statistischer Größe oder agitatorischer Munition früherer Tage und ihrer persönlichen Erfahrung heute ein riesiger Unterschied besteht.

Rolf Geserick

Die zehn Hefte über „Deutsche Selbst- und Fremdbilder“ (je 50 bis 80 Seiten) liefert das Adolf-Grimme-Institut (Eduard-Weitsch-Weg 25, 45768 Marl, Tel.: 02365-91890, Fax: -918989) für 65,-DM. Die fünfteilige Fernsehreihe vom Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg „Einblicke, Rückblicke – Medien in der DDR“ kostet auf Video (VHS, fünf Kassetten à 45 Minuten) 85,-DM; das gesamte Medienpaket 150,-DM.

Broschüren des Kalten Krieges – ein Quellenfundus für die Propagandageschichtsschreibung Klaus Körner über seine Kleinschriftensammlung

1. Kleinschriften als eigenständiges Medium

Kleinschriften, Broschüren oder – so der altertümliche Terminus – Flugschriften sind ein eigenständiges Medium neben Buch, Zeitung und Zeitschrift. Kleinschriften sind Verbrauchsliteratur, also nicht zur Aufbewahrung bestimmt, sondern zum Wegwerfen nach Lektüre. Kleinschriften sind im Unterschied zu Büchern keine Handelsware. Sie werden in der Regel außerhalb der normalen Wege des Buchhandels durch Postversand, Straßenverteilung, Zugabe beim Kauf anderer Gegenstände oder durch Abwurf mittels Ballons gratis verbreitet. Man rechnet sie daher zur sogenannten grauen Literatur.

Kleinschriften haben einen geringen Umfang, keinen festen Einband und meist eine populäre Aufmachung. Anders als Bücher werden sie nicht von seriösen Buchkünstlern, sondern von Werbegraphikern gestaltet und wirken daher oft „zeitgeistig“. Die Umschläge erinnern häufig an Kleinplakate. Gelegentlich sind auch tatsächlich Plakate für Schriftenumschläge zweitverwertet worden. Das Medium

Kleinschrift wird zu werblichen Zwecken eingesetzt. Politische Inhalte und politische Werbeziele machen aus einer Kleinschrift eine politische Kleinschrift.

2. Begegnung mit politischen Kleinschriften

Im Herbst 1950 wurde in unserer Grundschule die Schrift „Die Anderen und Du. Wesen und Ziel des europäischen Wiederaufbauprogramms, Hamburg 1950“ verteilt. Die Wirkung dieser Schrift wurde dann durch den Hausaufsatz „Was bringt uns der Marshall-Plan?“, den wir anschließend schreiben mußten, getestet. Die besten Aufsätze wurden dann zu einem zentralen Aufsatzwettbewerb eingesandt. Als Schülerzeitungsredakteur bekam ich später vom antikomunistischen ‚Volksbund für Frieden und Freiheit‘ die Schriften des Gesamtdeutschen Ministeriums zugeschickt oder bei Tagungen in die Hand gedrückt.

Bei Fahrten auf dem Landweg nach Berlin über die Fernstraße 5 mußte mit einer Verweildauer von etwa einer Stunde an den Kontrollpassierpunkten Horst und Staaken gerechnet werden. Bei diesen Aufenthalten bestand reichlich Gelegenheit, die dort auf einer Art Devotionalientisch aufgereihten Kleinschriften der DDR für die Westarbeit anzusehen oder mitzunehmen.

Später verstärkte sich mein Inter-

esse an solchem Schrifttum: schon der Berliner Publizistikwissenschaftlers Emil Dovifat hatte in seinen Vorlesungen auf die Bedeutung des Mediums „Flugschrift“ hingewiesen. Für den Kieler Historiker Michael Freund stellte solcherart Trivalliteratur sogar ein Lieblingsthema dar.¹

In Kiel hatte sich als einer der wenigen Antiquare Harald Eschenburg solcher Kleinschriften besonders angenommen. Er kaufte und verkaufte solche Broschüren, nachdem er sie mit Preisauszeichnungen zwischen 20 und 50 Pfennig versehen hatte. Bei ihm habe ich einen Großteil meiner Sammlung erworben. Später habe ich den Bestand auf Flohmärkten und in Antiquariaten sowie den Ankauf der Doubletten des Archivs der Thälmann-Gedenkstätte in Hamburg ergänzt. Meine Sammlung ist inzwischen auf 28 Regalmeter Schriften angewachsen. Der von mir gewählte Zeitraum des Erscheinens der Schriften umfaßt die Adenauer-Ära im weiteren Sinne, beginnt also mit der sogenannten Stunde Null und endet 1967 mit dem Aufkommen der Studentenbewegung.

3. Gliederung und Auswertung

Die Mitarbeit an politischen Biographien über Konrad Adenauer (1985) und Willy Brandt (1988) gab den Anlaß, das Material systematisch

durchzugehen und nach 25 Sachgesichtspunkten zu sortieren, also ‚Neubeginn 1945‘, ‚Grundgesetz‘, ‚Europa-Bewegung‘, ‚Feindbild in Rot‘, ‚Wiedervereinigung‘ usw. Gesondert erfaßt habe ich Tarnschriften und Schriften, die für den innerdeutschen Broschürenkrieg, die Verbreitung im jeweils anderen deutschen Staat bestimmt waren.

Die besten Stücke habe ich zu einer Ausstellung „Politische Kleinschriften der Adenauer-Zeit 1945-1967“ zusammengestellt. Die Ausstellung ist in neun Stadt- bzw. Universitätsbibliotheken zwischen 1967 und 1992 gezeigt worden. Den Begleittext habe ich in der Beilage zum „Börsenblatt“ des Deutschen Buchhandels veröffentlicht.²

Für Ausstellungen sind in der Regel von den Bibliotheken oder den Universitätsverwaltungen dann auch Honorare gezahlt worden. Als unzugänglich erwiesen sich 1988 jedoch drei Stellen, die ich um eine Förderung für eine Ausstellung in Bonn im Jubiläumsjahr der Bundesrepublik 1989 ersucht hatte. Von einem Mitarbeiter des Gesamtdeutschen Instituts wurde mir später die Begründung nachgeliefert. Mit dem leidigen Thema „Wiedervereinigung“ habe man glücklicherweise längst abgeschlossen. Der Kalte Krieg mit der DDR und dem Ostblock sei – siehe Honecker-Besuch in Bonn – durch die Koalition der Vernunft abgelöst worden. Außerdem sei eine

Ausstellung und – damit wohl einhergehend – Interpretation, die das Gesamtdeutsche Ministerium in einen Zusammenhang mit dem ehemaligen Propagandaministerium und den US-Geheimdiensten stelle, nicht förderungsfähig; auf die historische Wahrheit komme es dabei nicht an.

Gerade diese Argumentation hat mich bestärkt, das Thema „Der innerdeutsche Broschürenkrieg 1950-1960“ intensiv zu bearbeiten. Ich habe an der Ausstellung der Deutschen Bibliothek in Verbindung mit der Arbeitsgemeinschaft selbständiger Kulturinstitute (ASKI) in Bonn und Frankfurt „Literatur und literarisches Leben in Deutschland 1945-1949“ im Jahr 1989 mitgewirkt sowie der Ausstellung des Deutschen Historischen Museums in Berlin „Deutschland im Kalten Krieg 1945 bis 1963“ im Jahr 1992. Der Vorbereitung meines Buchprojekts dienen dabei auch drei weitere Aufsätze in der Beilage zum „Börsenblatt“ und in der „Zeit“.³

Klaus Körner

- 1 M. Freund, Vom Lesen und Gelesen werden, in: Ders., Die Politik der Freiheit, Gesammelte Aufsätze, hrsg. v. W. Bernhardt, Bremen 1970, S. 100ff.
- 2 K. Körner, Politische Kleinschriften der Adenauer-Zeit (1945-1967), in: Aus dem Antiquariat 5/1988, S. A 197ff.
- 3 K. Körner, Kalter Krieg und kleine Schriften, in: Aus dem Antiquariat 9/1991, S. A 329ff.; ders., Der innerdeutsche Broschürenkrieg, in: Aus dem Antiquariat 1/1993, S. A. 1ff.; ders., Erst in Goebbels‘, dann in Adenauers Diensten, in: Die Zeit Nr. 35 vom 24. 8. 1990.

Buchbesprechungen

Harm Mögenburg, Kalter Krieg und Wirtschaftswunder. Die Fünfziger Jahre im geteilten Deutschland 1949-1961, Diesterweg Verlag, Braunschweig 1993, 240 S. (Geschichte und Politik, Unterrichtsmaterialien, hrsg. von Hans Endlich).

Diese Quellensammlung ist für einen spezifischen Leser- und Nutzerkreis konzipiert: für den Gebrauch durch Lehrer im Politik- und Gemeinschaftskundeunterricht der Klassen 9-13 in der gymnasialen Oberstufe. Bei der großen Zahl von 152 abgedruckten Quellen darf freilich davon ausgegangen werden, daß in der Unterrichtspraxis immer nur davon besprochen werden können und somit ein Großteil des Fundus ungenutzt bleibt. Dies ist umso bedauerlicher, da die Sammlung auch viele sonst kaum zugängliche Dokumente enthält, die – wie z.B. Zeitzeugenberichte und Interviews – auch jenseits schulischer Verwertbarkeit interessierte LeserInnen in Ost und West dazu einladen, die eigene Vergangenheit zu reflektieren oder sich ‚spielerisch‘ mit der Vergangenheit der „anderen Deutschen“ vertraut zu machen.

In der kurzen Einleitung werden

die Auswahlkriterien der Quellensammlung benannt: Im gewählten Zeitrahmen – vom Gründungsjahr der beiden deutschen Staaten 1949 bis zum Mauerbau 1961 – werden sowohl politische Dokumente als auch Zeugnisse des Alltags berücksichtigt. Auch werden die Quellen kritisch auf ihre Relevanz bezüglich mehrerer Leitfragen, wie sie im Geschichtsunterricht immer wieder auftauchen, beleuchtet.

Es folgen zwölf Kapitel, die nicht chronologisch, sondern nach Sachgesichtspunkten gegliedert sind, wobei lediglich das erste Zeugnisse aus Ost und West gegeneinanderstellt und abgleicht: So wird beispielsweise der damals typische Wochenablauf einer Familie in Düsseldorf mit dem doch sehr divergierenden Lebensalltag einer Potsdamer Familie verglichen, wobei seinerzeit gängige Schlagworte und für die Zeit typische Zukunftserwartungen in den beiden deutschen Staaten einander gegenübergestellt werden. Die übrigen elf Kapitel sind in zwei Blöcken angeordnet: Kapitel 2 bis 7 behandeln Themenkomplexe, die für die Bundesrepublik, 8 bis 12 diejenigen, die für die DDR bestimmend waren.

Jeweils nach einem Eingangszitat – meist Äußerungen von Politi-

kern oder Zeitzeugen – folgt ein zusammenfassend-kommentierender Autorentext über den Themenschwerpunkt. Durchschnittlich 15 Quellenzeugnisse veranschaulichen anschließend die verschiedenen Aspekte des Themas, führen Fakten, Standpunkte und Meinungen vor und leuchten sie aus. Da findet man neben politischen Reden und Beschlüssen, Zeitungsartikeln, Gesetzesauszügen und Richtlinien ebenso Briefe und Zeitzeugeninterviews als auch Plakate, Werbeanzeigen, Lieder, Gedichte und Karikaturen.

In den Blöcken thematisiert werden jeweils zunächst die Voraussetzungen und Umstände der Entstehung der beiden deutschen Teilstaaten sowie deren Konsolidierung im Laufe der fünfziger Jahre. Es schließen sich Kapitel an, die sich mit außen- und innenpolitischen Entwicklungen und Orientierungen, ökonomischen und sozialen Gegebenheiten sowie mit Vorbildern und Identifikationsmustern befassen. Obwohl formal keineswegs parallel aufgebaut – etwa nach dem Muster „Wirtschaft West“ vs. „Wirtschaft Ost“ -, zeigen sie in ihrer Anlage aber dennoch die gegensätzlichen Entwicklungen in den beiden deutschen Staaten und deren Auseinanderdriften auf.

Während sich in der Ära Adenauer (und Erhard) trotz zahlreicher innenpolitischer Widerstände die Politik der „Westintegration und Wiederbewaffnung“ (Kap. 3) mit-

samt der politischen, militärischen und ökonomischen Ausrichtung am Westen vollzog, wurden unter Führung Ulbrichts Partei, Staat und Gesellschaft am sowjetischen Vorbild ausgerichtet. In „Ein Land wird stalinisiert“ (Kap. 9) wird diese Orientierung mit ihren diversen Auswirkungen wie den „Säuberungen“ in Partei und Apparat oder der Einführung und Durchsetzung der Planwirtschaft veranschaulicht. Und während man im Westen unermüdlich damit beschäftigt war, ein „Wirtschaftswunder“ zu vollbringen (Kap. 4), verfolgte man im Osten das pädagogische Projekt der Schaffung des „neuen Menschen“ (Kap. 10), wobei man natürlich bei der Kindererziehung ansetzte.

Bei der breiten in dem Band besprochenen Palette von Themen fällt indessen auf, daß die Bundesrepublik mit weitaus mehr Platz bedacht wird als die DDR. Der Grund dürfte sicherlich weniger darin zu suchen sein, daß der Autor Gymnasiallehrer im Westen ist, sondern darin, daß es in der BRD spätestens seit den achtziger Jahren üblich geworden ist, auch Zeitzeugen zu befragen – was seinerseits inzwischen zu einer ansehnlichen „Oral history“-Tradition und einer Fülle von Arbeitsergebnissen geführt hat –, daß darüber hinaus zur Geschichte der Bundesrepublik bereits Quellensammlungen, Dokumentationen und Spezialuntersuchungen in großer Zahl vorliegen, wie sie in vergleichbarer Form

für die DDR eben noch nicht existieren.

Bestimmte auch für die DDR-Historiographie durchaus relevante Themen aber finden hier nur marginale Erwähnung. So kann auch das Verhältnis der Deutschen in Ost und West hinsichtlich ihres Umgangs mit der Vergangenheit des Dritten Reiches anhand der hier vorgelegten Quellen nur sehr unterschiedlich dokumentiert werden. Während diese Problematik in der BRD im Kapitel 5 „Hitlers langer Schatten“ nachzuvollziehen ist, findet man in den Kapiteln über die DDR keine Entsprechung. Lediglich eine Quelle (S. 164) dokumentiert die Nazivergangenheit eines Zeitzeugen. Es mag vielleicht schwierig sein, für einen Staat, in dem dieses Thema tabuisiert wurde und dessen Bürger sich als ein „Volk von Antifaschisten“ begriffen, entsprechende Quellen aufzufinden. Dem Thema selbst aber nur so wenig Beachtung zu schenken, erscheint äußerst problematisch.

Dennoch besitzt dieser Quellenband unzweifelhaft großen Wert hinsichtlich der Breite und Aussagekraft des in ihm versammelten Materials. Für den Gebrauch außerhalb der Schule wären jedoch ein Register und eine Auswahlbibliographie von großem Nutzen gewesen.

Barbara Walter

Peter Jung (Hrsg.), Verordneter Humor. DDR 1953, Edition Heinrich, Berlin 1993, 173 S. (Reihe Deutsche Vergangenheit, Bd. 89, 1. Teil).

Was im Verlagsprogramm zunächst noch unter dem Titel ‚Verordneter Humor 1943 und 1953, Stalingrad und 17. Juni 1953‘ firmierte, liegt nun in Form einer zweibändigen Ausgabe vor. Der hier zur Besprechung anstehende erste Band dokumentiert Texte und Karikaturen aus den Boulevard-Blättern ‚Nachtexpress‘ (S. 15-72), der Ende April 1953 mit Erscheinen der 100. Ausgabe eingestellt wurde, und der ‚BZ am Abend‘ (S. 73-168). Aus insgesamt 118 Tagesausgaben [44+74] hat der *Peter Jung* geschöpft, zwanzig Seiten wurden dabei doppelt, diejenige vom 1. August dreiseitig reproduziert. Insgesamt 28 Fotos (davon vier auf dem Cover) illustrieren den Band; leider fehlt den Bildern aber der Quellennachweis (es handelt sich offensichtlich nicht nur um ADN-Bilder).

Bereits im knapp gehaltenen Vorwort geht *Jung* auf einige Hintergründe ein, die das Verhältnis der SED zu ihrer Boulevard-Presse bestimmten; jedoch wäre es wünschenswert gewesen, wenn er hier weiter ausgeholt oder sogar einen Bezug auf ‚Bild‘ (damals im 1. Jahrgang) hergestellt hätte.

Die zahlreichen Witze des ‚Nacht-Express‘ sind zumeist unpolitische Paradoxien im Sinne semantischer Gedankensprünge; sie beziehen sich meist auf reichlich angestaubte historische Persönlichkeiten oder schon oft karikierte Figuren, wie sie in ähnlicher Form auch auf der Witzseite der Kundenpost der westdeutschen Tante-Emma Läden zu finden waren. Eingestreut sind knapp dreißig Episoden und Kurzgeschichten, mit denen sich auch Kurzweil-Literaten der sozialistischen Bruderländer vorstellen.

Aus der ‚BZ am Abend‘ sind weniger Witze dokumentiert. Die rund vierzig Kurzgeschichten verschiedenen Genres (Fabeln, Humoresken, Glossen, Kritiken, Gerichts- und andere Reportagen) folgen strengem Schwarz-Weiß bzw. Rot-Braun-Strickmuster und sind Serienbeiträge von unter Namenskürzeln schreibenden Autoren. Ein ähnliches System findet sich bei den etwa 50 Illustrationen. Von den 17 wiedergegebenen Zeichnungen aus dem ‚Nacht-expreß‘ sind nur wenige vordergründig politisch. Übernahmen aus ‚Frankenpost‘ und einem schwedischen Wohnungsblatt passen zu den paradoxen Veranschaulichungen dieser Bilder.

Die 28 Bilder-Witze der ‚BZ am Abend‘ sind schon eher auf Agitation ausgerichtet; dies lassen sowohl die Übergänge zum Comicstrip bei neun Bildfolgen als auch fünf

Leserbriefillustrationen und bildnerische Appelle zum Lichtsparen erkennen. Vor allem die politische Karikatur vom 18. Juni, ‚Kaisers Provokateure in Nietenhosen‘, die auch auf dem Titelcover wiederkehrt, zeigt die Zielrichtung an: ein (gegen einen brennenden HO-Pavillon) Trümmerbrocken werfender Rowdy hält in der anderen Hand die Anweisung aus dem Westen – wobei sich im Hintergrund der bürgerliche Brandstifter mit dem Westberliner ‚Telegraf‘ in der Jackentasche verbirgt. Solche Verfahren erinnern an John Heartfields oder Klaus Staecks Montagen. Auf der Rückseite des Einbands ist dagegen der pfiffige Schüler porträtiert, der seinem Lehrer erklärt, die Summe der gefragten Mauersteine ergäbe vermutlich eine Halbschicht. Die ‚BZ am Abend‘ nutzt zur typographischen Auflockerung die Vignette der rasenden Reporterin Inge, den Wetterfrosch, den Zeitungsträger, die Reklame für Lotto, Kino- und Buchanzeigen und zwei Radierungen zur Illustration von Fabel bzw. Humoreske. Selbst 10 eigentliche Witzzeichnungen sind bis auf zwei Ausnahmen (Badeszene/Aktbild an nackter Wand) durch offensive politische Aussagen partiell gestaltet worden, worauf der Herausgeber bereits bei der Wahl des Titels Bezug nimmt. Am 22. Dezember 1953 beschloß das Sekretariat des Zentralkomitees die Bildung eines Grafikerkollektivs und

einer Zentralstelle für Karikaturen. Jedoch konnte Humor auch Probleme für den Karikaturisten schaffen, falls seine Zeichnung zu spät abgedruckt wurde, wenn die entsprechende Kampagne bereits abgeschlossen war. In den Archivmaterialien zur Pressepolitik der SED, auf die auch im Vorwort Bezug genommen wird, finden sich regelmäßig schonungslose Abrechnungen über die Mißstände der DDR-Presse, jedoch konnten infolge der Mangelwirtschaft bei der Rohstoffversorgung nur wenige Vorschläge umgesetzt werden. Die Massenpresse blieb stets hinter der Nachfrage zurück, aber andererseits blickten nur wenige interessierte Leser in die Seiten der aus der Sowjetunion importierten Zeitschriften ‚Krokodil‘ oder ‚Ogonjok‘ (zu mehr als 95 Prozent Remittenten), und die Pressefunktionäre des sozialistischen Lagers vermißten wiederholt den Humor in DDR-Publikationen. Dabei wurden Witze häufig und gern erzählt, besonders über Ulbricht. Auch wenn ein Palitbüromitglied an den Rand mit Rotstift kritzeln mußte: „So etwas würde ich selbst in einen vertraulichen Bericht (einer Bezirksleitung) nicht schreiben“, hat er vermutlich selbst darüber gelacht. Die Brisanz der real-sozialistischen Satire behandelt sehr treffend: György Dalos, Proletarier aller Länder entschuldigt mich! Das Ende des Ostblockwitzes, Bremen 1993.

Vor fünfzig Jahren war die braune Diktatur unnachgiebiger; trotz

Fürsprecher wurde Erich Ohser, der als e.o.plauen die beliebte Serie ‚Vater & Sohn‘ zeichnete, durch Freislers Urteil hingerichtet, nachdem ihn zehn Wochen vorher sein Nachbar, (Herausgeber der Zeitschrift ‚Das deutsche Lichtbild‘ und Gestapospitzel) denunziert hatte, er registrierte die vielen Hinrichtungen am Dünnerwerden seines Bekanntenkreises. (Der Tagesspiegel. 6.4.1994)

Vielleicht ergänzt der Herausgeber diese Serie durch einen Band zum bundesdeutschen Humor im Jahre 1953, da könnte er seinen Bezug von Frau Miese (1943) zu Müesemann (Nacht-Express, 16.4.1953) erweitern um HÖRZU-Meckis Auftritt im Kurzfilm ‚Der falsche Diktator‘ der ‚Bundeszentrale für politische Aufklärung‘ vor der Bundestagswahl 1953 (Die Zeit, 15.4.1994) und um die recycelten Hicks-Karikaturen.

Klaus Sonnendecker

Formative Ästhetik im Nationalsozialismus. Intentionen, Medien und Praxisformen totalitärer ästhetischer Herrschaft und Beherrschung, hrsg. von Ulrich Hermann und Ulrich Nassen, Weinheim und Basel, Beltz Verlag 1993, 250 S. (Zeitschrift für Pädagogik. 31. Beiheft).

Von der historiographischen Forschung ist die besondere Anziehungs- und Überzeugungskraft, die vom „schönen Schein“ (Peter Reichel) und den Scheinlösungen des Dritten Reiches ausgingen, bis in die achtziger Jahre hinein vernachlässigt worden. Heute erweist sich diese Fragestellung angesichts der wachsenden Attraktivität rechtsextremer Gruppen als besonders aktuell.

„Glaube und Schönheit“, „Schönheit der Arbeit“, „Fest der Schönheit“ – schön in der Namensgebung seiner Organisationen, Ämter oder Filme spiegelt sich der Bedarf des NS-Regimes nach legitimierender Verschönerung. Die ästhetische Durchdringung des Lebensalltags bedeutete für die Nationalsozialisten jedoch weit mehr als die Umsetzung eines ‚Verzierungs‘programms: sie wurde von ihnen gezielt zur mentalen Beherrschung der Massen eingesetzt.

Ein interessanter und anregender Beitrag zur Mentalitäts- und Formationspolitik der Nationalsozialisten liegt jetzt in Form gesammelter Aufsätze im 31. Beiheft der *Zeit-*

schrift für Pädagogik vor. Der Sammelband präsentiert ein breit gefächertes Themenspektrum: Medien, NS-Formationen und Rituale werden untersucht. Im Mittelpunkt der in der Regel interdisziplinär angelegten Studien steht die Analyse von Wirkungsmacht und Modalität(en) nationalsozialistischer (Um-) Erziehung der Bevölkerung auf neue Wahrnehmungsformen und Deutungsmuster von Wirklichkeit hin als auch die Analyse der hierdurch massenhaft bewirkten kognitiven Struktur.

Der erste Teil des Bandes ist der mentalen Lenkung der Bevölkerung aller Alterstufen gewidmet, während der zweite Teil sich speziell mit der „formativen Ästhetik als Instrument zur mentalitären Beherrschung von Jugendlichen“ (S. 99) befaßt. Als zentrale Kategorien der mentalitären Beherrschung stellen sich in den Beiträgen die „Modifizierung von Raum-Wahrnehmung, Zeit-Erleben und Körper-Erfahrung“ (S. 11) heraus. Das in den einzelnen Studien immer wieder genannte Ideenkonstrukt einer schönen „Volksgemeinschaft“, in der Interessengegensätze und (Klassen-)Konflikte scheinbar nicht existierten, mag zur Verdeutlichung dieser Kategorien dienen. In so unterschiedlichen öffentlichen Bereichen wie Filmen, Aufmärschen, Museen und Bilderzyklen, den Nürnberger Parteitagen, den Massenveranstaltungen zu den Olympischen Spielen und der „Ka-

meradschaft“ in Formationen wie der HJ wurde „Volksgemeinschaft“ ästhetisch inszeniert und sinnlich erlebbar gemacht. Raum-, Zeit- und Körpergrenzen konnten als aufgehoben wahrgenommen werden – der Einzelne fühlte sich als Teil eines sich immer regenerierenden, organischen Volkskörpers, der sich seinen „natürlichen“ Volksraum schaffen würde in einem 1000jährigen, „ewigen“ Reich. Die von den aufwendigen nationalsozialistischen Inszenierungen suggerierten Denkstrukturen hatten ein konkretes Ziel – der Einzelne sollte zur totalen Einsatzbereitschaft für das „Volksganze“ konditioniert werden und hierin seine Erfüllung sehen. Mit den traditionell-aufklärerischen Zielvorstellungen von einer Bildung und Erziehung zur Selbständigkeit und Mündigkeit hatte die formative Praxis des Nationalsozialismus nichts gemein.

Mentalitätsgeschichtliche Ansätze sind in der Erziehungsgeschichtsschreibung bislang wenig rezipiert und erprobt worden. Aufsätze wie beispielsweise der von *Gisela Miller-Kipp* zu den „ästhetischen Formen und dem mentalem Milieu im Reichsarbeitsdienst für weibliche Jugend“ zeigen jedoch sehr deutlich die Ergiebigkeit dieses Ansatzes. Durch die Ästhetisierung des Alltags mittels Tänzen, Liedern und dem Schmücken des Lagers wurden die jungen Frauen im Reichsarbeitsdienst mit der zum Teil sehr harten Arbeit versöhnt und erzogen zu dem Ideal:

„Schmuck und ordentlich und immer ein Lied auf den Lippen.“ (S. 139) Autobiographien und kürzlich erfolgte Interviews mit Betroffenen zeigen in vielen Fällen die Langlebigkeit dieser in ästhetischer Praxis vermittelten Denkstrukturen.

Nicht immer ist es den Nationalsozialisten gleichermaßen gelungen, die Ästhetik in ihren Dienst zu stellen. Auch die Grenzen der NS-Beeinflussungsversuche werden in mehreren Beiträgen des Bandes herausgearbeitet. Ein Beispiel hierfür ist die Arbeitsdienstliteratur, die vielfach früheren Erzähltraditionen verhaftet blieb und nationalsozialistisches Gedankengut als beliebig erscheinendes Versatzstück, als Hintergrundkulisse benutzte, ohne daß der „alleinseligmachende“ Herrschaftsanspruch der Nationalsozialisten hierdurch gestärkt werden wäre.

Das Beiheft der Zeitschrift für Pädagogik wendet sich nicht nur an Pädagogen, sondern an alle historisch, psychologisch und kommunikationswissenschaftlich Interessierten. Leider sind die theoretischen Beiträge streckenweise umständlich formuliert und für den Laien sicherlich schwer verständlich. Zahlreiche Fallbeispiele konkretisieren jedoch die theoretischen Überlegungen und machen das Buch sowohl für ein Fachpublikum als auch für interessierte Laien sehr empfehlenswert.

Ingeborg Blom

Hans Domizlaff, Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik. Ergänzt durch „Typische Denkfehler der Reklamekritik“, Marketing Journal Verlag, Hamburg 1992, 544 S.

Wenn ein Buchklassiker erneut dem Urteil des Rezensenten ausgesetzt wird, sollte es dafür schon einen besonderen Anlaß geben. Zu viel Wirkung ist von ihm ausgegangen, so daß eine nachgereichte Meinung nur noch marginalen Wert zu besitzen scheint. Für *Domizlaffs* Buch können solche Besprechungskonventionen nur bedingt gelten. Es ist zwar ein Klassiker, der allerdings – es klingt paradox – lange Zeit außer von einem sehr kleinen Fachpublikum von niemandem gelesen wurde, dessen Rezeptionsgeschichte mithin ungewöhnlich genannt werden darf. 1939 in seiner ersten Fassung veröffentlicht, erfolgte 1951 eine zweite, verbesserte Auflage. In den sechziger Jahren fiel das Buch der Vergessenheit anheim, bis es vom Hamburger Verleger des „Marketing Journal“, Wolfgang K. A. Disch, wiederentdeckt und 1982 in einer Neuansgabe mit einem Anhang („Lehrbeispiele aus der Markenartikel-Industrie“) publiziert wurde. Seither erlebte es vier Auflagen, die aus dem „Klassiker einen Bestseller“ (Disch) machten. Die letzte Auflage aus dem Jahr 1992, die anstatt der „Lehrbeispiele“ einen anderen *Domizlaff-*

Text („Typische Denkfehler der Reklamekritik“ aus dem Jahr 1929) enthält, soll hier zur Debatte stehen.

Wenn auch *Domizlaffs* Standardwerk jetzt großen Absatz findet, so wird doch seine Botschaft noch immer kaum aufgenommen und weitergedacht – und wenn, so von den „falschen“ Leuten. Historiker, Philosophen, Psychologen, Sozialwissenschaftler, Staatstheoretiker, sie alle nehmen es nicht zur Kenntnis. Lediglich Werbeleute, die nicht die Zeit und in der Regel auch nicht die geistige Souveränität mitbringen, stöbern darin. Und staunen und schweigen.

Als Werbefachmann – schon ein solcher pflegt nicht ernst genommen zu werden! – wendet sich *Domizlaff* in seinem Buch naturgemäß zunächst an den Kaufmann, um diesen in seinem täglichen Kampf um die Gewinnung des Vertrauens seiner Kunden zu beraten. Spätestens hier kehrt selbst manch gutwilliger Intellektuelle dem Buch den Rücken, da er meint, es handele sich um Spezialprobleme, die nicht sein, sondern nur das Interesse der auf Gewinn rechnenden Kaufleute angingen. Er sollte es nicht tun: Im Beispiel des Kaufmanns verbergen sich eine Reihe allgemeingesellschaftlicher Probleme des Zusammenlebens, der Einflußnahme, der Menschenführung, der sozialen und mentalen Sicherheit und andere mehr. Der Begriff „Markentechnik“, wie *Domizlaff* ihn meint und gebraucht, kann nicht weit

genug gedacht werden, denn es handelt sich um viel mehr als nur ein technisches Hilfsmittel etwa des Designs und der Verpackung. Es ist der nichts weniger als grundlegende Versuch, mithilfe von Stilmitteln im Bewußtsein der Öffentlichkeit stabile Vertrauenskonfigurationen zu erzeugen, die in der letzten Konsequenz die Qualität von Machtmitteln haben. *Domizlaff* denkt seine Markentechnik metaphysisch, ein moderner Machiavelli: Was er dem Kaufmann, dem Konzernherrn, dem Politiker, ja allen, die ihre Ideen verwirklicht sehen wollen und um deren öffentliche Anerkennung ringen, anbietet, sind neben einer hochsensiblen „Publikumskunde“ Suggestivmittel der Menschenbeeinflussung.

Damit ist die ‚Markentechnik‘ aber ein eminent politisches Buch, das auch jeden Historiker unmittelbar angehen sollte. Vor allem die Genese des von *Domizlaff* so benannten „öffentlichen Vertrauens“ (der Anfang der fünfziger Jahre geradezu eine Hochkonjunktur erlebte), das er als sozialpsychologisches Wachstumsphänomen in einer Stufenleiter beschreibt (seinen 22 „Grundgesetzen der natürlichen Markenbildung“, S. 33ff.), ist ein Glanzstück massenpsychologisch-biologistischer Denkweise.

An eigenen, oft bitteren Erfahrungen hatte *Domizlaff* gelernt, welche Ideen wann, warum und zu welchem Ende wirkten; jene nämlich,

die vermöge suggestiver Kräfte zu überzeugenden „Ideeninfektionen“ wurden. Niemals aber konnten, so *Domizlaffs* Erfahrung, noch so überragende intellektuelle Fähigkeiten, noch so scharfsinnig ausgeklügelte mechanistische Konzepte echte-Beeinflussungsleistungen erbringen, wenn ihnen die entscheidenden, die seelischen Kräfte ermangelten. Zu solchen „beseelten Wesen“ gehörten für ihn von Anfang an die Marken mit ihren Vorstellungskomplexen. Sie sind, richtig konzipiert, die nahezu perfekten Machtmittel in der anonymen Massengesellschaft. Wer sie einzusetzen versteht, gewinnt die Herrschaft, sei es ein Markenartikelunternehmen, eine Partei oder ein Erzbischof: „Darin liegt der Zweck der Befruchtung des Massengehirns mit bestimmten Ideen, daß Bedürfnisse entstehen, die ausschließlich durch den dazugehörigen Markenartikel befriedigt werden können. Die Forderung nach Markenartikelnahrung sollte bei gesunden Markenideen sehr energisch von der Masse gestellt werden (...) Damit kann eine freiwillig geglaubte unterbewußt durch Masseninfektionen gebundene Überzeugung der Masse von der Unentbehrlichkeit oder den Vorteilen des Markenartikels eine wertvolle Monopolstellung gesichert werden.“ (‚Markentechnik‘, S. 171)

Es bleibt die Frage, ob dies nur zynisch genannt werden muß (*Do-*

mizlaff wurde anfangs der fünfziger Jahre schon das Attribut „Philozynist“ umgehängt), oder ob nicht doch manche Notwendigkeit, mancher ‚Sachzwang‘ im sozialen Leben in der modernen Industriegesellschaft Domizlaffs Thesen geradezu bestätigt, ob nicht letztlich das Leben (und die Geschichte) immer wieder nach Markengesetzen abläuft.

Natürlich stellt auch *Domizlaff* die Frage nach der Ethik des Beeinflussers in manchem seiner Bücher, allerdings ohne sie jemals befriedigend beantworten zu können. Sein (Selbst-) Genuß ist es, sich hinter der Bühne der Gesellschaft als Machtkünstler zu fühlen, denn ein auf der Bühne agierender Machtmensch konnte und wollte er nie sein. Vielleicht stehen ‚Berater‘ seines Schlages; deshalb im Ruch, besonders gefährliche Zeitgenossen zu sein: „Man sagt, daß jeder, der einmal erfolgreich im Rampenlicht gestanden hat, auf Lebenszeit der Bühne verfallen sei. Mit derselben Berechtigung kann man behaupten, daß jeder Werbefachmann, der einmal den tiefen, heimlichen Genuß verspürt hat, wie große Massen der Verbraucher auf seine Beeinflussungsmittel reagieren, der einer Massenseele zweckdienliche Vorurteile oder Tatanlässe suggeriert hat, ohne daß die Wirkungsempfänger die Bedingtheit ihrer Willensfreiheit gefühlt haben, der sich also bestimmter Kräfte

und gewissen Macht bewußt geworden ist – nur schwer darauf verzichten wird, seine Kräfte praktisch anzuwenden.“ (‚Denkfehler‘, S. 527)

Wer auf einer solchen Höhe der Kunst der Beeinflussung angekommen ist, für den wird die Luft sehr dünn, der weiß neben sich nur noch sehr wenige, deren Botschaften massenpsychologisch ähnlich qualitativ sind. Doch Domizlaff wäre nicht Domizlaff, hätte er dafür nicht einen passenden Vergleich zur Hand: „Auch Jesus war Werbefachmann.“

Dem Historiker freilich, der da nicht hinaufkommt, genügt es zu wissen, daß zu einer Aufarbeitung der Geschichte der Beeinflussung auch die Geschichte der Beeinflusster gehört.

Dirk Schindelbeck

Filmuseum Potsdam (Hrsg.), Sandmann auf Reisen. Katalog zu einer Ausstellung des Film Museums Potsdam. Vistas-Verlags GmbH, o.O.o.J. 120. \$.

„Lieber Sandmann obwohl du 40 bist wollen wir dich erhalten...“, schrieb 1990 ein Zehnjähriger an den Deutschen Fernsehfunk. Neben Kindern äußern sich noch andere Experten, Wissenschaftler, Künstler und Publizisten aus Ost und West zum Phänomen „Sandmann“. Das Sandmännchen, eine Fernsehfigur für drei- bis zehnjährige Kinder, wurde über drei ostdeutsche Generationen hinweg zu einem „zeitübergreifenden Archetyp“, wie ein westdeutscher Kommunikationswissenschaftler meinte, „ein kollektives, inneres Bild“ (S. 48). Und als solches wurde der Sandmann in den Jahren 1990 und 1991 Gegenstand öffentlicher und politischer Auseinandersetzungen im Zuge der Abwicklung des neuentstandenen Deutschen Fernsehfunks: „Zigtausende Unterschriften, Resolutionen, Aufrufe, ... Briefe, Kinderzeichnungen, Collagen, Basteleien, ... einzigartige Dokumente einer breiten öffentlichen Liebe zu einer fast zur Volksfigur avancierten kleinen Person... Es kommt gar zu Demonstrationen“ (S. 66). Inzwischen gibt es in Ostdeutschland Sandmann-Zuschauer, deren Großeltern schon mit dem Sandmännchen ins Bett geschickt wurden. Der Sandmann ist

ein Stück informelle, ostdeutsche Identität geworden, nicht verordnet, langsam gewachsen, ein Faktum, ein eingefordertes Ritual. Zur Wendezeit, als diese ostdeutsche Identität einer intensiven Selbst- und Fremdbeurteilung ausgesetzt wurde, als sich vieles als nicht mehr haltbar, tragbar oder einfach nicht mehr verteidigbar erwies, wurde der Sandmann zum Exempel. „Dem war ja nun wirklich nichts vorzuwerfen. Warum auch noch den Sandmann abwickeln?“ Der Ausstellungskatalog zeigt, wie der Sandmann zur Projektionsfläche im Ost-West-Streit um das DDR-Erbe wird, aufgeladen von den verschiedensten Seiten. Die Geburt des Sandmanns war ein Irrtum, ein hastiger Akt im Kalten Krieg zwischen den beiden deutschen Staaten. Man glaubte im Osten, daß die Premiere des West-Sandmännchens im Fernsehen unmittelbar bevorstehe, und dem „Westfernsehen“ wollte man zuvorkommen. Am 22. November 1959 hatte der Sandmann seinen ersten Auftritt im DFF. Er trat damit eine Karriere an, die bis zu den Kindern der Kinder der damaligen Kinder reicht und noch dauert. Der Sandmann fand das richtige Maß von Beharrung und Anpassung. Nur kurz nach seiner Premiere wurde die Puppe noch einmal leicht modifiziert. Ansonsten war und blieb der Sandmann unverändert, ein Konservativer bis auf die Knochen, der-dogmatischste Dogmatiker... Der

Sandmann ließ an sich nichts mehr ummodelln, er blieb wie er war – aber er machte alles mit in der DDR. Er blieb er selbst und kam aber jede Woche mit einem anderen Fahrzeug in einer anderen Geschichte. Wenn in der DDR ‚die Ernteschlacht‘ war, dann fuhr er Mähdrescher oder Kombi, wenn Leipziger Messe war, dann kam auch er dorthin, um mit dem Messemännchen zu flanieren, und zur Spartakiade sprang er über die Schanze. Sowohl die sowjetische Raumtechnik wie auch die Anerkennungswelle der DDR in den siebziger Jahren spiegeln sich in den Reisezwecken und -zielen des Sandmanns wieder. Wo der Sandmann auftauchte, ergab sich Harmonie. Deshalb war er weder ein Widerständler noch ein Fanatiker. Er sprach nur mit seinen Bewegungen, die ruhig, unkapriziös, sparsam und vorausehbar waren. Seine Erscheinung „hat etwas kindliches und trägt zugleich das Merkmal der Weisheit und der Würde des Alters“ (S. 10). Der Sandmann strahlte eine durch nichts zu erschütternde Gutmütigkeit aus. Als er 1968 den ersten seiner beiden NVA-Auftritte hatte, war er bei den Pionieren und verlegte eine Brücke. „Er blieb der praktische, hilfsbereite Kerl, der er schon immer gewesen war“ (S. 23). Der Zeitgenosse Sandmann verhielt sich, als die Wende kam, ganz zeitgenössisch: Er „zeigte gesunden Instinkt für die Selbsterhaltung. Von soziali-

stischer Hilfe für einzelne Bereiche der Volkswirtschaft hält er sich seit dem Zusammenbruch unserer früheren Republik tunlichst zurück. Er hat sich auch einen neuen, unbelasteten Freundeskreis aufgebaut, Fantomas, Kolumbus und die vier Musketiere gehören dazu...“ (S. 29), und im Ambiente taucht nichts mehr auf, was an früher erinnert. Der Sandmann tanzt eben nicht aus der Reihe – und der medienwissenschaftliche Diskurs um ihn auch nicht. Wer nie etwas über die wissenschaftliche und publizistische Debatte um das Erbe der DDR gelesen hat – die Lektüre des Ausstellungskataloges könnte ihm *pari pro toto* einen adäquaten Eindruck davon vermitteln. Der klärende, sachliche Blick von Außen fehlt genauso wenig wie ein wehmütiges Schwelgen in Schilderungen einst sinnstiftender Projekte, überraschende, bislang unbekannt Zusammenhänge werden genauso mitgeteilt, wie die Deduktion der Befunde aus den alten Ressentiments. Zwar wurde im Sandmann-Konzept nicht der allgegenwärtige „Gefühlsstau“ entdeckt, doch das Autoritarismus-Theorem und -Ideologem ist auch hier zu finden, hier im allerletzten Winkel der DDR: „Da dominiert weiter der belehrende Zeigefinger, eine Erziehung zur Subalternität und zum Gehorsam hatte Vorrang vor der Vermittlung eines kritischen Bewußtseins. ... Die Geschichten des Mittelteiles. ... des Abendgrußes,

standen ganz im Dienste der Erziehung der Kinder. Zentral waren dabei die richtigen, d.h. die angepaßten Verhaltensweisen im Kindergartenalltag, innerhalb und außerhalb der Elternhäuser und im Straßenverkehr. ... Kinder wurden nur selten als gesellschaftliche Subjekte mit eigenen Erfahrungen ernst genommen. Sie fungieren vielmehr als Objekte von Belehrungen und pädagogischer Besserwissererei“ (S.45). Das ist eben das Schöne und Beruhigende an der deutschen Wissenschaft vor und nach der Wende: Man muß nur die entscheidenden Stichworte kennen, schon kann man sich die Lektüre der meisten Abhandlungen sparen und statt dessen unter Verwendung dieser Stichworte eine neue Abhandlung verfassen. Oder eine Rezension.

Die Frage nach der Alternative zur Vermittlung von „angepaßten Verhaltensweisen ... im Straßenverkehr“ oder die Analyse der dialektischen Polarität zwischen dem experimentierenden, spielerischen und phantasievoll die Welt erforschenden Pittiplatsch und Schnatterinchen, der ‚großen Schwester‘ und der Agentin elterlicher Vernunft, würde die Debatte nur fortsetzen und den Rahmen dieses Überblicks sprengen. Deswegen soll darauf nicht weiter eingegangen werden.

Zurück zu den Kinderbriefen, die nicht nur etwas über ihre Beziehung zum Sandmann erzählen, sondern

auch über die kindliche Wahrnehmung der Umwälzungen in Ostdeutschland. Kinder versuchen sich spontan und intuitiv die Logik der um sie herum ablaufenden Prozesse anzueignen. Sie wissen um die Schwierigkeiten, die der Erfüllung ihre Wünsche entgegenstehen. Sie bitten um Ausnahmen: „Lieber Sandmann obwohl du 40 bist wollen wir dich erhalten“ – „40 Jahre“ das haben die Kinder wahrscheinlich oft gehört in diesen Jahren, 40 Jahre, das ist so die Frist, nach der aus ihrer Perspektive gesehen aus schwer erkennbaren Gründen das meiste schlagartig aufgegeben wird. Wahrscheinlich wegen dieser magischen 40? – Vielleicht hätte man den Kleinen beruhigen können, wenn man ihm das wahre Alter des Sandmanns mitgeteilt hätte. ‚Der ist doch erst dreißig und muß noch nicht weg.‘

Thomas Ahbe

Heinz Niemann, Meinungsforschung in der DDR. Die geheimen Berichte des Instituts für Meinungsforschung an das Politbüro der SED, Bund-Verlag, Köln 1993, 408 S.¹

In dem hier anzuziegnen Buch wird anhand der Rekonstruktion der Geschichte des von 1964 bis 1979 bestehenden „Instituts für Meinungsforschung beim ZK der SED“ der

Versuch unternommen, einer vom Mainstream abweichenden Meinung in bezug auf die Legitimität der untergegangenen DDR Gehör zu verschaffen.

In der Tat ist das Bild vom totalitären „Roten KZ“ ein Relikt des Kalten Krieges, das zur Erfassung der Komplexität der Loyalitätsverhältnisse in der ehemaligen DDR nichts Erhellendes beizutragen weiß. Allerdings vermag dieses Bild die Bedürfnisse zweierlei Klientel zu befriedigen. Zum einen derjenigen, die gegenwärtig den Zusammenbruch der DDR als anthropologischen Gottesbeweis für die Überlegenheit des kapitalistischen Systems anführt, zum anderen derjenigen, die sich in den neuen ideologischen Verhältnissen orientieren muß und ihre frühere Anpassungsleistung mit der Übermächtigkeit des alten Systems zu entschuldigen versucht.

Demgegenüber läßt sich das DDR-System als sozialistischer Paternalismus beschreiben, in dem komplexe und widersprüchliche Loyalitätsverhältnisse bewirkt haben, daß insbesondere in den sechziger und siebziger Jahren eine nicht kleine Anzahl von BürgerInnen die DDR als ihren Staat begriffen haben. Auch *Niemann* versteht die DDR als einen sozialistisch-paternalistischen Wohlfahrtsstaat, dessen Integrationskraft „entscheidend von seiner ökonomischen Leistungsfähigkeit abhing.“ Die zeitweilige Leistungsfähigkeit

des Systems ermöglichte eine temporäre Legitimation, wie sie auch in den in diesem Band sich widerspiegelnden Umfrageergebnissen zum Ausdruck kommt.

Einleitend beschreibt *Niemann* den Versuch der Schaffung einer besonderen Infrastruktur von „objektiver Meinungsforschung“ neben dem „ideologisierten und tendenziell schönfärberischen Informationssystem“ in der DDR. Den Ausführungen des Autors zufolge wurde dieses Ziel trotz der Einbettung „in das Informationsmonopol der SED“ ansatzweise realisiert. Er unterscheidet dabei zwischen einer aufgeschlossenen Administration während der Ulbricht-Ära und der „von reiner Ignoranz und mentaler Rezeptionsverweigerung“ charakterisierbaren Honecker-Zeit, für die „in allen wesentlichen Fragen, ... in alltäglichen und Geschmacksfragen“ ein „populistisches Nachgeben ... typisch“ gewesen sei.

Anhand der wiederaufgefundenen Berichte von Meinungsumfragen dieses Instituts versucht das ehemalige Mitglied der oppositionellen Manifest-Gruppe innerhalb der SED (1977/78), *Heinz Niemann*, einer differenzierten Sichtweise hinsichtlich der Ausbildung von „langfristig wirksamen sedimentierten Elementen von ‚DDR-Identität‘, insbesondere in den sechziger und siebziger Jahren, Aufmerksamkeit zu verschaffen. Seine zentrale These

lautet: „Die DDR war nicht mehr nur von einer aktiven Minderheit ‚angenommen‘, die SED erfüllte das Minimalkriterium jeglicher Legitimation: Die Mehrheit des Volkes anerkannte die gesellschaftlichen Verhältnisse, unter denen die SED den politischen (und ideologischen) Anspruch auf das Recht zur Führung von Staat und Gesellschaft erhob.“

Der kritischste Punkt dürfte die methodische Reflexion des Zustandekommens der Umfrageergebnisse sein. *Niemann* berichtet immer wieder von den Bemühungen der MitarbeiterInnen des Instituts, möglichst realistische Ergebnisse zu erhalten. Dabei geben offenbar die westlichen Umfrageinstitute den Standard vor. Macht es da nicht – hier nur am Rande bemerkt – mehr Sinn, die Ergebnisse gerade vor dem Hintergrund der besonderen Situation in der DDR auszuwerten als dem Mythos authentischer Ergebnisse hinterherzuecheln?

Da *Niemanns* Anliegen aber offenbar zunächst darin besteht, der Sieger-Geschichtsschreibung entgegenzutreten, wertet er das Material hauptsächlich unter dem Gesichtspunkt der Zustimmung zu den Verhältnissen aus. Zahlreiche analytisch interessante Anregungen werden aber nicht mehr aufgenommen und weiterverfolgt. Beispielsweise jener Hinweis auf die Sprengkraft einer doppelten Identität vieler DDR-BürgerInnen, „die öffentlich ihre

Genossenrolle ausfüllten, privat von westlichen Standards jedoch nicht abgingen“. Wo ist das in dem empirischen Material festzumachen? Die Untersuchung dieses Sachverhaltes ist doch gerade das Desiderat einer jeden, nicht-apologetischen und gleichzeitig totalismuskritischen DDR-Forschung. Die Frage ist allerdings, ob das Material dazu tatsächlich etwas hergibt.

Etwas störend ist darüber hinaus jener beschwörende Ton („Man sollte diese Ergebnisse nicht mit der Ironie des Siegers, daß Irren eben menschlich sei, beiseite legen“), der letztlich immer nur eines vermittelt, daß der Sieger nicht automatisch deshalb recht hat, weil er gewonnen hat. Ungeachtet dieser Kritik weist das von *Niemann* vorgelegte Material zumindest den Weg zu den richtigen Fragen.

Klaus Schönberger

- 1 Der Band umfaßt zwar 408 Seiten, davon sind aber nur 73 reine Textseiten. Der überwiegende Teil des Buches besteht aus der Wiedergabe faksimilierter Berichte und Auswertungen des Instituts für Meinungsforschung.

Werner Kroeber-Riel, Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung, Verlag Franz Vahlen GmbH, München 1993, XIV, 361 S., 125 Farbabbildungen.

„Bilder sind schnelle Schüsse ins Gehirn“ (S. 53), denn während ein Bild mittlerer Komplexität aufgenommen und verarbeitet wird, lassen sich gerade eine Handvoll Wörter vermitteln. Bilder werden gemeinhin ohne gedankliche Anstrengungen rezipiert, leichter emotional aufgeladen und daher besser erinnert als Sprache. Auf das Verhalten der Menschen üben sie infolgedessen einen außergewöhnlich starken Einfluß aus. Die Werbung müsse die überlegenen Vorteile der Bildwirkung konsequent nutzen und sogenannte Imagerystrategien einsetzen, um ihre Zielgruppen optimal anzusprechen – so könnte das kurz gefaßte Credo von *Werner Kroeber-Riel* lauten, dem Direktor des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes.

Seit Beginn der siebziger Jahre entwickelt sich die Imageryforschung als eine „Disziplin“ der kognitiven Psychologie, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, non-verbale Verarbeitungsvorgänge „im Gedächtnis“ aufzuklären. Diese Prozesse erzeugen „innere Bilder“ von Personen, Dingen, Zeiten und natürlich von Produkten und Firmen. Das Hauptanliegen von Produktwerbung und

praeter propter von Politikpropaganda, mußes sein, so das Glaubensbekenntnis des Autors, beim Aufbau dieses inneren Bilderkauons gezielt mitzuwirken, diesen nachhaltig mitzuformen. Zwei Drittel des Bandes sind denn auch Sozialtechniken zur Beeinflussung von Menschen mit Hilfe von Bildern gewidmet (S. 99-339): In gleichsam katechetischen Merksätzen beantwortet *Kroeber-Riel* die Fragen, wie Aktivierung erzeugt, wie Informationen vermittelt, wie Emotionen ausgelöst, wie Gedächtnisinhalte aufgebaut und wie Verhaltenswirkungen „abgesichert“ werden können. Schließlich zieht er praxisorientierte Folgerungen für Werbestrategen und fordert von den Praktikern des Marketing die Umsetzung einer „integrierten Bildkommunikation“. Für ihn gilt uneingeschränkt: „Werbeprofessionalität ist ... vor allem Professionalität bei der Auswahl, Gestaltung und Verwendung von Bildern“ (S. 19). Im Bild mag in der Tat für die Gegenwart und noch mehr für die multimediale Zukunft das Geheimnis erfolgreicher Kommunikation liegen; das kann man bedauern und die Folgen der Bilderfluten mahnend bedenken. Dabei muß auch der wortgewandte Anwalt des Bildes freilich einräumen, daß „Bilder“ auf sich allein gestellt keine gezielten Wirkungen entfalten können: sie sind mehrdeutig. Um die Ambiguität der Bildausage aufzuheben, bedarf es wieder-

um der Sprache: Immerhin scheint es bei den Bildrezipienten das Bedürfnis nach Eindeutigkeit zu geben, denn wenigstens zwanzig Prozent der Betrachtungsdauer einer Bild-Text-Anzeige entfallen auf die Headline, über siebenzig Prozent auf das Bild und rund sieben Prozent auf den Text!

Die Interessenvertretung der Werbefachleute, der ‚Zentralauschuß der Werbewirtschaft (ZAW)‘, bemühe sich, den Nachweis zu führen, daß es keine unterschwellige Wahrnehmung und Beeinflussung gäbe, kritisiert der Verhaltensforscher. Dabei scheue die Werbelobby „nicht davor zurück, wissenschaftliche Erkenntnisse zu verbiegen und zu verfälschen“ (S. 88). Für den Professor steht dagegen gänzlich außer Frage, daß Bilder „in erheblichem und praktisch relevantem Ausmaß ohne Bewußtsein (unterschwellig) aufgenommen, verarbeitet, gespeichert und verhaltenswirksam“ werden. Unterschwellige Beeinflussung sei ein alltägliches Instrument in allen gesellschaftlichen Bereichen von der Kirche bis zur Politik. Die Werbebilder konkurrierten also um den Erfolg, der ähnlichen Restriktionen unterliege wie die Ergebnisse „überschwelliger“ Beeinflussung (S. 95f.).

Wem es gelingt, das öffentliche – Bildprogramm seiner Zeit zu kontrollieren, hält einen direkten Zugang zu Bewußtsein und Unterbewußtsein

und somit zum Gedächtnis in Händen, verfügt über einen indirekten Pfad, auf das Verhalten der Menschen nachhaltig einzuwirken. Wer Geschichte auch als eine historische Kulturwissenschaft versteht, als Geschichte des Alltags und von Mentalitäten, kommt nicht umhin, sich mit den sozialen und mentalen Wirkungen und mit der Sprengkraft von Bildern auseinanderzusetzen. Nicht nur für Studenten und Praktiker der Verhaltens- und Kommunikationswissenschaften, sondern gerade auch für Sozial- und Geschichtswissenschaftler ist das Lehr- und Handbuch von *Kroeber-Riel* als eine gediegen informative, vorbildlich aufbereitete und gestaltete Einführung in den aktuellen Stand der Imageryforschung sehr zu empfehlen. Der zuweilen geradezu missionarische Bilder-Eifer des Autors trübt dieses Bild zum Glück nur unwesentlich.

Rainer Gries

Bärbel Kuhn, Haus Frauen Arbeit 1915-1965. Erinnerungen aus fünfzig Jahren Haushaltsgeschichte, Röhrig Universitätsverlag, St. Ingbert 1994, 197 S. (=Saarland Bibliothek, hrsg. von Richard van Dülmen und Reinhart Klimmt, Bd. 8)

Die lange Zeit als geschichtsunwürdig geltende Hausarbeit ist zum Gegenstand der Frauenforschung aufgerückt. Der vorliegende Band widmet sich der Arbeit im Hause und ihrem Wandel innerhalb einer Zeitspanne von fünfzig Jahren, die von zwei Kriegen durchschnitten war. Die Beschleunigung des Alltags in der wirtschaftlich prosperierenden Bundesrepublik der Nachkriegszeit läßt diesen relativ kurzen Zeitraum dennoch aussagekräftig für tiefgreifenden Wandel von Hausarbeit und dessen Erleben werden. Der Blick auf das Saarland von der Weimarer Republik bis zur Wirtschaftswunderzeit wird aus diesem Blickwinkel zum Baustein einer allgemeinen (deutschen) Haushaltsgeschichte und Hausarbeitsgeschichte.

Das Buch gründet sich auf Erinnerungsberichte von 25 Frauen der Geburtsjahrgänge zwischen 1903 und 1932. Die Erzählungen werden im Hauptkapitel entlang dreier thematischer Abschnitte – Waschen, Putzen, Kochen – geordnet und in einer Darstellung zusammengefaßt;

zwei Schilderungen sind in extenso am Schluß des Bandes abgedruckt. Die – sich dennoch bei den einzelnen in Rhythmus, Selbst- und Außenwahrnehmung wiederholende – Vielfältigkeit des Hausfrauenalltags soll hier nicht beschrieben werden; die Lektüre gerät durch die Verbindung von plastischer Schilderung in den Zitaten der Frauen und Interpretation bzw. Kommentar flüssig und gewinnbringend.

Im ersten Kapitel skizziert *Kuhn* die Geschichte der Hausarbeit von der weiblichen Arbeit im Rahmen des „ganzen Hauses“ über die geschlechtsspezifische Funktionszuweisung in der bürgerlichen Kleinfamilie des ausgehenden 18. bis zum Beginn des 20. Jh. Zwischen diesem geschlossenen Überblick, der auch die Forschungsliteratur referiert, und dem anschließenden Erfahrungsteil der Befragten aus einem ‚halben 20. Jahrhundert‘ entsteht ein gewisser Bruch, der naturgemäß aus der Andersartigkeit des Materials hervorgeht, das nicht durch separates Quellenstudium ergänzt und damit gewissermaßen ‚objektiviert‘ wurde. Die Autorin geht auf diese Problematik in der Einführung ein, diskutiert die methodischen Kontroversen und verweist auf ähnliche lebensgeschichtlich angelegte Projekte, die in erster Linie Subjektivität der Erinnernden einfangen.

Im dritten, dem Schlußkapitel versucht sie allgemeine Tendenzen

der Haus-Frauen-Arbeit im behandelten Zeitraum herauszuarbeiten und auch auf die regionalen Aspekte einzugehen. Fortschreitende Technisierung des Haushalts nach Ansätzen in den zwanziger und dreißiger Jahren, die vom Krieg unterbrochen wurden, besonders in den sechziger Jahren; deren Wahrnehmung als Erleichterung der Hausarbeit (bis hin zu auffällig zentraler Elektrogeräte-Fixierung bei einer Erzählenden), ohne es tatsächlich immer zu sein; dabei für einige Zeit Parallelität neuer mit alten, traditionellen Techniken; Langlebigkeit ‚erlernter‘ Normen und Werte; selbstbewusste Aufwertung der Hausarbeit nach der Selbständigkeitserfahrung während des Zweiten Weltkrieges, dabei keine grundsätzliche Veränderung der geschlechtsspezifischen Rollenbilder; „Dazuverdienen“ der Hausfrau zum Familienbudget, um im wachsenden Lebensstandard der Nachkriegszeit „mithalten“ zu können – dies sind wichtige Kennzeichen der allgemeinen bundesdeutschen Entwicklung. Liegt die Spezifik einer „regionalen“ Geschichte der Hausarbeit allein in den geographischen Grenzen des Untersuchungsraumes? *Kuhn* führt einige Gründe für eine saarländische Besonderheit an (besonders ausgeprägte Vorbehalte auch der Frauen selbst gegenüber außerhäuslicher weiblicher Erwerbstätigkeit, entsprechend niedrige Frauenerwerbsquote im Vergleich zu ande-

ren Bundesländern,¹ dagegen vergleichsweise hoher Anteil an Hauseigentum,² der den Arbeitsaufwand im „eigenen Haus“ erhöht und ungeachtet von Garten- und Feldarbeit den Charakter der Arbeit beeinflusst, Vorherrschen von Bergbau und Schwerindustrie mit wenig Arbeitsplatzangeboten für Frauen), widerlegt dafür andere, die mit Blick auf die Eingliederung des Saarlands in die Bundesrepublik quasi von ‚nachholender Modernisierung‘ nach 1958 sprachen, denn das Saarland hätte zwar zwischen zwei Stühlen, aber doch auf einem Sessel gesessen.

Für ‚nachgeborene‘ Generationen, zudem aus Ostdeutschland, dürfte – über die Vermittlung individueller und kollektiver Lebenserfahrungen von Frauen hinaus – diese weibliche Perspektive auf Hausarbeit im ‚Wirtschaftswunderland‘ von Interesse sein und den Wunsch nach vergleichenden Studien über Hausarbeit in der DDR aufkommen lassen.

Katharina Middell

- 1 Zahlen für 1961: 23 Prozent im Saarland (verheiratete Frauen nur 17 Prozent), Bundesdurchschnitt 33 Prozent (S. 110).
- 2 Zahlen für 1969: 60 Prozent im Saarland zu 40 Prozent in der übrigen Bundesrepublik (S. 111, 174).

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren

Thomas Ahbe, Dr. phil., Universität Leipzig, Sonderforschungsbereich 333

Ingeborg Blom, M.A., DFG-Projekt Propagandageschichte Freiburg

Carole Daffini, Universität Nancy/Humboldt-Universität zu Berlin

Gerald Diesener, Dr. sc.,phil. Institut für Kultur- und Universalgeschichte e.V. Leipzig, Leiter DFG-Projekt Propagandageschichte Leipzig, z.Zt. Universität Turin

Eckhardt Fuchs, Dr. phil., Institut für Kultur- und Universalgeschichte e.V. Leipzig

Rolf Geserick, Dr. phil., Adolf-Grimme-Institut des Deutschen Volkshochschul-Verbandes e.V. Marl

Monika Gibas, Dr. sc. phil., Institut für Kultur- und Universalgeschichte e.V. Leipzig, DFG-Projekt Propagandageschichte Leipzig

Rainer Gries, Dr. phil., Leiter DFG-Projekt Propagandageschichte Freiburg, Stipendiat der Fritz Thyssen Stiftung Köln

Volker Ilgen, DFG-Projekt Propagandageschichte Freiburg, Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg

Klaus Körner, Publizist, Hamburg

Katharina Middell, Dr. phil., Universität Leipzig, Historisches Seminar

Matthias Middell, Dr. phil., Universität Leipzig, Historisches Seminar

Dirk Schindelbeck, Dr. phil., DFG-Projekt Propagandageschichte Freiburg

Klaus Schönberger, Dr. phil., Tübingen-Leipzig, Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg

Klaus Sonnendecker, stud. phil., DFG-Projekt Propagandageschichte Leipzig

Barbara Walter, M.A., Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg

Der Augustusplatz – Funktions- und Gestaltwandel eines Großstadtplatzes 1830–1990

Hrsg. von Thomas Topfstedt
und Pit Lehmann
1994, 175 Seiten,
zahlreiche Abbildungen
Kart., 36,- DM
ISBN 3-929031-28-0



Hervorgegangen aus der Zusammenarbeit von Leipziger Kunstwissenschaftlern und Sozialhistorikern, präsentieren die Autoren verschiedene Aspekte eines zentralen Platzes in der Messestadt. Mehrfache Zerstörungen und Neuplanungen haben die Spuren verschiedener Baustile hinterlassen. Die alte und die neue Universität, die 1968 gesprengte Universitätskirche, Bildermuseum, Oper und Gewandhaus werden in ihrer Baugeschichte dargestellt.

Die Architekturanalyse steht jedoch nicht allein, sondern wird mit Untersuchungen der Menschen, die den Platz täglich beschreiten oder befahren, und einer Bestandsaufnahme ihrer Wahrnehmungen von diesem Platz konfrontiert. Ort repräsentativer Feste und Verkehrsknoten, Stätte der Begegnung im Alltag der Leipziger und Anziehungspunkt für Touristen – die zahlreichen Funktionen eines Platzes werden detailliert dargestellt. Anschaulich ergänzen Bilder des Augustusplatzes und der einzelnen Gebäude dieses architektonische Ensembles die Texte.

Bestellungen richten Sie bitte an den Leipziger Universitätsverlag
Augustusplatz 10 · D-04109 Leipzig

Aus dem Inhalt

Aufsätze

Rainer Gries

Virtuelle Zeithorizonte.
Deutsch-deutsche Geschichtsbilder und
Zukunftsvisionen Ende der
fünfziger Jahre

Gerald Diesener

Schon einmal am Wendepunkt –
im ‚Neuen Deutschland‘ 1959

Monika Gibas

„Deckt alle mit den Tisch der Republik“.
Regie und Dramaturgie des DDR-
Dezenniums am 7. Oktober 1959

Volker Ilgen

„Wachsamkeit ist der Preis der Freiheit“.
Wie die Bundesregierung 1959 ihren
Bürgern die NATO nahebrachte

Dirk Schindelbeck

Zwischen Wirtschafts- und Raketenwunder.
Vom Sängerstreit über den Stacheldraht

Eckhardt Fuchs

Blicke hinter den „Eisernen Vorhang“:
Die DDR 1959 im Spiegel der US-Presse

Forum

Carole Daffini

Der Fall Marteau

ISSN 0940-3566

ISBN 3-929031-52-3