

Hitler der Redner

Herausgegeben von

Josef Kopperschmidt

in Verbindung mit Johannes G. Pankau

Wilhelm Fink Verlag

Inhaltsverzeichnis

Statt eines Vorwortes

Thomas Mann

Bruder Hitler (Auszug) 9

Einleitung

Josef Kopperschmidt

Darf einem zu Hitler auch nichts einfallen?

Thematisch einleitende Bemerkungen 11

Themenbereich I:

Hitler der Redner: Ergebnisse und Defizite der bisherigen Forschung

Ulrich Nill

"Reden wie Lustmorde".

Hitler-Biografen über Hitler als Redner 29

Johannes G. Pankau

Hitlers Rede - Ergebnisse und Probleme der Forschung 53

Klaus Roß

Reden für alle.

Redelehre und Sprecherziehung 75

Christoph Sauer

Sprachwissenschaft und sprachwissenschaftlich

inspirierte Forschung zu Hitler dem Redner 95

Themenbereich II:

Hitler der Redner: Erneute Versuche eines Problemzugangs

Hitler über Rhetorik

Othmar Plöckinger

Rhetorik, Propaganda und Masse in Hitlers *Mein Kampf* 115



1 A 615162

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

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

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Dies betrifft auch die Vervielfältigung und Übertragung einzelner Textabschnitte, Zeichnungen der Bilder durch alle Verfahren wie Speicherung und Übertragung auf Papier, Transparente, Filme, Bänder, Platten und andere Medien, soweit es nicht §§ 53 und 54 URG ausdrücklich gestatten.

ISBN 3-7705-3823-4

© 2003 Wilhelm Fink Verlag, München

Herstellung: Ferdinand Schöningh GmbH, Paderborn

Über Hitlers Rhetorik

Cornelia Epping-Jäger

Laut/Sprecher Hitler.

Über ein Dispositiv der Massenkommunikation
in der Zeit des Nationalsozialismus 143

Klaus Hansen

Lachen über Hitler den Redner im Flüsterwitz 159

Alexander Kirchner

Hitler - "der Verführer".

Guido Knopp zieht Bilanz 171

Josef Kopperschmidt

War Hitler ein großer Redner?

Ein redekritischer Versuch 181

Inge Marszolek

"Der Führer spricht ..."

Hitler und der Rundfunk 205

Othmar Plöckinger

Der Redner Hitler im Urteil seiner Zeitgenossen 217

Katja Protte

Hitler als Redner in Fotografie und Film 243

Günter Scholdt

Der Redner Hitler aus der Sicht zeitgenössischer

Schriftsteller..... 257

Exemplarische Redeanalysen

Hans-Rainer Beck

Rede als Integrationserlebnis.

Der Topos "Volksgemeinschaft" - persuasive Wirksamkeit
und historische Dimension 277

Detlef Grieswelle

Rede als politische Verkündigung.

Hitlers Rhetorik in der Endphase der Weimarer Republik 301

Josef Kopperschmidt

Hitler vor Gericht.

Oder: Rede als "Arbeit am Mythos" 327

Ulrich Kühn

Rede als Selbstinszenierung - Hitler auf der "Bühne" 359

Martin Reisingl

Rede als Vollzugsmeldung an die (deutsche) Geschichte.

Hitler auf dem Wiener Heldenplatz 383

Christoph Sauer

Rede als Erzeugung von Komplizentum.

Hitler und die öffentliche Erwähnung der Judenvernichtung 413

Gert Ueding

Rede als Führerproklamation 441

Themenbereich III:

Hitler der Redner: Wie erfolgreich wäre er heute?

Josef Kopperschmidt

Endlich angekommen im Westen?

Oder: Über das Ende des rhetorischen Sonderwegs der Deutschen 455

Peter D. Krause

Hätte ein Redner wie Hitler heute Erfolg? 481

Namenregister 495

"Der Führer spricht ..." Hitler und der Rundfunk

Inge Marszolek

1. Vorbemerkung

Im März 1933 sagte Adolf Hitler in einem Interview über den Rundfunk: "Das muss so werden, dass jeder plastisch vor Augen hat, was er hört. Man kann noch unendlich mehr herausholen. Der Ton ist meiner Ansicht nach viel suggestiver als das Bild. Aber die Möglichkeiten des Rundfunks auszunutzen, das will erst gelernt sein. Ich war selber zuerst vor dem Mikrophon fast verzweifelt. Und auch jetzt bin ich noch immer damit unzufrieden. Mit aller Kraft werde ich mich für die Entwicklung des Rundfunks einsetzen."¹

Dreierlei sind an diesem kurzen Zitat bemerkenswert:

1. Das eine ist das Eingeständnis, als Redner im Rundfunk nicht perfekt, bzw. zunächst gescheitert zu sein. In der Tat wurde seine erste Rede im Rundfunk am 1. Februar 1933, also nach der NS-Machtergreifung, als Hitler einen vom Kabinett gebilligten *Aufruf an das deutsche Volk* verlas, sowohl von den Fachleuten im Funk wie von der Öffentlichkeit heftig kritisiert. Die sozialdemokratische Rundfunkzeitung "Der Volksfunk" bemängelte, dass die Stimme Hitlers kasernenhofartig, unsympathisch und gar nicht deutsch geklungen habe.² Nun mag man das als Kritik aus den Reihen der Gegner abtun, aber immerhin wiederholte der Reichskanzler diese Rede für eine Schallplattenaufnahme: Nunmehr benötigte er für den gleichen Text drei Minuten länger. Er sprach also langsamer und deutlicher. Die Rede wurde allein am 3. Februar 1933 dreimal gesendet.
2. Zum zweiten aber hatte Hitler die Faszination des neuen Mediums in einer Weise beschrieben, die selten so deutlich ausgesprochen wurde: Der Rundfunk, der zum Zeitpunkt der "Machtergreifung" knapp zehn Jahre in Deutschland sendete, war von hoher Wirkungsmächtigkeit. Bereits am Ende der Weimarer Republik entwickelte er sich vom Mittelstands- zum Massenmedium. Der Rundfunk war für die Programmacher und Techniker ein einzigartiges Laborfeld und besaß für seine Hörerinnen und Hörer eine ungemaine Attraktivität. Dabei ging es nicht zuletzt darum, dass Hören und Sehen durch das Radio in einer bisher noch nie erfahrenen Weise verknüpft wurden. Nicht nur dass in den Rundfunkpro-

¹ Zit. n. Diller 1980, 62.

² *Volksfunk* 1933, 35; zit. n. Diller 1980, 63.

grammen dezidiert "Hörbilder" gesendet wurden, auch die dort tätigen Reporter, die erstmals Ende der Weimarer Republik auch live berichteten, schilderten, was sie sahen. Das auditive Medium wurde von Anfang an in vielfältiger Weise visualisiert. Die Rundfunkindustrie schaltete Anzeigen, auf denen nicht nur die Geräte abgebildet wurden, sondern auch unterschiedliche Hörsituationen. Die Radiosprecher wurden wie Stars in den Rundfunkzeitschriften vorgestellt. Selbst das Radiohören, sei es in der Familie, sei es gemeinsam mit Freunden oder gar in den öffentlichen Radiostuben wurde inszeniert. Man hörte gemeinsam ein Konzert, lauschte einem Vortrag oder einer Rede. Das heißt, Hitler und wohl noch mehr sein zukünftiger Reichspropagandaminister Joseph Goebbels waren sich der Besonderheiten des neuen Mediums von Anfang an bewusst.

3. Daraus folgt drittens: Hitlers Versprechen sich mit aller Kraft für die Weiterentwicklung des Rundfunks einzusetzen, bedeutete nicht nur, dass die Nationalsozialisten sich des Rundfunks und der Sendeanstalten bemächtigten, sondern dass sie für eine umfassende Verbreitung von Rundfunkempfängern, auch in Arbeiterfamilien und auf dem Land, Sorge tragen wollten.

2. Der Volksempfänger - eine Ikone des Nationalsozialismus

Diesem Ziel diente eine der ersten markt- und medienpolitischen Maßnahmen des Regimes: Bereits am 28. April 1933 schlossen die 28 empfängerbauenden Firmen einen Vertrag über den Absatz von Rundfunkgeräten. Nur kurze Zeit später verpflichteten sich die gleichen Firmen freiwillig - sie benötigten nur einen kleinen Anstoß seitens des NS-Regimes - zur Herstellung des "Volksempfängers", eines normierten Markenartikels. Den Preis von 76,- RM legte das Reichsministerium für Propaganda und Volksaufklärung fest, und es bedurfte nur einer kleinen diskursiven Zuspitzung, um aus dem Gerät ein nationalsozialistisches Produkt zu machen: "auch das Entstehen des Volksempfängers ist eine Bestätigung des Führerprinzips"³. Begleitet wurde die Implementierung des Volksempfängers und ab 1938 des noch günstigeren Kleinempfängers (36,- RM) u.a. durch die Senkung der Rundfunkgebühren für Fürsorgeempfänger und später generell für die unteren Einkommensschichten, auf der anderen Seite aber auch durch propagandistische Maßnahmen, die sowohl das Gerät, wie den NS-Rundfunk, sowie das Regime selbst bewarben. So wurden zwischen 1933 und 1943 rund 4,3 Millionen Volksempfänger und 2,8 Millionen Deutsche Kleinempfänger produziert. Rein rechnerisch trug damit mehr als jedes dritte im Deutschen Reich erfasste Gerät die Züge des vom Regime propagierten Geräts. Eines der bekanntesten Plakate konstruierte gleichermaßen die nationalsozialistische Öffentlichkeit wie eine medial präsentierte Führer-Gefolg-

schaftsideologie. Im Mai 1933 erschien im "Völkischen Beobachter" eine Werbung für den Volksempfänger: Aus einer Masse lauschender Menschen ragt ein riesiger Volksempfänger heraus. Überschrift: Ein Zweizeiler "Ganz Deutschland hört den Führer" - unten läuft der Text etwas kleiner weiter - "mit dem Volksempfänger". Die Werbung inszenierte die Identität des Führers mit dem Gerät: Der Lautsprecher des Volksempfängers symbolisiert einen überdimensionalen gesichtslosen Kopf, die lauschenden Volksgenossen formieren sich zu Füßen des Geräts, sie verschwinden in der Unendlichkeit. Diese Grafik repräsentiert das "Idealmodell nationalsozialistischer Massenöffentlichkeit". Sie kennt keinen Dissens mehr, Öffentlichkeit wird auf das Erlebnis reduziert, Diskurs durch Empfangen ersetzt.⁴ Der "Führer" wird hier im medialen virtuellen Raum als übermächtige Stimme inszeniert. Die hier insinuierte Identität von Führer und Apparat verweist auf die Mediatisierung von Herrschaft, die scheinbar im Einklang mit den Bedürfnissen der Masse steht.⁵ Dem entspricht, dass wie kaum ein anderes Alltagsobjekt der Volksempfänger zum Symbol des Nationalsozialismus wurde. Erinnert wurde er im Volksmund als "Goebbels-Schnauze".

Ein anderes Werbeobjekt, das gerade im Krieg die Propagierung des Rundfunks im ländlichen Bereich anvisierte, war das auf der Kunstaussstellung 1940 vom Maler Paul Mathias Padua präsentierte Gemälde *Der Führer spricht*. Gezeigt wird eine bäuerliche Großfamilie, die gemeinsam der Führerstimme aus dem Volksempfänger, der wie ein Tabernakel über den Köpfen steht, lauscht. Über dem Gerät prangt eine Hitlerfotografie. Zeitgenössische Interpretationen verweisen bereits auf das quasi religiöse Inventar "Das Bild gleicht dem einer Gemeinde, die im schlichten Dorfkirchlein andächtig unter der Kanzel aus dem Munde des Pfarrers das Wort Gottes vernimmt oder dem Bild einer häuslichen Abendandacht"⁶. Dieses Gemälde wurde massenhaft reproduziert und fungierte als Werbeträger für die Rundfunkindustrie und -händler. Das Rundfunkgerät im nationalsozialistischen Design sollte so auch im letzten Dorf Einzug halten und gleichzeitig die bäuerliche Kultur mit der industriellen Massenkultur im nationalsozialistischen Sinn versöhnen.

3. Inszenierung der NS-Volksgemeinschaft im Rundfunk

Tatsächlich war Reichspropagandaminister Goebbels derjenige, der den Rundfunk zu einem höchst wirkungsvollen, wahrscheinlich dem wirkungsvollsten Propagandaorgan des Nationalsozialismus machte. Das wurde zum einen dadurch erleichtert, dass die seit 1932 bestehenden Pläne, den Rundfunk zu verstaatlichen, von der NSDAP nach 1933 nur noch festgeschrieben werden mussten. Zum anderen gelang

³ Ein Gespräch mit Obergeringieur Griessing, dem Konstrukteur des VEs, in: E. Schwandt, "Der Erfolg des Volksempfängers in Zahlen", in: *Funktechnische Mitteilungen* (1935) 67; zit. n. Schmidt 1998a, 141.

⁴ Dröge/Müller 1995, 325; die beiden Autoren beziehen sich hierbei auf den Habermas'schen Öffentlichkeits- und Diskursbegriff.

⁵ Ebd.

⁶ Zit. n. Friemert 1996, 62; vgl. auch Schmidt 1998a, 150.

es Goebbels binnen kurzem die personelle Gleichschaltung des Rundfunks durchzuführen, da er sich weitgehend auf den Austausch der Intendanten beschränken konnte. Das Gros der Programmierer und Redakteure schwenkte ohne großen Druck und relativ rasch auf die nationalsozialistische Politik ein.⁷ Gleichzeitig schaltete Goebbels andere Ministerien wie das Reichspostministerium und das Reichsinnenministerium aus der Kontrolle des Rundfunks aus. Offenbar war sich Goebbels von Anfang an bewusst, dass der Rundfunk als häusliches Medium zwar als Propagandainstrument in den privaten Bereich hineinsendete und ihn durchdrang, das Hören aber sich einer totalen Kontrolle entzog. Daher betonte er in seiner ersten Rede im März 1933 vor den Intendanten, dass es nicht so sehr darauf ankomme, "was man macht", sondern "wie man es mache": "Nur keine Öde. Nur nicht die Gesinnung auf den Präsentierteller legen. Nur nicht glauben, man könne sich im Dienste der nationalen Regierung am besten betätigen, wenn man Abend für Abend schmetternde Märsche ertönen lässt (...) Gesinnung muss sein, aber Gesinnung braucht nicht Langeweile zu bedeuten".⁸

Aber zugleich war es in den Anfangsjahren für Goebbels nicht möglich, nach dieser Erkenntnis den Rundfunk zu organisieren. Tatsächlich drängte jeder Gauleiter ins Radio. Die Zeit nach der Machtergreifung wurde, so Peter Reichel, durch ein Trommelfeuer politischer Reden geprägt. Allein im Jahr 1933 wurden fünfzig Führerreden gesendet⁹, insgesamt gab es 118 öffentliche Verlautbarungen von Hitler¹⁰. Hinzu kamen die Übertragungen von öffentlichen Veranstaltungen und von NS-Feiertagen. Anzumerken ist aus medienpezifischer Sicht, dass der NS-Rundfunk für die im Rundfunk Tätigen ebenso wie für Goebbels ein einzigartiges Experimentierfeld darstellte, moderne Massenbeeinflussungsstrategien zu auszutesten. Bereits im Wahlkampf im März 1933 probierte Goebbels aus, wie im und durch das Radio die nationalsozialistische Bewegung und vor allem der Führer selber zu inszenieren sei. So wurde am 1. März 1933, dem "Tag der erwachenden Nation" erstmalig eine Rede Hitlers in Königsberg im gesamten Rundfunk übertragen. Den ganzen Tag über marschierten die Formationen von SA und SS in den Städten auf, Fackelzüge zogen abends durch die Orte. Der Höhepunkt des Tages war dann das gemeinschaftliche Hören der Führerrede vor den Lautsprechern.¹¹ Dieses Muster blieb in den ersten Jahren des Regimes prägend.

Deutlich zugespitzt zeigte sich das in der Gestaltung des nationalsozialistischen 1. Mai 1933, dem "Tag der nationalen Arbeit"¹². Goebbels zog den jungen Archi-

⁷ Vgl. hierzu Münkler 1998, 53 - anders die Einschätzung bei Reichel 1991, 161.

⁸ Heiber 1972, hier Bd. 2, 206; zit. n. Reichel 1991, 159.

⁹ Reichel 1991, 165.

¹⁰ Beck 2001, 176. Beck bezieht sich dabei auf die Auswertung von Domarus 1973.

¹¹ Domarus 1973, 216.

¹² Vgl. Heuel 1989. Heuel gibt im ersten Teil seiner Studie eine minutiöse Schilderung des Ablaufes des 1. Mai 1933 wie auch eine textkritische Interpretation der Reden (1989, 42-187). Im Anhang

tekten Albert Speer zur büchsenmäßigen Ausgestaltung des Tempelhofer Feldes, wo die zentrale Kundgebung stattfand, zu Rate und wies zugleich dem Rundfunk eine zentrale Rolle bei der Inszenierung des ersten "nationalen Tages der Arbeit" zu.¹³ Wohl einmalig in der Geschichte des Radios sendete der Rundfunk am 1. Mai 1933 ein dramaturgisch lückenlos durchgeplantes Programm, das zudem mit Ausnahme von zwei Sendungen, - eine dreiviertelstündige und eine zehnminütige mit Marsch- und Arbeiter-, Bauern- und Soldatenliedern - ein reines Wortprogramm war und zwar von morgens 8.50 bis ca. 1 Uhr nachts. Da nur etwa ein Drittel aller Haushaltungen ein Rundfunkgerät besaß, wurde in den Lokalzeitungen aufgefordert, die Geräte in die Fenster zu stellen, damit auch Nicht-Radiobesitzer mithören konnten. Zentrale Lautsprecheranlagen in den Städten sorgten für die Verkoppelung der Berliner Maifeier mit den regionalen Aufmärschen im gesamten Reich.

Ohne hier näher auf dieses Programm eingehen zu können, zeigen sich an diesem Tag, der die erste Inszenierung der NS-Volksgemeinschaft im Radio war, zwei wichtige Gestaltungsmerkmale: Das eine ist die Verknüpfung von nationalsozialistischer Ideologie mit den Ikonen der Moderne, wobei der Rundfunk sich im und durch das Medium selbst als solche präsentierte. Neben Hörspielen, wie der "Symphonie der Arbeit", in denen die 1.Mai-Programmatik der sozialistischen Arbeiterbewegung konterkariert und neu konturiert wurde, kamen auch Marsch- und Volkslieder zur Ausstrahlung. Besonderes Aufsehen dürften sicherlich die Life-Berichte erregt haben. So wurden Berichte über die Maifeiern in anderen Städten zugeschaltet. Reporter interviewten auf dem Tempelhofer Feld Angehörige der Arbeiterdelegationen, die per Flugzeug aus den "Gauen" des Reichs nach Berlin gebracht wurden. Diese Arbeiter, zweifellos aufgrund ihrer "Verdienste" für die NSDAP ausgesucht, brachten z.B. ihre Bewunderung für den Führer zum Ausdruck, der bereits im Wahlkampf 1932 das Flugzeug benutzt hatte und sich nicht durch die "rauen Winde" habe beeindrucken lassen. Ein anderer Reporter berichtete live aus dem Zeppelin, der am Ersten Mai über Deutschland flog, und beschrieb aus der Vogelperspektive die mit Hakenkreuzflaggen geschmückten Schrebergartenkolonien, in denen früher die roten Fahnen gehangen hätten.

Der auditive und visuelle Höhepunkt des Tages aber war die Inszenierung der Führerrede.¹⁴ Adolf Hitler stand in einem von Speer konzipierten Lichtdom, nach seiner Rede begann ein gigantisches Feuerwerk. Die Rede wie die Schilderungen

ein Transkript der Rede Hitlers, die als Schallaufnahme im DRA in Frankfurt erhalten ist (1989, 593-609).

¹³ Vgl. Marszolek 1998b, 122ff.

¹⁴ Vor der Rede Hitlers hielt Goebbels eine Art Totenrede auf die bei einem Grubenunglück ums Leben gekommenen Bergarbeiter und auf zwei ermordete SA Leute in Naumburg und Kiel um deren gemeinsamen "Opfertod" zu beschwören: "Die neuen Soldaten der Arbeit und der Politik fallen auf dem Felde der Ehre." Anlässlich der Schweigeminute notierte Goebbels in seinem Tagebuch: "Nun steht die ganze Nation still. Die Lautsprecher übertragen die Stille über Stadt und Land" (J. Goebbels, *Tagebücher. Bd. 2: 1930-1934* (hg. v. R.G. Reuth), Eintragung zum 1. Mai 1933 (Kaiserhof), München 1992, 798.

des Lichtspiels und des Feuerwerks - vier Reporter wechselten sich ab - wurden über alle Sender übertragen und konnten sowohl in den Wohnungen wie auf den Plätzen im gesamten Reich gehört werden.

Diejenigen, die am 1. Mai 1933 sich noch weigerten, die Hakenkreuzfahne zu flaggen, diejenigen, die nicht auf den Maikundgebungen waren, oder die dem Aufbruch des ADGB nur resigniert und enttäuscht mit den "Fäusten in der Tasche" folgten, kamen im Medium nicht vor. Auch in der Folgezeit waren die politischen Gegner, wie die aus rassistischen Gründen Ausgegrenzten, allenfalls marginal präsent, etwa in Vorträgen, die sich mit den sog. Volksfeinden beschäftigten. Eine Stimme hatten sie nicht. Der Verbot des Besitzes von Radiogeräten für Juden und Jüdinnen im Krieg, zu einem Zeitpunkt als die Deportationen begannen und die Mehrheit der deutschen Juden bereits vertrieben waren, war nur eine logische Konsequenz der Instrumentalisierung des Rundfunks im Sinne der medialen Inszenierung der "Volksgemeinschaft".

4. "Der Führer spricht"

Spätestens nach 1935 wurden die politischen Reden ebenso wie die Übertragungen von Veranstaltungen zugunsten der Unterhaltung zurückgefahren. Die Reden des Führers wurden weiter in den Betrieben, auf öffentlichen Plätzen durch Lautsprecher übertragen. Lautsprecherwagen fuhren in abgelegene Dörfer, um auch hier die Worte Hitlers unters Volk zu bringen. Allerdings gerieten die Masseninszenierungen mit den Aufmärschen und Fackelzügen immer mehr in den Hintergrund. Diese Formen von Massenmobilisierungen blieben wenigen nationalsozialistischen Großereignissen wie den Reichsparteitagen u.ä. vorbehalten. Während zumindest bis zum Ausbruch des Krieges ambivalente Äußerungen über die Rezeption dieser Reden in den Betrieben und Städten überliefert sind - je nach Zuhörerschaft - dürfte das Auftauchen der Lautsprecherwagen in den ländlichen Regionen immer noch einen gewissen Neuheitswert gehabt haben. Gerade sozialdemokratische Arbeiter in den Großbetrieben erinnern sich eher an Desinteresse denn an aufmerksames Zuhören. Allerdings sind diese Erinnerungen auch geprägt von einem gewissen Rechtfertigungsmechanismus.

Leider ist bisher weder untersucht worden, wie viele Reden Hitlers im Radio gesendet wurden, welche lediglich übertragen wurden, entweder live oder später von einer Schallplatte oder welche er eigens im Rundfunk gehalten hatte. Ebenfalls fehlen Analysen darüber, wie die Führerreden im Programm platziert wurden und wie sie auch in der Tagespresse angekündigt bzw. kommentiert wurden. Zwar betonen die Biografen Hitlers dessen Bedeutung als Redner, nicht jedoch in bezug auf das Medium Radio.¹⁵

¹⁵ Etwa Fest 1973; Kershaw 1998. Jüngst hat der Medienwissenschaftler Dietrich Leder in der "Zeit" die These geäußert, dass weder Goebbels noch Hitler das Radio als ihr Medium betrachtet hätten,

Während die Präsenz Hitlers im Radio in der Vorkriegszeit relativ hoch war, veränderte sich das im Laufe des Krieges einschneidend. Das entspricht der Rednerfähigkeit insgesamt, die sich bereits 1934 etwa halbierte, um dann ab 1941 sich bei zehn Reden jährlich etwa einzupendeln.¹⁶ In den Jahren der Erfolge, also zur Zeit der Blitzkriegsieg im Westen, nahm Hitler im Radio regelmäßig Stellung, nicht zuletzt auch um die zunächst mangelnde Kriegsbegeisterung zu verstärken, wie um die Deutschen auf die Ausweitung des Krieges vorzubereiten. Mit den ersten Niederlagen an der Ostfront wurde die Präsenz geringer. Nach Stalingrad waren Radioreden geradezu eine Seltenheit. Die Wirkungen der Reden wurden vom SD genauestens verfolgt.¹⁷

So berichtete die Außenstelle des SD in Bad Kissingen über die Führerrede vom 24. Februar 1941, dass die "unbedingte Siegeszuversicht des Führers (...) sich sehr stark auf alle Volksgenossen ausgewirkt habe"¹⁸. Dabei, so Ian Kershaw in seiner Studie über den "Hitler-Mythos", habe bereits der SD die starke, pseudoreligiöse Bindung gerade von einfachen Menschen an den Führer erkannt: So berichtete ein SD Vertrauensmann aus der Gegend von Kitzingen, dass es "manchmal geradezu rührend" sei, "mit welchem kindlichen Vertrauen gerade Leute aus den einfachsten Schichten heute zum Führer und unserer Staatsführung aufblicken"¹⁹. Nach dem ersten Winter des Russlandkrieges, als die Ausmaße der deutschen Verluste deutlich waren und ein Ende des Krieges in immer weitere Ferne gerückt war, wurde, so Kershaw, das immer "wiederkehrende Ritual der plebisitären Begegnung von Führer und Volk" fast gänzlich aufgegeben. Goebbels inszenierte nunmehr "seinen Führer" als einen zweiten Friedrich den Großen, als einsame entrückte Majestät, der auf den entfernten Kriegsschauplätzen einen heroischen Kampf für sein Volk focht.²⁰ Allerdings blieb trotzdem der Glaube an den Führer, der allein das Blatt noch wenden könne, bestehen. So berichtete die SD-Außenstelle Würzburg im Januar 1942, dass viele Volksgenossen "geradezu das Bedürfnis" hätten, "wieder die Stimme des Führers zu hören"²¹. Gleichzeitig aber wurden die Reden, allein Kershaw nennt drei Reden von Januar bis April 1942, mit Skepsis aufgenommen und wohl nur wenige teilten die von Hitler beschworene Siegesgewissheit. So kommentierten NSDAP-Funktionäre die Rede vom 26. April 1942 dahingehend: "Verzagte Gemüter, und deren gibt es nicht wenige, scheinen nur von einer Stelle der Rede des Führers beeindruckt worden zu sein; als der Führer von den Vorbereitungen

sondern vor allem Live-Redner gewesen seien. Dabei übersieht er aber die Bedeutung der Übertragungen von Veranstaltungen und der Rolle des Radios in der Inszenierung derselben (Leder 2001).

¹⁶ Beck 2001, 176f. nennt für 1934 60 Reden oder Verlautbarungen, 1939 waren es 41, 1940 18, 1941 12, 1942 11, 1943 9, 1944 10 und 1945 nur noch 2.

¹⁷ Boberach 1965; Steinert 1970; vgl. auch Kershaw 1980.

¹⁸ Zit. n. Kershaw 1980, 139.

¹⁹ Ebd., 140.

²⁰ Ebd., 157f.

²¹ Ebd.

zum Winterfeldzug 42/43 sprach. Nun aber ist das Ende noch nicht absehbar - darunter leiden viele Frauen und Mütter"²². Nach dem Verlust Stalingrads brauchte Hitler mehr als einen Monat, um anlässlich des Heldengedenktages, der vom 14. auf den 23. März verschoben worden war, im Radio zu sprechen. Die relativ kurze Rede wurde mit Enttäuschung wahrgenommen: "Die fast leidenschaftslose Sprache, der monotone Vortrag habe sich eigenartig angehört (...) z.T. habe der Tonfall deprimierend gewirkt."²³

Hitler sprach danach erst wieder im am 10. September 1943 und dann am 8. November zum Jahrestag des Novemberputsches von 1923, wobei er den Deutschen Vergeltung für die alliierten Bombenangriffe versprach. Dieses, ebenso wie der kämpferische Duktus, scheinen ihre Wirkung nicht verfehlt zu haben, so jedenfalls der Tenor aller SD-Berichte aus dem Reich. Nach dem Attentat vom 20. Juli 1944 tauchte Hitler in der Öffentlichkeit kaum noch auf, im Radio sprach er noch zum Neujahr 1944 und am 30. Januar 1945, dem Tag der nationalsozialistischen Machtergreifung, hielt er seine allerletzte Rede.

5. Der Rundfunk als Brücke zwischen Heimat und Front

Sicherlich sind die Reden Hitlers im Rundfunk und ihre Wirkungskraft ein wichtiges Indiz für die Geschlossenheit der NS-Volksgemeinschaft sogar im Krieg. Darüber hinaus bleibt die Frage, ob und inwiefern das Radio die zweifellos enge Bindung zwischen Führer und Volk befördert haben mag. Medienerinnerungen sind immer auch biographische Konstruktionen - und leider sind derartige Befragungen kaum gemacht worden.²⁴ Wir wissen jedoch gerade aus ländlichen Gebieten, dass der Volksempfänger auf einem spitzengedeckten Ehrenplatz in der guten Stube stand. Hörerinnenbriefe schildern, dass neben dem Gerät Bilder vom Führer oder auch von Goebbels aufgestellt worden waren.²⁵ In den Feldpostbriefen schrieben häufig die Frauen an ihre Männer, wie sehr sie von einer Rede Hitlers wiederaufgerichtet worden waren, oder aber wie sehr sie bei einem Musikstück an den Mann an der Front gedacht hätten, da sich gemeinsame Erinnerungen verbanden. "Im Radio klingt gerade die Melodie Mädel, ich komm bald wieder und ist der Feind geschlagen, bleib ich immer bei Dir! Sicher kennst Du das Lied auch aus dem Film U-Boote westwärts. An wen denke ich wohl jetzt?"²⁶ Dieses Zitat aus einem Brief eines jungen Mädchens an einen jungen Soldaten ist nur ein Beispiel unter vielen. Auch die Soldaten schrieben ähnliches an die Frauen und Mütter zu Haus.

²² Ebd., 170.

²³ Ebd., 158.

²⁴ Überhaupt scheinen Erinnerungen an Medienaneignung nur mühsam zu rekonstruieren sein, hierzu Kübler 1987.

²⁵ Schmidt 1998b, 325.

²⁶ Marszolek 1999a, 57. Die Briefe befinden sich im Staatsarchiv Bremen.

Hitler und Goebbels wussten offenbar diese Funktion des Mediums als Transporteur zwischen Heimat und Front zu nutzen und wiesen dem Rundfunk im Krieg die zentrale Aufgabe zu, deren Einheit in der "Kriegsgemeinschaft" zu simulieren. Das geschah besonders wirksam in der eigens hierfür entwickelten Unterhaltungssendung "Das Wunschkonzert für die Wehrmacht".²⁷ Neu waren die Möglichkeiten der direkten Hörerbeteiligung. Wünsche wurden nur von der Front akzeptiert, die Volksgenossen und Volksgenossinnen zu Hause durften spenden. In dieser Sendung traten alle Künstler von Rang und Namen auf, sowohl klassische Musik wie Unterhaltung waren gefragt. Die Konstruktion der Volksfamilie als Opfergemeinschaft wurde unterstrichen durch die Nennung der geborenen Kinder, Erzählungen über den Alltag an der Front gerieten zur Anekdote, die über den Alltag der Frauen waren unterlegt von dem Opfertod der Männer für die Volksgemeinschaft. Tatsächlich suggerierte das gemeinsame Hören dieser Sendung an der Front und zu Hause die Überwindung der räumlichen Trennung, wie viele Feldpostbriefe zeigen. Die Wirkungsmächtigkeit des "Wunschkonzertes" belegt auch der gleichnamige Film von 1940, (Regisseur E. v. Borsody) wie die dokumentarische Broschüre der Moderatoren der Sendung, die in großer Auflage verkauft wurde.²⁸ Auch hierzu ein Zitat aus einem Feldpostbrief, den eine Frau aus Bayern an ihren Ehemann an der Ostfront schrieb: "Sicher warst Du auch am Radio gesessen, es hat mir recht gut gefallen. Es ist eine wunderschöne Einrichtung, dass man von einer Stelle aus zu so vielen Menschen nach allen Himmelsrichtungen sprechen kann."²⁹

Eine ähnliche Funktion hatte die Weihnachtsringsendung von 1942, in der, so Uta C. Schmidt, mit den weitentwickeltesten Hilfsmitteln der Funktechnik ein "Weltreich mit deutschem Gemüt" inszeniert wurde. Weihnachten 1942 wurde an alle Fronten geschaltet: "Achtung an Alle - noch einmal sollen sich nun - unter dem Eindruck dieser Stunden, die wir zusammen erlebten (...) alle Kameraden an den entferntesten Übertragungsstellen melden und Zeugnis ablegen durch ihren Ruf von dem umfassenden Erlebnis dieser unserer Ringsendung - Achtung (...) ich rufe noch einmal den Eismeerhafen Lienehamering (...) Hier ist der Eismeerhafen Lienehamering (...) Achtung, ich rufe noch einmal Stalingrad (...) Hier ist Stalingrad." Es folgte die Aufforderung, gemeinsam in das "schöne, alte deutsche Weihnachtslied "Stille Nacht, heilige Nacht" einzustimmen. Man hörte dann mit starken Überlagerungen eine Männergruppe das Lied singen, und ein Klavier spielte im Studio zur Unterstützung mit.³⁰

²⁷ Diese Sendung hatte einen Vorläufer "Das Wunschkonzert für das Winterhilfswerk", diese Sendung wurde aber dann für die Kriegsgemeinschaft erfolgreich weiterentwickelt, wobei auf die Erfahrungen der "Volkssenderaktionen" zurückgegriffen werden konnte. Vgl. hierzu M. Pater, "Rundfunkangebote", in: Marszolek/Saldern 1998b, 129-242, hier 224ff.

²⁸ Goedecke, H./Krug, W., *Wir beginnen das Wunschkonzert für die Wehrmacht*, Leipzig 1940.

²⁹ Zit. n. Marszolek 1999a, 50.

³⁰ Schmidt 1998b, 337.

6. Der nationalsozialistische Rundfunk - ein modernes Medium?

Fragt man nach der Wirkungsmächtigkeit des Rundfunks als Propagandainstrument, so fällt zunächst die Selbstinszenierung des Mediums im Nationalsozialismus auf. Hier sind nochmals die eingangs erwähnte Konstruktion der nationalsozialistischen Öffentlichkeit wie die Versöhnung der Moderne mit der völkischen Ideologie als Themen der Werbung für den Volksempfänger zu betonen. Gleichzeitig wurden im nationalsozialistischen Rundfunk, v.a. was den Unterhaltungssektor angeht, gemessen an den medien- und zeitspezifischen Möglichkeiten moderne Unterhaltungsprogramme produziert, die - wie das "Wunschkonzert" - die nationalsozialistische Volksgemeinschaft inszenierten und formierten. Offenbar hatte insbesondere Joseph Goebbels - entgegen mancher früher Äußerungen³¹ - von Anfang an begriffen, dass das Medium sich einer totalen Indienstnahme durch unmittelbare Propaganda entzog. Das Hören fand im privaten Raum statt und selbst ein diktatorisches Regime konnte diesen Raum nicht vollständig kontrollieren. Es konnte die Aneignungspraxen und Umdeutungsprozesse nicht vollständig beeinflussen. Eben deswegen reichte die Übertragung der Führerreden im Radiogerät nicht aus - es musste gewährleistet werden, dass diese Reden im öffentlichen Raum zu hören waren, der wiederum eigens inszeniert wurde. In seiner Untersuchung von ausgewählten, als Tondokumente überlieferten Reden, kommt Beck zu dem Schluss, dass offenbar der Eindruck der Rede vor Ort, also die Inszenierung vor einem Publikum oftmals ein anderer war, als der medial vermittelte Eindruck, zumal in der Regel das Publikum ausgesucht war. Das traf offenbar besonders auf die Rede Hitlers im Sportpalast am 26. September 1938 zu, also auf dem Höhepunkt der Sudetenkrise. Während das Publikum frenetisch Beifall spendete, dokumentieren die Stimmungsberichte, wie wenig Kriegsbegeisterung zu spüren war. Das spezifische Gemeinschaftserlebnis, so Beck, war nur vor Ort zu schaffen.³² Allerdings ist anzumerken, dass nie wieder die Kluft zwischen "Volksgemeinschaft" und ihrem Führer so groß war wie in dieser Zeit, als man den Krieg noch fürchtete.

Gleichzeitig aber entzog sich das Radio als auditives Medium noch auf andere Weise der Kontrolle durch das Regime. Gerade im Krieg wandten sich die Volksgenossen und -genossinnen anderen Sendern zu: Feindsenderhören wurde, trotz schärfster Sanktionen - das Verbreiten von Nachrichten aus den Feindsendern konnte mit dem Tode bestraft werden - zum Massendelikt. Das bedeutet, dass die Deutschen nicht nur sehr wohl um Bedeutung des NS-Rundfunks als Propagandainstrument des Regimes wussten, sondern zugleich, dass sie - als es um ihre ureigsten Bedürfnisse ging - durchaus zu Übertretungen der nationalsozialistischen Gesetze bereit waren, und die damit verbundene Bedrohung in Kauf nahmen. Aus me-

dienwissenschaftlicher Sicht wird hier einmal mehr belegt, dass die Nutzung und Aneignung von Medien sich einer totalen Kontrolle entzieht. Angesichts der Bombenangriffe und der katastrophalen Kriegslage entfalteten die Worte des Führers nur noch partielle und punktuelle Wirksamkeit. Aber auch den "Feindsendern" wurde nur bedingt Glauben geschenkt: Deren Botschaften waren zu keiner Zeit handlungsorientierend. Anders die Unterhaltung: die dort wohl verpackten Botschaften drangen tief in das Hörergedächtnis ein und wirkte bis in die Nachkriegszeit hinein. Sendungen wie das Wunschkonzert prägten die Hörerwartungen an das Medium bis in die fünfziger Jahre. Und während die Stimmen von Hitler und Goebbels im Medium verstummt waren, milderten die Stimmen der Rundfunksprecher und Unterhaltungstars die Verunsicherungen der Deutschen in den Umbruchzeiten des Nach-Kriegs.

Literatur

- Beck, H.-R.: *Politische Rede als Interaktionsgefüge: der Fall Hitler*, Tübingen 2001.
- Bobcrach, H. (Hg.): *Meldungen aus dem Reich*, Neuwied-Berlin 1965.
- Diller, A.: *Rundfunkpolitik im Dritten Reich*, München 1980.
- Domarus, M.: *Hitler. Reden und Proklamationen. 1932-1945*, Wiesbaden 1973.
- Dröge, F./Müller, M.: *Die Macht der Schönheit. Avantgarde und Faschismus oder Die Geburt der Massenkultur*, Hamburg 1995.
- Fest, J.C.: *Hitler*, Frankfurt/M.-Berlin 1973.
- Friemert, Ch.: *Radiowelten. Zur Ästhetik der drahtlosen Telegrafie*, Stuttgart 1996.
- Heiber, H. (Hg.): *Goebbels - Reden*, 2 Bd., Düsseldorf 1971/72.
- Heuel, E.: *Der umworbene Stand. Die ideologische Integration der Arbeiter im Nationalsozialismus 1933-1935*, Frankfurt 1989.
- Kershaw, I.: *Der Hitler-Mythos. Volksmeinung und Propaganda im Dritten Reich*, Stuttgart 1980.
- Ders.: *Hitler*, Stuttgart 1998.
- Kübler, H.-D.: "Medienbiographien - ein neuer Ansatz der Rezeptionsforschung?", in: M. Bobrowski/W. Duchkowsch/H. Haas H., *Medien- und Kommunikationsgeschichte*, Wien 1987, 53-63.
- Leder, D.: "Die Macht des Mikros", in: *Die Zeit* vom 18.10.2001, 50.
- Marszolek, I.: "'Aus dem Volke für das Volk.' Die Inszenierung der 'Volksgemeinschaft' im und durch das Radio", in: Dies./A.v. Saldern, *Radiozeiten. Herrschaft, Alltag, Gesellschaft (1924-1960)*, Berlin 1999a.
- Dies.: "Ich möchte Dich zu gern mal in Uniform sehen. Geschlechterkonstruktionen in Feldpostbriefen", in: *Werkstatt Geschichte* 22 (1999b) 41-59.
- Münkel, D.: "Produktionssphäre", in: I. Marszolek/A.v. Saldern, *Zuhören und Gehörtwerden I. Radio im Nationalsozialismus. Zwischen Lenkung und Ablenkung*, Tübingen 1998, 45-128.
- Reichel, P.: *Der schöne Schein des Dritten Reiches. Faszination und Gewalt des Faschismus*, München 1991.

³¹ So sprach Goebbels noch in seiner Ansprache an die Intendanten und Direktoren der Rundfunkgesellschaften am 25.03.1933 von den "geistigen Waffen", die mobilisiert werden sollten, in: Heiber 1972, Bd. I, 90.

³² Beck 2001, 181f.

- Schmidt, U.C.: "Der Volksempfänger. Tabernakel moderner Massenkultur", in: I. Marszolek/A.v. Saldern, *Zuhören und Gehörtwerden I. Radio im Nationalsozialismus. Zwischen Lenkung und Ablenkung*, Tübingen 1998a, 136-159.
- Dies.: "Radioaneignung", in: I. Marszolek/A.v. Saldern, *Zuhören und Gehörtwerden I. Radio im Nationalsozialismus. Zwischen Lenkung und Ablenkung*, Tübingen 1998b, 243-360.
- Steinert, M.G.: *Hitlers Krieg und die Deutschen*, Düsseldorf 1970.