

Heidenreich, Bernd; Neitzel, Sönke (Hrsg.): *Medien im Nationalsozialismus*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag 2010. ISBN: 978-3-7705-4919-1; 373 S.

**Rezensiert von:** Daniel Mühlenfeld, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Der vorliegende Sammelband geht zurück auf eine gemeinsame Tagung der hessischen Landeszentrale für politische Bildung und des Hessischen Rundfunks, die im September 2007 in Frankfurt am Main stattfand.

Der Band behandelt schwerpunktmäßig vier Themenfelder: biographische Perspektiven, Film, Hörfunk und Presse. Hinzu kommen jeweils eine thematisch übergreifende Einleitung sowie ein bilanzierender Ausblick auf die Mediengeschichte der Nachkriegszeit. Zahlreiche Beiträge stammen dabei aus der Feder von Autorinnen und Autoren, die bereits Monographien zu ihren Themen vorgelegt haben. So findet sich etwa ein Beitrag über die Deutsche Wochenschau von Ulrike Bartels, Jörg Koch setzt sich mit dem „Wunschkonzert“ auseinander, Torsten Körner reflektiert Heinz Rühmanns Lebensweg im „Dritten Reich“, Heinrich-George Biograph Kurt Fricke tut selbiges mit dem bekannten Theater- und Filmschauspieler, Rudolf Stöber gibt einen Überblick über die Preselandschaft, Gerhard Paul ist mit einem erweiterten Beitrag zum Propagandafilm „Feuertaufe“ vertreten<sup>1</sup>, Rainer Rother analysiert das Verhältnis von Nationalsozialismus und Film generell, Karl-Günter Zelle versucht sich an einer Deutung des Innenlebens von Joseph Goebbels, und Günther Gillissen unternimmt – wieder einmal – den Versuch der moralischen Ehrenrettung der „Frankfurter Zeitung“ und ihrer Journalisten.

Dass viele Beiträge auf umfangreiche monographische Studien zurückgehen, ist Fluch und Segen zugleich. Denn einerseits erhält der Leser einen konzisen und fundierten Überblick zu wichtigen Themenfeldern der Mediengeschichte des „Dritten Reiches“. Andererseits wirken die Beiträge dadurch weitgehend unverbunden. Es mangelt an verbindenden Perspektiven, da die einzelnen Beiträge offenbar weit mehr an den Fragestellungen der ihnen zugrundeliegenden Monogra-

phien, denn an einer leitenden Fragestellung des Bandes orientiert sind.

Die weiteren Beiträge widmen sich dem „Radio im Dienst der nationalsozialistischen Propaganda“ (Hans Sarkowicz), dem Reichspropagandaamt Hessen-Nassau und seiner Mitarbeiterschaft, der Lokalpresse im Nationalsozialismus am Beispiel der Stadt Bensheim (beide von Mathias Friedel), der Wochenzeitung „Das Reich“ (Viktoria Plank), dem grundsätzlichen Verhältnis von Medien und Nationalsozialismus (Joachim-Felix Leonhard) sowie der medialen Nachgeschichte der 1950er-Jahre (Wolfgang Mühl-Benninghaus).

Thematisch reiht sich der Band ein in den Kreis einer größeren Zahl neuerer Publikationen, die sich in den letzten Jahren insbesondere der Mediengeschichte des Nationalsozialismus gewidmet haben.<sup>2</sup> Allerdings bietet er, soviel sei vorweggenommen, hinsichtlich seines Erkenntnisgewinns insgesamt lei-

<sup>1</sup> Ursprünglich in Gerhard Paul (Hrsg.), *Das Jahrhundert der Bilder*, Bd. 1. 1900-1945, Göttingen 2009, S. 582-589; vgl. Wolfgang Ullrich: Rezension zu: Paul, Gerhard (Hrsg.): *Das Jahrhundert der Bilder. Bildatlas 1949 bis heute*. Göttingen 2008, in: *H-Soz-u-Kult*, 14.08.2009, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2009-3-129>> (01.09.2010).

<sup>2</sup> Ohne Anspruch auf Vollständigkeit: Clemens Zimmermann, *Medien im Nationalsozialismus*. Deutschland, Italien, Spanien in den 1930er und 1940er Jahren, Köln 2007; vgl. Konrad Dussel: Rezension zu: Zimmermann, Clemens: *Medien im Nationalsozialismus*. Deutschland 1933-1945, Italien 1922-1943, Spanien 1936-1951. Wien u.a. 2007, in: *H-Soz-u-Kult*, 14.08.2007, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2007-3-116>> (01.09.2010); Karl Christian Führer / Corey Ross (Hrsg.), *Mass Media, Culture, and Society in twentieth-century Germany*, New York 2006; Corey Ross, *Media and the making of modern Germany. Mass communications, society, and politics from the Empire to the Third Reich*, Oxford 2008; vgl. Martin Kohlrusch: Rezension zu: Ross, Corey: *Media and the Making of Modern Germany. Mass Communications, Society, and Politics from the Empire to the Third Reich*. Oxford 2008, in: *H-Soz-u-Kult*, 15.09.2009, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2009-3-199>> (01.09.2010); Aristotle A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, New York 2005; Karl Christian Führer, *Medienmetropole Hamburg. Mediale Öffentlichkeiten 1930-1960*, Hamburg 2008; vgl. Hanno Hochmuth: Rezension zu: Führer, Karl Christian: *Medienmetropole Hamburg. Mediale Öffentlichkeiten 1930-1960*. Hamburg 2008, in: *H-Soz-u-Kult*, 22.04.2009, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2009-2-056>> (01.09.2010).

---

der nicht mehr, als die Summe seiner Teile. Im Gegenteil: die bereits angesprochene Unverbundenheit der Beiträge schlägt sich auch in zum Teil konträren Befunden und Ergebnissen nieder. Dies wäre in einem Sammelband, der sich hinsichtlich seiner Konzeption und den Bekundungen des Klappentextes nach vor allem an ein Lesepublikum richtet, das eine Einführung in ein Themenfeld sucht, durchaus noch zu verschmerzen, wenn denn die gegenläufigen Auffassungen, Wertungen und Befunde auch am Ende aufgegriffen, im Kontext des aktuellen Forschungsstandes gedeutet und so in sinnvolle Beziehung zueinander gesetzt würden. Dass dies unterblieben ist, und das Buch allein mit einem Ausblick auf die mediale Nachkriegsgeschichte schließt, ist gewiss das größte Manko des Bandes.

So erhält der Leser denn auch keine Erläuterung, wieso etwa im Abschnitt „Biographische Perspektiven“ neben Joseph Goebbels mit Heinz Rühmann und Heinrich George ausgerechnet zwei Schauspieler in den Blick geraten. Dabei ließen sich auch aus anderen Mediensparten Personen finden, die einer Betrachtung wert gewesen wären. Überhaupt bleibt offen, wieso die Themenpalette des Bandes just so gewählt wurde, wie sie gewählt worden ist.

Denn in einer „Einführung in die Medien-geschichte des Nationalsozialismus“ – so der Klappentext – hätte man sich auch vorstellen können, beispielsweise etwas über das Medium Buch, die Literatur und Lesegewohnheiten der deutschen Bevölkerung zu erfahren. Einzig ein knapper Satz im gemeinsamen Vorwort der Herausgeber liefert hier einen möglichen Erklärungsansatz: „Die Geschichte von Rundfunk, Film und Presse im Nationalsozialismus ist ein besonders prominentes Beispiel für die Instrumentalisierung moderner [sic!] Massenmedien in einer totalitären Diktatur.“ (S. 12) Das traditionale Medium Buch fehlt, weil es vermeintlich als nicht hinreichend modern erschien.

Überzeugend ist indessen die perspektivische Weiterung des bisherigen Forschungsansatzes zur NS-Mediengeschichte um die Dimension der Rezeption: „Eine Kommunikationsaussage ist lediglich ein Stimulus, der vom Empfänger selektiv verarbeitet und elaboriert

wird.“ Letztlich sei „die Interpretation der Inhalte in ihrem Kontext [...] [e]ntscheidend für die Medienwirkung“ (S. 7). So sehr dieser Feststellung zuzustimmen ist, so sehr muss der Leser jedoch feststellen, dass die hiermit angesprochene Dimension der Medienrezeption in den folgenden Beiträgen kaum oder nur holzschnittartig Eingang gefunden hat. Gewiss ist es eine diffizile Aufgabe, entsprechend belastbares Quellenmaterial für eine solche Fragestellung aufzutun. Insofern behelfen sich beinahe alle Beiträge damit, entsprechende Bemerkungen aus den Berichten des Sicherheitsdienstes (SD) oder anderer Parteiorganisationen und -gliederungen heranzuziehen. Für den Leser – einen mit der Thematik noch nicht intensiv vertrauten insbesondere – hätte man sich einen entsprechenden Beitrag gewünscht, der die Probleme, Tücken und quellenkritischen Untiefen dieser Quellengattung eingehend diskutierte und damit eine Lese- und Verständnishilfe böte.

Stattdessen geht die wichtige, im Vorwort aufgeworfene Frage nach der Rezeption bereits in der unmittelbar nachfolgenden thematischen Einführung von Joachim-Felix Leonhard wieder in einer sehr traditionellen „Meistererzählung“ der NS-Mediengeschichte unter. Im Mittelpunkt steht hier einmal mehr die Propaganda, die Kommunikationsaussage des Regimes, der Kommunikationsimpuls. Dabei befördern Leonhards Semantik und die von ihm gewählten Beispiele von Anfang an die Selbstbestätigung des tradierten Befundes von der ebenso perfiden wie perfekten Manipulationsmacht des NS-Mediensystems. Man liest von einem „Medienapparat“, der „stringenter Lenkung unterworfen war und der auf raffinierte Weise direkt und frontal, aber auch mit indirekten und subtilen Formen und Stilmitteln die ideologische Durchdringung eines ganzen Landes beförderte“ (S. 14). Ferner fordert Leonhard eine vergleichende Untersuchung beider deutschen Diktaturen im Hinblick auf „die Mechanismen der medialen Instrumentalisierung im Sinne der Massenbeeinflussung“ (ebd.). Den Übergang von NS-Herrschaft zum alliierten Interregnum beschreibt er als „Wechsel von totalitärer Indoktrination

zu Öffnung der Kommunikationsformen und -inhalte“ (S. 15). Wer derart apodiktisch formuliert, nimmt die Antwort auf die Frage nach Wirkungsmacht und Reichweite der NS-Propaganda im Sinne der altbekanntesten Erzählung von ihrer manipulativen Allmacht selbst vorweg und verstellt den Blick für neue Antworten auf altbekannte Fragen.<sup>3</sup>

Diese fatale Perspektivverengung wird unbeabsichtigt auch von der Wahl des Titelbildes befördert. Zu sehen ist ein bekanntes Werbeplakat der Reichsrundfunkkommission für den „Volksempfänger“ aus dem Jahr 1936.<sup>4</sup> Inmitten einer scheinbar unendlichen Menschentraube ragt überlebensgroß das Rundfunkgerät empor. Während im Vordergrund noch Einzelheiten von Physiognomie und Kleidung der Personen erkennbar sind, löst sich die Menschenmasse im Hintergrund zunehmend ins Amorphe auf. Im Original ist das Plakat mit dem Schriftzug „Ganz Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger“ versehen, auf dem Titelbild fehlt dieser jedoch. Infolge dessen wirkt das Bild allein durch sich selbst. Und als solches zeigt es für das Buch eine Lesart auf, die ebenfalls vor allem die Wirkmächtigkeit der Medien und die umstandslose Verführbarkeit der „Volksgemeinschaft“ suggeriert.

Ungeachtet dieser prinzipiellen Monita hinsichtlich der Konzeption und Struktur des Bandes sind die einzelnen Beiträge zum weit überwiegenden Teil solide und lesenswerte Überblicke wichtiger Themenfelder der NS-Mediengeschichte. So stellt Ulrike Bartels etwa zu Beginn ihrer Betrachtung der Wochenschau mit Siegfried Kracauer fest, dass Spielfilme wie Dokumentarfilme stets auch als Spiegelbild jener gesellschaftlichen Umstände zu verstehen sind, innerhalb derer sie entstanden (S. 161). Hinsichtlich der Frage nach der Medienrezeption lässt sich hieran anknüpfend dann aber etwa folgern, dass die deutsche Bevölkerung daher nicht unbedingt antisemitisch(er) wurde, weil sie Filme wie „Jud Süß“ oder „Der ewige Jude“ zu sehen bekam, sondern dass vielmehr derartige Filme nicht zuletzt deshalb entstanden, weil ihre Macher das Vorhandensein latenter antisemitischer Einstellungen des Publikums unterstellten, an welche die Filme anzuknüpfen vermochten.<sup>5</sup>

Lesenswert ist auch der Beitrag Mathias Friedels über das Reichspropagandaamt Hessen-Nassau. Die Befunde hinsichtlich der Arbeit des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda in der Region sind dabei ein wichtiger Beitrag zum Verständnis des komplexen Beziehungsgeflechtes der verschränkten Propagandadienststellen von Staat und Partei.<sup>6</sup>

Indiskutabel ist indessen der Beitrag von Günther Gillessen zur „Frankfurter Zeitung“. Weit davon entfernt, neuester Forschungsstand zu sein, beschränkt sich der Verfasser darauf, seine altbekannte Sicht der Dinge als letztgültige Wahrheit zu präsentieren. Wer ihm dabei nicht folgen mag, gilt ihm als „nachgeborene[r] Besserwisser“ (S. 305). Mit einem wissenschaftlichen Debattenbeitrag hat das nichts gemein.

Die Gesamtbilanz der Lektüre fällt insofern durchwachsen aus. Während die Mehrzahl der Beiträge fundierte Einblicke liefern, mangelt es dem Band einerseits an einem strukturierenden Rahmen. Andererseits ist mindestens Gillessens Beitrag nicht geeignet, den selbst gesetzten Ansprüchen der Herausgeber in qualitativer Hinsicht zu genügen. Leserinnen und Lesern, die einen Einstieg ins Thema suchen, sei daher bis auf weiteres empfohlen, auf die einschlägigen Arbeiten Clemens

<sup>3</sup> Ein ähnliches Zirkelschlussphänomen hat Benjamin Ziemann, „Vergesellschaftung der Gewalt“ als Thema der Kriegsgeschichte seit 1914. Perspektiven und Desiderate eines Konzeptes, in: Bruno Thoß / Hans-Erich Volkmann (Hrsg.), *Erster Weltkrieg – Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich: Krieg, Kriegserlebnis, Kriegserfahrung in Deutschland*, Paderborn 2002, S. 735–758 für die Historiographie zum Ersten Weltkrieg herausgearbeitet.

<sup>4</sup> Das Bild ist im Bundesarchiv verfügbar unter der Signatur BArch, Plak 003-022-025 / Leonid.

<sup>5</sup> So schon Armin Nolzen, „Hier sieht man den Juden wie er wirklich ist...“. Die Rezeption des Films „Jud Süß“ in der deutschen Bevölkerung, in: Alexandra Przyrembel / Jörg Schönert (Hrsg.), *Jud Süß. Hofjude, literarische Figur, antisemitisches Zerrbild*, Frankfurt am Main 2006, S. 245–261.

<sup>6</sup> Dazu jüngst auch Randall L. Bytwerk, *Grassroots Propaganda in the Third Reich. The Reich Ring for National Socialist Propaganda and Public Enlightenment*, in: *German Studies Review* 33 (2010), S. 93–118 und Daniel Mühlenfeld, *Between State and Party. Position and Function of the Gau Propaganda Leader in National Socialist Leadership*, in: *German History* 28 (2010), S. 167–192.

---

Zimmermanns oder Corey Ross' zurückzugreifen.<sup>7</sup>

HistLit 2010-4-022 / Daniel Mühlenfeld über Heidenreich, Bernd; Neitzel, Sönke (Hrsg.): *Medien im Nationalsozialismus*. Paderborn 2010, in: H-Soz-Kult 11.10.2010.

---

<sup>7</sup>Zimmermann, *Medien im Nationalsozialismus*; Ross, *Media and the making*.