

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus: *Die NS-Propaganda*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)

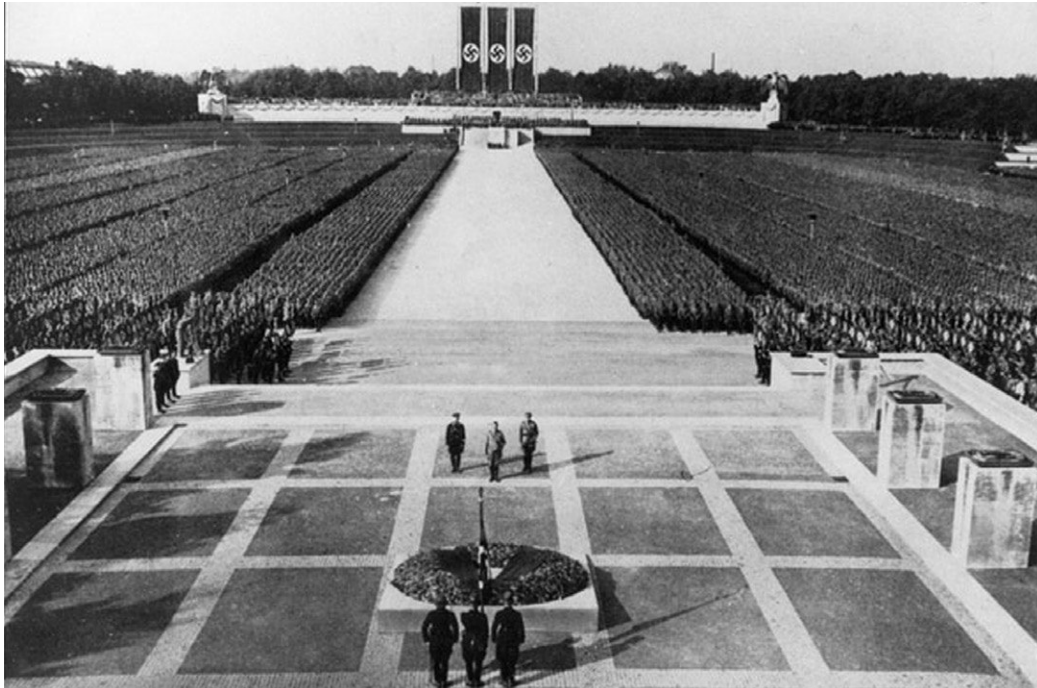


## II.H.43

Das 20. Jahrhundert

# NS-Propaganda – Von der Machtergreifung bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs

Anne Ziemons



© RAABE 2021

© Bundesarchiv, Bild 102-16196.

Propaganda und Inszenierung standen von Beginn an im Fokus der Nationalsozialisten. Ziel war es, die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen, um sich dann einen Weg in die Herzen der breiten Masse zu bahnen. Die Propagandastrategien des NS-Regimes richteten sich auf alle Bereiche des Lebens. Dabei nutzten die Nationalsozialisten die vorhandenen Möglichkeiten der Massenkommunikation. Sie appellierten an Emotionen mithilfe weniger Schlagworte.

---

### KOMPETENZPROFIL

<b>Klassenstufe:</b>	11/12
<b>Dauer:</b>	10 Unterrichtsstunden
<b>Kompetenzen:</b>	Prinzipien der NS-Propaganda nachvollziehen und erläutern; Sprache und Stilmittel der nationalsozialistischen Propaganda in Wort und Bild deuten; Strategien der Manipulation und Indoktrination durch Propaganda kritisch reflektieren
<b>Thematische Bereiche:</b>	Propaganda, Voraussetzungen des Nationalsozialismus, Herrschaftsstrukturen, Deutungen des NS-Regimes
<b>Medien:</b>	Texte, Bilder

---

## Fachliche Hinweise

### Herrschaftssicherung und Indoktrination – Welche Ziele verfolgte die NS-Propaganda?

Bereits in Hitlers „Mein Kampf“ wird ersichtlich, welche Bedeutung er der Propaganda beimisst. Sie sollte „die gefühlsmäßige Vorstellungswelt der großen Masse begreifend, in psychologisch richtiger Form den Weg zur Aufmerksamkeit und weiter zum Herzen der breiten Masse“ finden.<sup>1</sup> Nicht sachliche Argumentation, sondern der Appell an Emotionen stand dabei im Vordergrund. Dabei konzentrierten sich die Nationalsozialisten von Beginn an auf eingängige Schlagworte und prägnante Losungen. Diese wurden stetig wiederholt mit dem Ziel, Ängste in der Bevölkerung zu schüren, das Vertrauen in die noch junge Demokratie der Weimarer Republik sukzessive zu untergraben und der nationalsozialistischen Weltanschauung zum Durchbruch zu verhelfen. Propaganda diente den Nationalsozialisten in der Phase der Machtergreifung als Mittel der Herrschaftssicherung durch Massenbeeinflussung und Indoktrination.

Die in Hitlers „Mein Kampf“ schon früh formulierten Ideen waren der zeitgenössischen Theorie der Massenpsychologie von Gustave Le Bon entnommen. Hitler macht sie politisch-ideologisch nutzbar.

### Gustave Le Bon und die Fragen nach der „Psychologie der Massen“

28-jährig beobachtete der Arzt Gustave Le Bon im Jahr 1870, wie Soldaten nicht aus Pflichtgefühl, sondern mit einer ihm unverständlichen Begeisterung in den Krieg zogen, sich von der Masse mitreißen ließen, und starben für Ideen, die nicht die ihren waren. 25 Jahre später legt er seine Überlegungen nieder in seiner Abhandlung über die „Psychologie der Massen“. Darin entfaltet er den Gedanken, dass Menschen, die sich als Teil einer Masse begreifen, anders agieren als Individuen es täten. Denn die Masse, so Le Bon, orientiert sich nicht an der Ratio. Ihr Handeln ist vom Unbewussten bestimmt, dominiert von Triebkräften und Emotionen. Sie trifft keine intelligenten Entscheidungen. Der Bildungsgrad der Beteiligten ist deshalb unerheblich. Denn als Teil der Masse gibt der Einzelne seine Persönlichkeit und individuelle Überzeugungen weitgehend auf. Er wähnt sich mächtiger als zuvor, weil er sich als Teil einer Bewegung begreift, die über ihn hinausgeht. Er agiert enthemmt und begeht Verbrechen, zu denen er als Einzelner nicht fähig gewesen wäre. Die Masse ist auf einen Führer fixiert. Sie ist leicht zu beeinflussen, steht gleichsam unter Hypnose.

### Instrumente der Macht – Das „Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda“

Das am 13. März 1933 gegründete „Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda“ unter der Leitung von Joseph Goebbels schuf auf institutioneller Ebene den Rahmen für die weltanschauliche Beeinflussung des deutschen Volkes und die Voraussetzungen für die vollkommene Kontrolle der öffentlichen Meinung. Das Ministerium kontrollierte die Informationspolitik, das Kulturleben und die Unterhaltungsindustrie, überwachte die Nachrichtenbüros hinsichtlich ihrer politischen Konformität, gab verbindliche Sprachregelungen vor und veranstaltete eine tägliche „Reichspressekonferenz“, auf welcher die politischen Leitlinien dargestellt wurden. Ziel war die Durchdringung aller Lebensbereiche, die „geistige Mobilmachung“, die alle Volksgenossen geschlossen hinter dem Führer versammeln sollte.

<sup>1</sup> Zitat zu finden unter: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/propaganda/> [zuletzt geprüft am 2.8.2021]

## Funktionen der nationalsozialistischen Propaganda

Drei Funktionen nationalsozialistischer Propaganda werden unterschieden:

1. Die Nationalsozialisten warben für die Vorzüge der eigenen politisch-ideologischen Position mit dem Ziel, Anhänger zu gewinnen. Dabei nutzte die NSDAP bereits für ihren Aufstieg neue Werbemedien zur Mobilisierung der Bevölkerung: wirkungsvoll inszenierte Großkundgebungen, spektakuläre Flugreisen Hitlers und aufwändig gestaltete Plakate.
2. Verunglimpfung konkurrierender Positionen: Personen, Parteien und Weltanschauungen, die den Überzeugungen der Nationalsozialisten widersprachen, wurden nach der Machtübernahme 1933 in den Massenmedien Rundfunk und Film gezielt verleumdet und diffamiert.
3. Die „kulturelle Gleichschaltung“ mit dem Ziel der Ausschaltung jedweder Gegenöffentlichkeit in allen Bereichen des öffentlichen und privaten Lebens mithilfe aller nur denkbaren Medien und Äußerungsmöglichkeiten (Schulbuch, Presse, Plakate, Massenaufmärsche, Massenmedien).

## Führerkult und Endzeitstimmung – Formen der NS-Propaganda

Die Nationalsozialisten setzten in ihrer Propaganda auf das gesprochene Wort, visuell-eindrückliche Erlebnisse und symbolhaltige Masseninszenierungen. Feierlich und pompös wurden Rituale inszeniert. Der Führer erschien allgegenwärtig. Der nationalsozialistische Feiertagszyklus konkurrierte mit dem christlichen. Ritualisierte Propagandahandlungen (Hitlergruß, Fahnenappelle, Fackelumzüge) festigten die Verbindung von „Führer“ und „Volksgemeinschaft“.

Im Mittelpunkt aller propagandistischen Inszenierungen stand die Person Hitlers selbst, dessen Ausstrahlung und rhetorische Suggestivkraft auch seine Gegner nicht bestritten. Mythisch überhöht als Heilsbringer, gleichsam omnipräsent, war er eingebettet in ein sorgsam inszeniertes Gesamterlebnis aus Aufmärschen und Fackelzügen. Der früh begründete Führerkult war eine der zentralen Triebkräfte der NS-Bewegung.

## Nationalsozialistische Sprache und Rhetorik

Der durch die NS-Propaganda gelenkte Sprachgebrauch war bewusst einfach gestaltet. Ziel war es, alle zu erreichen. Kurze, parataktische Sätze und schematische Begriffe stellten ein leichtes Verständnis sicher. Ideologische Gegensatzpaare wie „Arier“ und „Juden“ wurden ständig wiederholt mit der Intention, ein Freund-Feind-Denken in der Bevölkerung zu verfestigen. Später war es das Ziel, Terror und Krieg von den Menschen fernzuhalten bzw. die grausamen Verbrechen während des Zweiten Weltkrieges durch Euphemismen wie „Endlösung“ zu verharmlosen.

## Didaktisch-methodisches Konzept

### Wie bettet sich die Einheit in den Lehrplan ein?

Im Rahmen des Themenfeldes „Nationalsozialismus und Zweiter Weltkrieg – Zerstörung der Demokratie und Verbrechen gegen die Menschlichkeit“ erörtern die Lernenden obligatorisch Mittel der Machtübernahme. Sie setzen sich mit dem Alltagsleben während der NS-Diktatur auseinander und begreifen Propaganda als ein prägendes Element des damaligen Lebens. Die Propagandamaschinerie war ein integrales Strukturelement des NS-Systems. Es darf bei der Behandlung des Themenkomplexes „Nationalsozialismus“ nicht fehlen. Das, was damals offen als „Propaganda“ bezeichnet wurde, begegnet den Schülerinnen und Schülern auch heute noch in anderer Form. Heute kommt vor allem sozialen Medien eine entscheidende Rolle zu. Der Vergleich mit den damaligen Massenmedien in der NS-Zeit bietet sich an.

### Welche Ziele verfolgt die vorliegende Einheit?

Ziel dieser Reihe ist es, einen Einblick in die vielfältigen Formen und Stilmittel der NS-Propaganda zu geben. Nach einer allgemeinen Einführung in die Begrifflichkeit werden folgende Themenfelder in den Blick genommen:

- Die Endphase der Weimarer Republik und die Machtergreifung
- Inszenierung einer Volksgemeinschaft und Ausgrenzung
- Kriegspropaganda
- NS-Sprache und Nutzung der Massenmedien

Abschließend findet eine Diskussion über Funktion und Wirkung von Propaganda heute statt.

### Wie geht die vorliegende Einheit methodisch vor?

Im Fokus dieser Reihe stehen unterschiedliche Funktionen und Formen der NS-Propaganda. Diese werden in kooperativen, arbeitsteiligen Lernphasen behandelt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, ergänzende Materialien zu den bestehenden Sequenzen (beispielsweise die Analyse einer Wochenschau) in den Unterricht einzubauen. Notwendige Lernvoraussetzungen für die einzelnen Sequenzen werden in den Hinweisen zu den Stunden erläutert.

### Weiterführende Medien

#### I Fachliteratur für Lehrerinnen und Lehrer

- ▶ **Breßler, Eva Susanne:** *Von der Experimentierbühne zum Propagandainstrument: Die Geschichte der Funkausstellung von 1924 bis 1939.* Böhlau Verlag, Köln 2009. S. 239.

Welche Rolle spielte die Funkausstellung in der Entwicklung des deutschen Rundfunks zwischen 1924 und 1939? Eva Susanne Breßler untersucht die Bedeutung der Ausstellung als technische Experimentierbühne in den Anfangsjahren von Hörfunk und Fernsehen und widmet sich der Instrumentalisierung der Veranstaltung in der Zeit des Nationalsozialismus.

- ▶ **Höllkeskamp, Karl-Joachim; Landwehr, Achim; Patzold, Achim; Stuchtey, Benedikt:** *Das Dritte Reich: Diktatur, Volksgemeinschaft, Krieg.* Oldenbourg Grundriss der Geschichte. De Gruyter, Oldenbourg 1918.

Dieser Band gibt einen fachlich fundierten Überblick über die Epoche, fasst den aktuellen Stand der Forschung zusammen und bietet eine ausführliche Bibliografie.

- ▶ **Liebeswar, Claudia:** *Massenpsychologische Beeinflussung. Schwerpunkt: Propaganda im Dritten Reich.* Grin-Verlag 2010.

Diese Forschungsarbeit gibt einen kritischen Einblick in die Möglichkeiten der subtilen Beeinflussung durch gezielte Werbung und Propaganda. In den Blick genommen werden die historischen, psychologischen und politischen Aspekte der Werbung durch die NSDAP.

- ▶ **Sennebogen, W.:** *Die Gleichschaltung der Wörter. Sprache im Nationalsozialismus.* In: *Das „Dritte Reich“. Eine Einführung.* Hrsg. von Dietmar Süß und Winfried Süß. Weltbild Verlag, München 2008. S. 170–173.

Dieser Band bietet nicht nur einen kompetenten Überblick über alle wichtigen und bislang vernachlässigten Fragen zum „Dritten Reich“, er ermöglicht auch interessante Einblicke in neue Forschungserkenntnisse und aktuelle Debatten.

- ▶ **Wendt, Bernd Jürgen:** *Das nationalsozialistische Deutschland. Beiträge zur Politik und Zeitgeschichte.* Hrsg. von der Landeszentrale für politische Bildungsarbeit Berlin. Berlin 1999. S. 51, 52.

Diese Überblicksdarstellung ist knapp gefasst und themenorientiert. Zugleich werden Forschungskontroversen angesprochen. Politische, ideologische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und militärische Teilaspekte fügen sich zu einem Gesamtbild.

*II Internetlinks für Lehrerinnen und Lehrer*

- ▶ <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/krieg-in-den-medien/130697/was-ist-propaganda>

Was ist Propaganda? Und in welchen Formen tritt sie auf? Charakteristika und aktuelle Erscheinungsformen fast dieser Artikel der Landeszentrale fachlich fundiert zusammen.

- ▶ <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/ns-propaganda.html>

Schon während der Weimarer Republik nutzte die NSDAP alle ihr zur Verfügung stehenden propagandistischen Mittel für ihren Aufstieg. Wie sich der Führerkult etablierte und die Volksgemeinschaft beschworen wurde, das erläutert diese Seite des lebendigen Museums online.

- ▶ <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/der-zweite-weltkrieg/innenpolitik/ns-kriegspropaganda.html>

Wie wurde die deutsche Bevölkerung auf den Krieg vorbereitet? Und mit welchen Mitteln steuerte das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda die Kriegsberichterstattung? Von der Angst vor dem bolschewistischen Überfall und der notwendigen Opferbereitschaft an der Heimatfront berichtet diese Seite des Deutschen historischen Museums.

- ▶ <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-neue-aura-der-propaganda/>

Über die Zukunft der politischen Kommunikation jenseits von Personalisierung, Profiling und Populismus berichtet diese Seite.

*[Letztes Abrufdatum für alle Links: 09.08.2021]*

## Auf einen Blick

### 1. Stunde

#### Was ist Propaganda? – Eine Definition erarbeiten

- M 1** **Was ist Propaganda? – Eine Definition erarbeiten** / Die Lernenden sammeln erste Assoziationen zum Begriff „Propaganda“ und strukturieren diese. Anschließend vertiefen sie bestehendes Vorwissen mithilfe eines Sachtextes.
- M 2** **Adolf Hitler: „Über das Wesen der Propaganda“ (1925)** / Im zweiten Schritt gelingt die Zuspitzung und Anwendung des Begriffes Propaganda auf Konzept und Zielsetzungen der Nationalsozialisten.

### 2. Stunde

#### Propaganda in den Medien – Wahlplakate analysieren

- M 3a** **Wahlplakate der NSDAP (1932) analysieren** / Diese Stunde macht die Lernenden mit einem der wirksamsten Propagandamittel der NSDAP in der Phase der Machtergreifung vertraut: Dem politischen Plakat.
- M 3b** **Methodenkarte – Wie analysiere ich ein historisches Wahlplakat?** / Die Methodenkarte zeigt systematisch die Schritte einer strukturierten Plakatanalyse auf und lenkt den Blick auf zentrale Aspekte.

### 3. Stunde

#### Propaganda im Wort – Eine Hitlerrede analysieren

- M 4a** **Hitlers Sportpalastrede am 10. Februar 1933** / Im Februar 1933 eröffnete Hitler im Berliner Sportpalast den Wahlkampf zu den Reichstagswahlen im März. Mit seinem „Aufruf an das deutsche Volk“ beginnt ein neuer Stil der Propaganda. Die Lernenden analysieren die Dramaturgie der Rede.
- M 4b** **Methodenkarte – Wie analysiere ich eine politische Rede?** / Die vorliegende Methodenkarte strukturiert die eigenständige Analyse des Textes.

### 4. Stunde

#### Das Reichspropagandaministerium – Intention und Funktion

- M 5** **Joseph Goebbels – Über die Errichtung des Reichspropagandaministeriums am 15. März 1933** / Informieren über das, was man tut, und die Bevölkerung für das gewinnen, was man vorhat, das waren die beiden Zielsetzungen des neu gegründeten Propagandaministeriums.

### 5./6. Stunde

#### Volksgemeinschaft und Ausgrenzung

- M 6** **Reichsparteitag der Einheit und Stärke – Herrschaftssicherung durch symbolische Inszenierung** / Der Reichsparteitag vom 4. bis 10. September 1934 stand unter dem Motto „Einheit und Stärke“. Er verkündet die Welt der Nationalsozialisten. Dokumentiert wurde er von Leni Riefenstahl.
- M 7** **Standfotos aus dem Film „Triumph des Willens“** / Goebbels perfektionierte die Methoden der Propaganda. Leni Riefenstahl setzte sie in Szene. Die Lernenden reflektieren Mechanismen der Machtsicherung im Film anhand von Fotos.

- M 8** **Volkszugehörigkeit inszenieren – Plakate von NS-Organisationen deuten** / Außerhalb der Volksgemeinschaft zu stehen, zog Diskriminierung und Verfolgung nach sich. Wie bedeutsam NS-Organisationen waren, zeigen Plakate.
- M 9** **Antisemitische NS-Bildpropaganda** / Neben der Inszenierung der Volksgemeinschaft arbeitete das Reichspropagandaministerium an der Ausgrenzung und Diffamierung derer, die nicht zur Volksgemeinschaft gehören sollten.

## Kriegspropaganda

7. Stunde

- M 10** **Die NS-Kriegspropaganda – Strategien und Mechanismen** / Propaganda galt den Nationalsozialisten als ein dem Waffenkrieg gleichrangiges Kriegsmittel. Über Strategien und Mechanismus der Manipulation informiert dieser Text.
- M 11** **Es ist ein Elend! – Feldpostbrief eines Frontsoldaten** / Wie es an der Front wirklich aussah, davon berichten Frontsoldaten in ihren Briefen.
- M 12** **Sieg oder Bolschewismus – NS-Kriegspropaganda** / Überhöhung von Kampf, Opfer und Heldentod, das waren Zielsetzungen der NS-Propaganda. Wirtschaft, Industrie und Bevölkerung wurden auf den Krieg eingeschworen.

## NS-Sprache und die Nutzung der Massenmedien

8./9. Stunde

- M 13** **Sprache als Waffe! – Sprachbilder in der NS-Propaganda** / Die Sprache der Nationalsozialisten sollte überwältigen, nicht überzeugen.
- M 14** **Der Volksempfänger als Sprachrohr des Führers – Ein Propagandaplakat** / Rundfunk zu hören, galt als staatspolitische Pflicht. Der Volksempfänger vereinte „Führer“ und „Volksgenossen“, das verdeutlicht dieses Plakat.
- M 15** **Die Aufgaben des Rundfunks** / Der Rundfunk ist ein Diener am Volk.
- M 16** **Medien im totalitären Staat – Albert Speer im Nürnberger Kriegsverbrecherprozess 1946** / Im Zeitalter modernster Technik dient diese der Beherrschung des Volkes. Im autoritären System Hitlers gelang dies nahezu perfekt.

## Abschluss: Beurteilung und Gegenwartsbezug

10. Stunde

- M 17** **Bernd Jürgen Wendt – Über die Wirkung der NS-Propaganda** / Wendt sieht eine Spannung zwischen dem propagandistischen Anspruch des NS-Regimes und den tatsächlichen Erfolgen. Sie verwechselten Anspruch und Wirklichkeit.
- M 18** **Dr. Daniel Dettling: „Die neue Ära der Propaganda“** / Haben Verschwörungstheoretiker und social bots das Kommando übernommen? Die Demokratie wird das neue Kommunikationszeitalter überleben, wenn wir uns ändern, sagt Daniel Dettling.
- M 19** **Sprachpolitik und Sprachgebrauch im Nationalsozialismus – Klausur** / Wie gelang die Manipulation der Wahrnehmung? Waltraud Sennebogen fasst zentrale Aspekte der NS-Sprachpolitik zusammen.
- M 20** **Rückmeldebogen zur Klausur** / Hier findet sich ein Erwartungshorizont mit Benotungsvorschlag.



# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus: *Die NS-Propaganda*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)

