M7.3 Herrschaftscharakter des NS-Staats

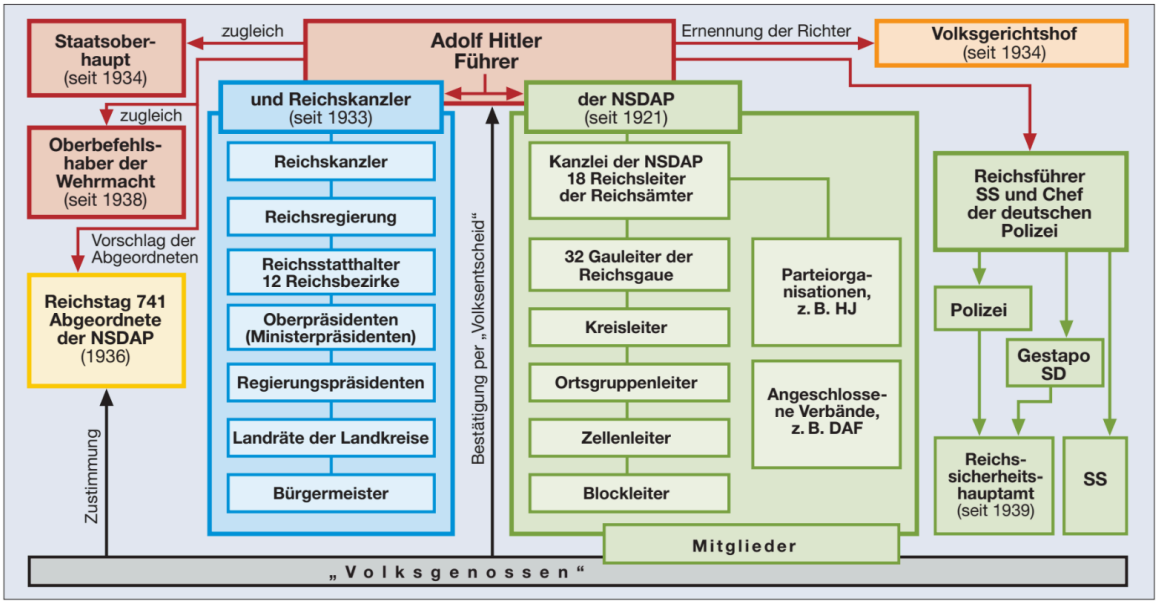
Geschichte 12

Wenn man Konsolidierung der NS-Herrschaft erklären will, reicht es nicht aus, nur auf Bürokratie, Zwang, Terror und Gewalt zu verweisen. Es fällt auf, mit welcher Hingabebereitschaft große Teile der deutschen Gesellschaft „ihrem Führer" zu folgen bereit waren. Ohne diese Hingabebereitschaft wäre eine stabile Herrschaftsbeziehung nicht denkbar gewesen, gerade unter der Bedingung des von Deutschland begonnenen Krieges. Gleichzeitig war die Ausübung willkürlicher Gewalt auch im Inneren ein Strukturmerkmal der NS-Herrschaft, ohne das eine Erklärung ihres Erfolgs unvollständig wäre.

1 **Erläutern Sie anhand M2 das NS-Herrschaftssystem.**

- *Was kann <u>nicht</u> aus der Grafik abgelesen werden?*

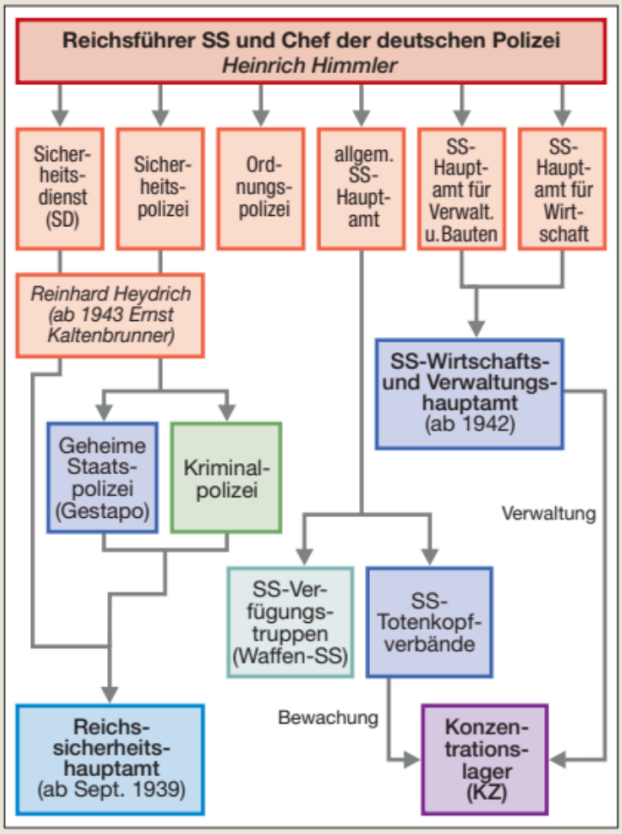
M2 **Struktur des NS-Staates**



Lizenzhinweise: https://editor.mnweg.org/entdecken/dokument/m7-3-herrschaftscharakter-des-ns-staats

2 **Beschreiben Sie anhand des Schaubildes M5 die Organisation der SS (Schutzstaffel).**

M5 **Die Organisation der SS**



Lizenzhinweise: https://editor.mnweg.org/entdecken/dokument/m7-3-herrschaftscharakter-des-ns-staats

3 *Wählen Sie eine der folgenden Aufgaben:*

- **a) Erläutern Sie, warum das nationalsozialistische Deutschland auch als SS-Staat bezeichnet wird.**
- **b) Begründen Sie, warum das nationalsozialistische Deutschland auch als SS-Staat bezeichnet wird.**

4 **Welche Elemente verbinden Sie mit Propaganda? Erstellen Sie eine Mind Map oder eine andere Art der visuellen Strukturierung. Nutzen Sie bei Bedarf die aufgeführten Videos.**

- https://www.youtube.com/watch?v=WCV0jH4eMnw
- https://www.youtube.com/watch?v=U6mlKKhuVWw

Lizenzhinweise: https://editor.mnweg.org/entdecken/dokument/m7-3-herrschaftscharakter-des-ns-staats

5 Arbeiten Sie die Merkmale von Propaganda laut Hitler heraus.

M3 Hitler über die „Kunst der Propaganda“ in *Mein Kampf*

Hitlers Ausführungen gehen vor allem auf Gemeinplätze der zeitgenössischen Debatte über Propaganda und Massenpsychologie zurück. In diesem Zusammenhang ist vor allem Gustave Le Bons Buch „Psychologie der Massen“ zu nennen.

Jede Propaganda hat volkstümlich zu sein und ihr geistiges Niveau zu richten nach der Aufnahmefähigkeit des Beschränktesten unter denen, an die sie sich zu richten gedenkt. Damit wird ihre rein geistige Höhe um so tiefer zu stellen sein, je größer die zu erfassende Masse der Menschen sein soll. Handelt es sich aber, wie bei der Propaganda für die Durchhaltung eines Krieges, darum, ein ganzes Volk in ihren Wirkungsbereich zu ziehen, so kann die Vorsicht bei der Vermeidung zu hoher geistiger Voraussetzungen gar nicht groß genug sein.

Je bescheidener dann ihr wissenschaftlicher Ballast ist, und je mehr sie ausschließlich auf das Fühlen der Masse Rücksicht nimmt, um so durchschlagender wird der Erfolg sein. […]

Gerade darin liegt die Kunst der Propaganda, daß sie, die gefühlsmäßige Vorstellungswelt der großen Masse begreifend, in psychologisch richtiger Form den Weg zur Aufmerksamkeit und weiter zum Herzen der breiten Masse findet. […]

Versteht man aber die Notwendigkeit der Einstellung der Werbekunst der Propaganda auf die breite Masse, so ergibt sich weiter schon daraus folgende Lehre:

Es ist falsch, der Propaganda die Vielseitigkeit etwa des wissenschaftlichen Unterrichts geben zu wollen.

Die Aufnahmefähigkeit der großen Masse ist eine nur sehr beschränkte, das Verständnis klein, dafür jedoch die Vergeßlichkeit groß. Aus diesen Tatsachen heraus hat sich jede wirkungsvolle Propaganda auf nur sehr wenige Punkte zu beschränken und diese schlagwortartig solange zu verwerten, bis auch der Letzte unter einem solchen Worte das Gewollte sich bestimmt vorzustellen vermag. Sowie man diesen Grundsatz opfert und vielseitig werden will, wird man die Wirkung zum Zerflattern bringen, da die Menge den gebotenen Stoff weder zu verdauen noch zu behalten vermag. Damit aber wird das Ergebnis wieder abgeschwächt und endlich aufgehoben.

Am allerschlechtesten jedoch begriff man [gemeint ist die deutsche Kriegspropaganda im Ersten Weltkrieg] die allererste Voraussetzung jeder propagandistischen Tätigkeit überhaupt: nämlich die grundsätzlich subjektiv einseitige Stellungnahme derselben zu jeder von ihr bearbeiteten Frage. […] Was würde man zum Beispiel über ein Plakat sagen, das eine neue Seife anpreisen soll, dabei jedoch auch andere Seifen als „gut“ bezeichnet?

Man würde darüber doch den Kopf schütteln. Genau so verhält es sich aber auch mit politischer Reklame. Die Aufgabe der Propaganda ist z. B. nicht ein Abwägen der verschiedenen Rechte, als vielmehr das ausschließliche Betonen des einen eben durch sie zu vertretenden. Sie hat nicht objektiv auch die Wahrheit, soweit sie den anderen [gemeint sind die Gegner] günstig ist, zu erforschen, um sie dann der Masse in doktrinärer Aufrichtigkeit vorzusetzen, als vielmehr ununterbrochen der eigenen zu dienen. […]

Lizenzhinweise: https://editor.mnweg.org/entdecken/dokument/m7-3-herrschaftscharakter-des-ns-staats
CC BY SA

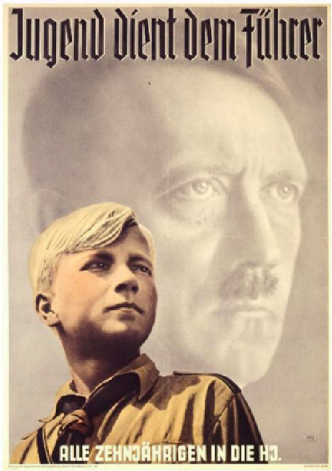
Das Volk ist in seiner überwiegenden Mehrheit so feminin veranlagt und eingestellt, daß weniger nüchterne Überlegung als vielmehr gefühlsmäßige Empfindung sein Denken und Handeln bestimmt. Diese Empfindung aber ist nicht kompliziert, sondern sehr einfach und geschlossen. Es gibt hier nicht viele Differenzierungen, als vielmehr ein Positiv oder ein Negativ; Liebe oder Haß, Recht oder Unrecht, Wahrheit oder Lüge; niemals aber halb so, oder teilweise usw. […]

Alle Genialität der Aufmachung der Propaganda aber wird dennoch zu keinem Erfolge führen, wenn nicht ein fundamentaler Grundsatz immer gleich scharf berücksichtigt wird: Sie hat sich auf wenig zu beschränken und dieses ewig zu wiederholen. Die Beharrlichkeit ist hier wie bei so vielem auf der Welt die erste und wichtigste Voraussetzung zum Erfolg.

Zitiert nach: Adolf Hitler: Mein Kampf. Eine kritische Edition. Bd. I. Hg. v. Christian Hartmann u. a., München/Berlin:

6 Zeigen Sie anhand der folgenden NS Plakate, inwiefern sich diese Merkmale dort wiederfinden. Gehen sie insbesondere auf dem Plakat „Führer wir folgen dir" auf die Frage ein, wie hier die Idee einer „klassenlosen Gesellschaft" dargestellt wird.

Plakat über die Vereinigung der Ämter von Reichskanzler und Reichspräsident 1934



Werbeplakat für die Hitler-Jugend

mauritius images/Peter Horree/Alamy

Propagandapostkarte 1939

Quellen:
„Führer wir folgen Dir" (Inv.-Nr. P 62/1593), © Deutsches Historisches Museum/S. Ahlers
„Jugend dient dem Führer" (Inv.-Nr. P 63/809), © Deutsches Historisches Museum/A. Psille
„Dem Führer - die Jugend" (Inv.-Nr. Do 53/34.9), © Deutsches Historisches Museum/A. Psille

7 **Diskussion im Kurs: Beurteilen Sie, ob und inwiefern in Zeiten von Fake News und Internetblase heute der Begriff der politischen Propaganda wieder an Bedeutung gewonnen hat und eine Gefahr für die Demokratie darstellt.**

Lizenzhinweise: https://editor.mnweg.org/entdecken/dokument/m7-3-herrschaftscharakter-des-ns-staats