

Jutta Sywottek

# Mobilmachung für den totalen Krieg

Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung  
auf den Zweiten Weltkrieg

Westdeutscher Verlag

# Inhalt

<i>Fragestellung und Literaturübersicht</i> .....	9
<i>I. Die „Lehren“ des Ersten Weltkriegs</i> .....	13
1. Herausbildung der Theorie des ‚totalen Krieges‘, insbesondere der psychologischen Mobilmachung .....	13
2. Rezeption durch Hitler und die NSDAP .....	19
<i>II. Der Propagandaapparat</i> .....	23
1. Propaganda- und Zensurinstitutionen von Regierung und Partei .....	23
a) Literatur .....	25
b) Film .....	26
c) Presse .....	27
d) Rundfunk .....	30
2. Zeitungswissenschaft im Dienst der Propaganda .....	32
3. Propagandainstitutionen der Wehrmacht .....	36
4. Wehrpolitische Gesellschaften .....	41
a) Wehrpolitisches Amt der NSDAP .....	41
b) Gesellschaft für Wehrpolitik und Wehrwissenschaften .....	43
5. Die Universitäten als Multiplikatoren von Wehrwissenschaft und -propaganda .....	45
<i>III. Wehrpropaganda in der „Risikozone“</i> .....	49
1. Friedenspropaganda und Tarnung der Aufrüstung .....	49
2. Beginn der psychologischen Aufrüstung und propagandistische Unterstützung der Revisionspolitik .....	53
a) Prohibitive Propaganda .....	53
b) Sympathiewerbung für die Wehrmacht .....	54
c) Einführung der allgemeinen Wehrpflicht .....	57
d) Remilitarisierung des Rheinlandes .....	59
<i>IV. Wehrpropaganda in der Phase der Konsolidierung und der     Expansionsvorbereitungen</i> .....	64
1. Weiterentwicklung und Verbreitung der Theorie psychologischer Kriegsführung und -vorbereitung .....	64

a) Wehrwissenschaft .....	64
b) Propagandawissenschaft .....	69
2. Wehrerziehung der Jugend .....	73
a) Kooperation von Universität, Wehrmacht, staatlicher Bürokratie und Partei bei der Effektivierung schulischer Wehrerziehung .....	73
b) Wehrkunde als integrierter Bestandteil aller Unterrichtsfächer .....	78
c) Wehrgeistige Erziehung in paramilitärischen Organisationen .....	83
3. Intensivierung der allgemeinen Wehrpropaganda .....	86
a) Theater und Literatur .....	86
b) Film .....	87
c) Funk .....	89
 V. <i>Unterstützung der wirtschaftlichen Mobilmachung durch die Propaganda</i> .....	92
1. Die Rolle der Propaganda in der Wehrwirtschaftstheorie .....	92
2. „Kanonen statt Butter!“ .....	94
3. Verbrauchslenkung .....	99
 VI. <i>Antikommunistische und antisowjetische Propaganda</i> .....	104
1. Bolschewismus – „Weltfeind Nr. 1!“ .....	104
a) Die Antikomintern .....	104
b) Grundzüge antibolschewistischer Propaganda .....	106
2. Ziele antibolschewistischer Propaganda .....	110
a) Abbau sozialer Unzufriedenheit: Bolschewistische Verhältnisse als negatives Gegenbild zum nationalsozialistischen Deutschland .....	110
b) Rechtfertigung der deutschen Rüstungspolitik .....	115
c) Wissenschaftliche Untermauerung der antibolschewistischen Propaganda .....	117
d) Zusammenfassung .....	119
 VII. <i>Volkstumspropaganda als psychologische Vorbereitung der Expansion</i> ..	121
1. Konstruktion des tschechischen Feindbildes .....	121
2. Propagandistische Absicherung der Annexion Österreichs .....	128
3. Propagandakrieg als Vorstufe der militärischen „Zerschlagung“ der Tschechoslowakei .....	133
a) Festlegung der Propagandataktik und Konkretisierung der militärischen Planung .....	133
b) Antitschechische „Terror“-Propaganda zur Boykottierung eines Nationalitätenabkommens .....	140
c) Eskalation der Aggressivität: Die Sudetendeutschen als Märtyrer für das deutsche Volkstum .....	149
d) Propagandistische Begleitmusik zu den Versuchen einer politischen Lösung des Konflikts .....	153

<i>VIII. Revision der Konzeption psychologischer Mobilmachung</i> . . . . .	162
1. Auswertung der antitschechischen Propagandakampagne . . . . .	162
2. Forcierung der Wehrmachtspropaganda zur Stärkung des Selbstvertrauens . . . . .	166
a) Presse . . . . .	166
b) Rundfunk . . . . .	169
c) Film . . . . .	170
d) Nachwuchswerbung . . . . .	171
e) Westwall-Propaganda . . . . .	173
f) Luftwaffen-Propaganda und Paraden . . . . .	176
3. Umstellung von Volkstums- auf „Lebensraum“-Propaganda . . . . .	180
<i>IX. Prophylaktische Abwälzung der Kriegsschuld auf die voraussichtlichen Gegner</i> . . . . .	186
1. Propagandistische Behandlung der „Erledigung der Rest-Tschechei“ . . . . .	186
a) Vorbereitung und Durchführung . . . . .	186
b) Rechtfertigung . . . . .	191
2. Suggestierung einer militärischen Bedrohung: Einkreisungs-propaganda . . . . .	194
3. Vertrauenswerbung für die Verbündeten . . . . .	201
a) Italien . . . . .	201
b) Sowjetunion . . . . .	204
<i>X. Psychologische Mobilmachung gegen Polen</i> . . . . .	209
1. Polens Rolle in der deutschen Außenpolitik im Spiegel der Propaganda: Vom Verbündeten zum Gegner . . . . .	209
2. Exposition der Propagandathemen . . . . .	213
3. Steigerung der Polemik kurz vor Auslösung des Krieges . . . . .	219
4. Reaktion der Propagandaführung auf die mangelnde Kriegsbegeisterung . . . . .	233
<i>XI. Zusammenfassung</i> . . . . .	238
<i>Anmerkungen</i> . . . . .	243
<i>Abkürzungsverzeichnis</i> . . . . .	363
<i>Quellen- und Literaturverzeichnis</i> . . . . .	365
1. Ungedruckte Quellen . . . . .	365
2. Korrespondenzen, Zeitschriften, Zeitungen . . . . .	368
3. Quellenpublikationen und zeitgenössische Schriften . . . . .	369
4. Tagebücher und Memoiren . . . . .	381
5. Darstellungen . . . . .	383
Personenregister . . . . .	394