

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 Kriegführung 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

VIII. <i>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
IX. <i>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
X. <i>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
XI. <i>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