

Krieg an der Wand

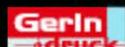
Der 1. Weltkrieg im Spiegel der Plakate



MUSEUM
1915-18
VOM ORTLER BIS ZUR ADRIA
www.dolomitenfreunde.a

Ausstellungskatalog

gedruckt mit Unterstützung von



Museum 1915-1918, Sonderausstellung „Krieg an der Wand“

12. Juni – 15. Oktober 2005

A-9640 Kötschach-Mauthen, Rathaus



Großbritannien: Alfred Leete, General Kitchener, Rekrutierungsplakat



USA: James M. Flagg, Rekrutierungsplakat, 1917



Italien: Achille Mauzan, Werbung für Kriegsanzleihe



Russland: Dimitri Moor: Rekrutierungsplakat für die Rote Armee, 1919

Inhaltsverzeichnis

Krieg an der Wand	3
Plakate – eine Einführung	3
Das Plakat im Ersten Weltkrieg	5
Exkurs 1: Künstlerbiographien	5
Kriegserklärungen, Mobilisierung und Anwerbung von Soldaten	9
Das Gesicht des Bösen	10
Für Gott, Kaiser und Vaterland	12
Zum Kriegführen braucht man drei Dinge: Geld, Geld und nochmals Geld	12
Der industrielle Krieg – moderne Waffentechnik	14
Monarchen, Politiker, Feldherren	15
Exkurs 2: Biographien	16
Soldaten	20
„Ein Schlachten war's, nicht eine Schlacht“	22
„Zu Weihnachten sind wir wieder daheim...“	27
Frauen im Krieg	30
Der Krieg auf der Leinwand	31
Ausblick: Sonderausstellung 2008	33

Krieg an der Wand

Am Anfang standen einfach gedruckte behördliche Anordnungen und Ankündigungen besonderer Ereignisse. Es dauerte lange, bis das Plakat im Laufe des 19. Jahrhunderts daneben auch zum bedeutendsten Werbeträger geworden war. Ab dem Zweiten Weltkrieg übernahm das Radio diese Rolle, um sie in den 1970er Jahren an das Fernsehen weiterzugeben.

Im Ersten Weltkrieg erreichte der Einsatz von Plakaten seinen Höhepunkt. Noch nie zuvor waren derartige Menschenmassen aufgeboten worden. Noch nie zuvor erfasste ein Krieg die gesamte Wirtschaft und das gesamte zivile Leben. Noch nie zuvor wurde mit dem massenhaften Einsatz von Maschinengewehren, Artillerie, Giftgas, Kraftfahrzeugen, Flugzeugen, Panzern und U-Booten das Töten gleichsam „industrialisiert“. Und noch nie zuvor wurde gezielt und geplant psychologische Kriegsführung betrieben. In jedem Land war das Plakat das Massenmedium schlechthin.

Plakate dienten damit immer zwei Aufgaben: der Information und der Agitation. Sie sind erstrangige historische Quellen, aber immer auch ein künstlerisches Ausdrucksmittel. In allen Ländern wurden beste Künstler verpflichtet. Ihre Plakate waren Informationsmedien, Propagandainstrumente und Kunstwerke in einem.

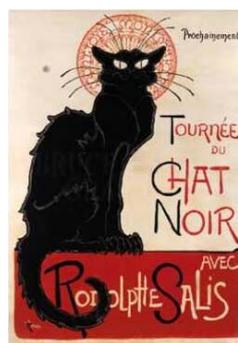
Plakate – eine Einführung

Professionelle Schriften an Mauern und Wänden sind schon von der Antike bekannt. Sie luden zu Theatervorstellungen, in Schänken und Bordelle. Mit der Erfindung des Buchdruckes durch Gutenberg um 1450 hätte das geschriebene Wort rasch zum Allgemeingut werden können, wenn nicht die Bevölkerung Europas bis in das 18. Jahrhundert zum größten Teil aus Analphabeten bestanden hätte. Diese erreichte man aber nach wie vor nur über Bilder und Vorlesungen. Für sie malten Künstler noch mehr als drei Jahrhunderte die Kirchen aus, lasen Generationen von Priestern aus der Bibel und trommelten Legionen von Ausrufern auf unzähligen Marktplätzen. Die technische Revolution blieb allerdings auf den Lettern-Druck beschränkt. Ein taugliches Verfahren, Bilder in großer Auflage zu drucken, gab es noch nicht. So blieb der Holzschnitt bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts die einzige Möglichkeit, Bilder zu vervielfältigen.

Als die Aufklärung endlich ihre Früchte getragen hatte und Lesen und Schreiben keine Geheimwissenschaft von Adel, Klerus und Bürgertum mehr war, erfand Alois Senefelder um 1800 die Lithographie. Auf polierte



Frankreich: Alexandre Steinlen. Lithographiestein für das zweifarbige Plakat „Tournée du Chat Noir“. Oben rechts die spiegelverkehrte Zeichnung für den Schwarzdruck, links für den Rotdruck. Nach dem Einfärben des Steines wurde das Plakat entsprechend den Passkreuzen zuerst auf der einen, dann auf der anderen Seite aufgelegt und gewalzt. Dadurch wurden die Farben vom Stein auf das Papier übertragen.



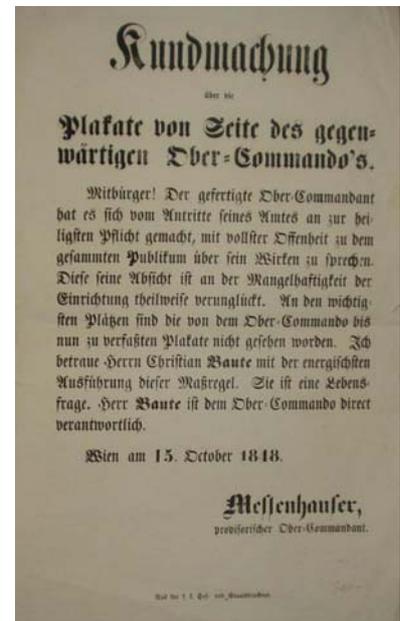
Das fertige Produkt.

Steinflächen zeichneten die Künstler seitenverkehrt Schrift und Bild mit fettiger Kreide. Der Stein wurde genässt, wobei nur die freien Stellen Wasser aufnahmen. Dann trug man fettige Farbe auf, die wiederum nur an den trockenen Flächen haften blieb. Nun konnte ein Blatt Papier aufgelegt und gewalzt werden. Für jeden Druck musste der Stein gereinigt und die Prozedur wiederholt werden. Damit konnten in zwar noch immer recht aufwändigem Verfahren auch Bild-Plakate in großer Auflage kostengünstig gedruckt werden.

Natürlich war das Plakat zu Beginn ein Instrument der staatlichen Führung und politischen Auseinandersetzung, seine Bestimmung als Werbeträger fand es erst relativ spät. Mangels Radio und Fernsehen waren Zeitung und Plakat ja neben der Mundpropaganda die einzigen Informationsmedien. Geschwätz war unverlässlich, Zeitungen waren teuer - das Lesen von Plakaten kostete nichts und da die Bevölkerung die Kunst des Lesens erst seit kurzem beherrschte, vertraute sie noch dem Geschriebenen. Die Plakate des frühen 19. Jahrhunderts waren „Wandzeitungen“ in Händen der Obrigkeit. In Zeiten des Aufbruchs bemächtigten sich aber auch die Aufständischen der Anschlagflächen. So war schon die französische Revolution, besonders aber die der Jahre 1848/49 in erheblichem Maße durch Plakate gesteuert.

Dabei waren Plakate doch immer nur „Botschafter des Augenblicks“, dazu geschaffen, nach wenigen Tagen oder Wochen überklebt oder heruntergerissen zu werden. Nichts erscheint nutzloser als ein Plakat von gestern. Welcher Künstler wollte sich mit einem so kurzlebigen Medium beschäftigen? Bei der graphischen Gestaltung stand zuerst weiter die Schrift im Vordergrund. Erst als in der Mitte des 19. Jahrhunderts die Farblithographie perfektioniert worden war, erkannte man zögernd die Kraft von Bildplakaten für Werbezwecke.

Nun begannen sich junge Künstler in Paris für dieses Medium zu interessieren. Jean Chéret und Henri Toulouse-Lautrec studierten um 1860 alte japanische Holzschnitte des Meisters Hokusai Katsushika. Daraus entwickelten sie den bis heute typischen Plakatstil: flächige, kräftige Farben, die scharfen Kontraste durch Konturen noch hervorgehoben, wenige Details, die Schrift in das graphische Erscheinungsbild einbezogen. Sie erkannten die Möglichkeiten der Farblithographie in ihrer ganzen Tragweite. So erregte das Plakat auch die Aufmerksamkeit des flüchtigen Passanten und ließ ihn die Botschaft in wenigen Sekunden erfassen. Dabei waren die Plakate viel kleiner als heute. Einerseits stiegen die technischen Schwierigkeiten mit der Papiergröße, andererseits richteten sie ihre Botschaft ja hauptsächlich an Fußgänger, nicht an rasch vorbeifahrendes Publikum. Chéret, der „Tiepolo der Straße“, schuf 1200 Plakate, Toulouse-Lautrec nur 32 Stück, aber jedes ist ein Meisterwerk. Er wurde mit dem Plakat für die Eröffnung des Cabarets „Moulin Rouge“ 1891 schlagartig berühmt. Die Neuartigkeit faszinierte mindestens genauso wie die oft recht laszive Motivwahl Chérets und Toulouse-Lautrecs. Das Plakat wurde zum Sammelobjekt. Damit war auch die Kurzlebigkeit des Genres kein Thema mehr. Nun wurde Plakatmalerei auch für andere Künstler interessant – einmal affiziert, genoss der Schöpfer plötzlich ein tausendköpfiges Publikum. Eine neue Kunstform war etabliert. Kein Wunder, dass Paris die erste Stadt war, die eigene Mauern als Plakatflächen errichteten und das Plakatierwesen regeln ließ. Von Frankreich kam die neue Kunst nach London, Berlin, München und Wien und wurde hier von bedeutenden Jugendstilkünstlern aufgenommen. Oder sie zogen gleich nach Paris, wie der Österreicher Alfons Mucha. Seine Werbung für Sarah Bernhardt löste während einer Tournee der Künstlerin in den USA einen Plakat-Boom aus. Im Berlin des Jahres 1855 errichtete der Drucker Ernst A. Litfaß vor seinem Haus mächtige Säulen, die nur dazu dienten, mit Plakaten beklebt zu werden, 149 weitere folgten in einem halben Jahr an allen markanten Straßenecken. Auch der bedeutendste Sammler saß in Berlin. Der 1938 in die Emigration gezwungene Zahnarzt Dr. Hans Sachs hinterließ mit 30.000 Plakaten und Flugzetteln die weltgrößte Kollektion. Die Grenze zwischen Plakat und Flugzettel ist fließend, beide richten sich an ein großes, anonymes Publikum und beide werden an öffentliche Flächen geklebt. Gerade für politisch unsichere Zeiten sind Flugzettel eine bedeutende historische Quelle. Da sie sich meist auf hochaktuelle Themen beziehen, wurden sie schnell, oft auch im Untergrund entworfen und gedruckt. Wenn sie dadurch vielleicht hohen künstlerischen Ansprüchen weniger gerecht werden, sind sie wegen ihrer bissigen Originalität doch sehr reizvoll.



Anonym: Kundmachung des Wiener Revolutionsführers Wenzel Messenhauser, 1848



Jean Chéret: Werbeplakat für die Tänzerin Loie Fuller, 1893

Plakat und Flugzettel ist fließend, beide richten sich an ein großes, anonymes Publikum und beide werden an öffentliche Flächen geklebt. Gerade für politisch unsichere Zeiten sind Flugzettel eine bedeutende historische Quelle. Da sie sich meist auf hochaktuelle Themen beziehen, wurden sie schnell, oft auch im Untergrund entworfen und gedruckt. Wenn sie dadurch vielleicht hohen künstlerischen Ansprüchen weniger gerecht werden, sind sie wegen ihrer bissigen Originalität doch sehr reizvoll.

Das Plakat im Ersten Weltkrieg

Dann kam der Erste Weltkrieg und damit erreichte das Plakat den Höhepunkt seiner Entwicklung. Es war in diesem ersten Massenkrieg der Geschichte nach wie vor das einzige Masseninformationsmedium. So diente es als Wandzeitung mit Berichten über die Kriegserklärungen, als behördliches Anordnungsinstrument für Mobilmachung und Musterung, und als Propagandamittel zur Verlautbarung von Siegen. Je länger der Krieg dauerte, desto häufiger mischten sich Aufrufe zum Sammeln von Ersatzstoffen und Spenden für Witwen und Waisen, wirtschaftliche und polizeiliche Anordnungen unter die heroischen Botschaften. Die Organisation des Hinterlandes wäre ohne Plakate undenkbar gewesen.



In den meisten Staaten wurde der Krieg über Anleihen der Bevölkerung finanziert. Dafür setzte man eine künstlerisch anspruchsvolle Bildsprache ein. Da gab es in Österreich, Deutschland, Italien, Frankreich und Russland noch keinen großen Plan, das geschah eher zufällig. Die Sujets wurden in Wettbewerben ermittelt, die von den Anleihe-Banken ausgeschrieben worden waren. Damit wurden auch bedeutende Künstler zu Propagandamalern. Die Entwicklung in Großbritannien und den USA war schon weiter. In eigenen Abteilungen wurden die Grundzüge der psychologischen Kriegsführung entwickelt. Gegenüber dem Feind bestand sie hauptsächlich aus Flugblättern und schmalen Broschüren, die auf abenteuerlichste Weise über die Linien gebracht wurden. Gegenüber der eigenen Bevölkerung setzte man schon gleich zu Kriegsbeginn auf Plakate.

In **Frankreich**, der Heimat der Plakatkunst, war Toulouse-Lautrec 1914 schon tot, Chéret 78 Jahre alt. Aber die nächste Generation trat „an die Front“ und schuf die künstlerisch wohl bedeutendsten Plakate der Kriegszeit. Der Sozialist Théophile Alexandre Steinlen widmete sich als Künstler auch den Schattenseiten des Lebens. Er blieb sich bei seinen Kriegsplakaten treu, die von Flucht, Verwaisung und Hunger erzählen. Andere französische Künstler suchten den Bezug zur heroischen Vergangenheit. Marianne, Jeanne d’Arc

und Napoleon führten ihre Heere an, die Revanche für den deutsch-französischen Krieg von 1870/71 mit dem Verlust Elsaß-Lothringens war ein oft zitiertes Sujet. Andererseits wurde der Abschied von Zuhause genauso thematisiert wie die Trauer um den verlorenen Sohn, Ehemann und Vater und die Sorge um die Waisenkinder. Am anspruchsvollsten erscheinen neben den französischen die österreichischen Werke, am modernsten amerikanische.

In **Österreich** waren das etwa Alfred Roller, Maximilian Lenz, Ferdinand Andri, Julius Klinger, Josef von Divéky, Theodor Zasche, Kurt Libesny, Walther Kühn, in **Ungarn** Jenő Haranghy und Mihály Biró. Die meisten von ihnen hatten an der Akademie der bildenden Künste in Wien bei jenem Professor Christian Griepenkerl studiert, der den Kunstmaler Adolf Hitler bei der Aufnahmeprüfung 1907 hatte durchfallen lassen. Eine eigene „Kunstgruppe“ im Kriegspressequartier mit Albin Egger-Lienz und Karl Sterrer lieferte Bilder, Postkarten- und Plakatentwürfe.

Während die Masse der **deutschen** Kriegsplakate ziemlich phantasielos und künstlerisch einfach erscheint, sei doch der hintergründigste Meister dieses Genres, Ludwig Hohlwein, besonders hervorgehoben. Wie auch bei den Österreichern Alfred Roller und Ida Bohatta blicken uns aus seinen Bildern nachdenkliche Augen aus hageren, gebrochen wirkenden Gesichtern an. Da strahlt kein Übermensch, da fragt die geschändete Kreatur einfach nach dem „Warum“.

Die **italienischen** Künstler Achille L. Mauzan, Giovanni Capranesi, Mario Borgoni oder Marcello Dudovich bevorzugten heroische Szenen. Dabei wehrte sich oft der „David“ Italien erfolgreich gegen den „Goliath“ Österreich-Ungarn oder verwehrt „Italia“ der deutschen Barbarei den Weg nach Süden.

In **Russland** wechselten heroischen Kriegsszenen mit Karikaturen ab. Die großen Zeichner Alexander Apsit und Dimitri Moor wandelten sich von Gestaltern zaristischer Propaganda zu den bedeutendsten Plakatmalern der Russischen Revolution. Denn wieder mussten analphabetische Massen im ganzen Land rasch und eindrucksvoll informiert und indoktriniert werden.

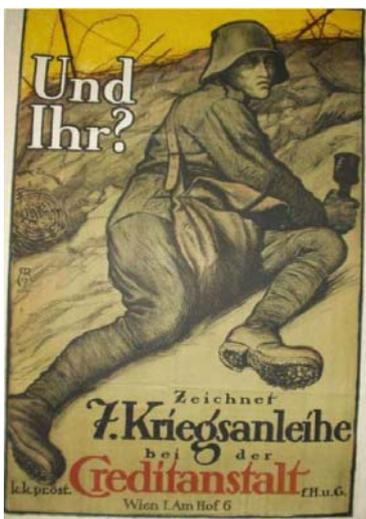
In den **USA** stilisierte James Montgomery Flagg 1917 eine Figur zum Träger der nationalen Identität: Uncle Sam, mit Zylinder, Spitzbart, stechendem Blick und stechendem Zeigefinger: Das Musterungsplakat „I want you for U.S. army“ wird heute noch unverändert verwendet und ist vielleicht das „erfolgreichste“ Plakat aller

Zeiten. Flagg übernahm das Sujet von einer britischen Darstellung des Feldherrn Lord Kitchener, italienische, russische und deutsche Künstler imitierten ihrerseits wieder den Amerikaner (Bilder Titelseite innen). Die Erkenntnisse moderner Werbung vorwegnehmend waren auf vielen amerikanischen aber auch französischen Plakaten Kinder als Hauptfiguren zu sehen. Sie waren zu schützen, baten um Spenden, legten Blumen auf Gräbern nieder, bangten um das Leben ihrer Väter oder fragten sie beiläufig „Daddy, what did YOU do in the Great War“ („Daddy, was hast DU im Großen Krieg gemacht“)? Am bewegendsten sind wohl die Bilder, die zum Spenden für Flüchtlinge und Waisenkinder und zum sparsamen Umgang mit Lebensmitteln auffordern: ausgezehnte Gesichter von Frauen und Kindern vor rauchenden Ruinen.

Die ganz Großen verweigerten sich aber dem Kriegsdienst. Von Jules Chéret und Alfons Mucha gibt es keine Propagandabilder, auch nicht von Pablo Picasso, der zu Kriegsbeginn schon 10 Jahre in Paris wohnte oder von Gustav Klimt, Egon Schiele, Oskar Kokoschka, Paul Klee, Franz Marc oder Wassily Kandinsky.

Exkurs 1: Künstlerbiographien

Die Auswahl von Werken und deren Schöpfern ist zwangsläufig subjektiv. Daher soll exemplarisch für das ganze Land jeweils ein bedeutender Künstler näher vorgestellt werden.



Alfred Roller, 1917

Österreich: Alfred Roller, 1864-1935

Der in Brünn/ Mähren geborene Roller war einer der wichtigsten Vertreter des Jugendstils in Österreich. Er gehörte zu den Gründern der Künstlervereinigung „Sezession“, deren Präsident er später wurde, und zum Kreis um Gustav Klimt. Mit seinen Ausstellungsplakaten war Roller einer der Begründer der Plakatkunst in Österreich. Roller war außerdem leitender Redakteur von „Ver sacrum“, der führenden Kunstzeitschrift des Jugendstils und Direktor der Wiener Kunstgewerbeschule. Als Bühnenbildner des Burgtheaters und Ausstattungsleiter der Wiener Staatsoper unter Direktor Gustav Mahler und wiederum ab 1918 schuf er legendäre Inszenierungen. Roller arbeitete mit Richard Strauss und Max Reinhardt zusammen und war auch Lehrer am Reinhardt-Seminar. Roller starb 1935 in Wien.

Ungarn: Mihaly Biró, 1886-1948

Biró wandte sich schon vor 1914 dem Sozialismus zu und schuf anti-militaristische Plakate. Gleich am Anfang seiner Karriere stand sein berühmtestes Werk: Den „Roten Mann, der einen schweren Eisenhammer schwingt“ als neues Symbol der Arbeiterklasse. Knapp vor Ausbruch des Weltkrieges wurde Biró wegen Aufwiegelung verurteilt. Trotzdem erhielt er auch staatliche Aufträge, wie für den „Artilleristentag auf der Margareteninsel“, die er, in wirtschaftlicher Not lebend, auch annahm. Er wurde 1915 zur Armee eingezogen, zum Leutnant befördert und nach schwerer Krankheit wegen totaler Erschöpfung 1917 entlassen. Von den Kriegsfolgen sollte er sich körperlich nie mehr erholen. Um zu überleben, nahm er Aufträge für die ungarische Kriegsanleihe-Werbung an, schloss sich zu Kriegsende aber wieder den radikalen Sozialisten, dann den ungarischen Kommunisten unter Diktator Bela Kun an. 1919 wurde er für kurze Zeit



Mihaly Biró: Artilleristentag auf der Margareteninsel, 1911

Staatssekretär für Propaganda. Nach der Etablierung der Diktatur unter Admiral Horthy floh er nach Österreich, wo er sowohl Wirtschaftswerbung als auch überragende politische Plakate für die Sozialdemokratie schuf. Ab 1934 verbrachte er ein Leben auf der Flucht, zuerst in der Tschechoslowakei, dann in Frankreich. 1947 ließ ihn die ungarische Sozialdemokratische Partei durch jenen Eisenarbeiter Tibor Fischer aus Frankreich heimholen, der ihm 1912 als Vorbild für den „Roten Mann mit dem Hammer“ gedient hatte. Knapp ein Jahr danach verstarb er 64jährig in Budapest. Mit seinen künstlerisch hervorragenden und thematisch radikalen Werken der Zwischenkriegszeit gilt Mihaly Biró als der Erfinder des politischen Plakates.



Dimitri Moor

Russland: Dimitri Moor, 1883-1946

(siehe auch Titelseite innen)

Dimitri Moor war Autodidakt ohne tiefere Ausbildung. Vor dem Krieg betätigte er sich als Karikaturist für Zeitschriften, wobei er die Tradition der typischen russischer Satire-Bilderbögen, der „Luboks“, weiterführte. Auch während des Ersten Weltkrieges war die Satire sein bevorzugtes Metier, Österreicher und Deutsche seine „Opfer“. Moor beteiligte sich schon 1905 bis 1907 am Moskauer Aufstand und nahm wie viele andere Künstler an der Oktoberrevolution auf Seiten der Bolschewiken teil. Ab 1919 schuf er zahlreiche Plakate für die Rote Armee, darunter ein dem „Uncle Sam“ J. M. Flaggs

nachempfundenen Werbeplakat, das zu seinen eindrucksvollsten Werken zählt. Besonders gerne rechnete er mit den zaristischen Generälen ab, die im Bürgerkrieg die anti-bolschwistische Partei der „Weißen“ anführten. In den 1930er Jahren lehrte Moor am Moskauer Kulturinstitut, illustrierte die Werke zeitgenössischer russischer Dichter und war Vorsitzender der „Vereinigung revolutionärer Plakatarbeiter“. Während des Zweiten Weltkrieges kehrte er wieder zur bissigen Satire zurück. Moor starb 1946 im 63. Lebensjahr.

Deutschland: Ludwig Hohlwein, 1874-1949

Ludwig Hohlwein studierte zuerst Architektur in München, dann in Dresden an der Kunstakademie. Wie viele andere junge Künstler reiste er nach Paris und London und lernte dort die Plakate Chérets und Toulouse-Lautrecs kennen. Er entwarf 1906 sein erstes Plakat. Neben seiner Tätigkeit als Innenarchitekt stellt er regelmäßig eigene Graphik aus, wobei besonders die Tierbilder Aufsehen erregen. In den folgenden Jahren entwickelt er den oft kopierten aber nie erreichten „Hohlwein-Stil“. Seine Werbeplakate für die „Paulaner Brauerei“ und das „Deutsche Museum“ werden heute noch nachgedruckt, sein „Franziskaner-Mönch“ ist noch immer die Werbefigur der bekannten Münchener Weißbier-Brauerei. Bereits vor dem Ersten Weltkrieg als „Münchener Plakatkönig“ titulierte bezog er ab 1914 das Militärische geschickt in seine Werbesujets ein. 1918 erhielt er den Auftrag, für die „Ludendorff-Spende für Kriegsbeschädigte“ ein Plakat zu entwerfen, daneben arbeitete er für Kriegsgefangenen-Organisationen und das Rote Kreuz. Seine Plakatmotive wurden auch als Postkarten aufgelegt. Hohlweins Gestalten waren nicht die strahlenden Helden, sie blickten ernst und nachdenklich von den Plakatwänden. Hohlwein war geradezu der „Idealtypus“ des Künstlers, der sich mit den Mächtigen arrangierte. Er erhielt bereits 1932 Aufträge der in propagandistischen Dingen bestens organisierten NSDAP und wurde knapp nach der Machtergreifung Hitlers auch Mitglied. Hitler, Göring und Goebbels erwarben seine Blätter. Seine Atelier fiel 1944 den Bomben zum Opfer. Hohlwein erhielt 1945/46 Berufsverbot und starb 1949 mit 75 Jahren verbittert und enttäuscht.



Ludwig Hohlwein, 1918



Alexandre Théophile Steinlen

Frankreich: Alexandre Théophile Steinlen, 1859-1923

Der in Lausanne geborene Steinlen erlangte erst 1901 die französische Staatsbürgerschaft, trotzdem gilt er als einer der größten Plakatkünstler Frankreichs der Generation nach Chéret und Toulouse-Lautrec. Aus künstlerischer Familie stammend lernte er das Zeichnen als Autodidakt. Steinlen begann als Maler von Stoffmustern in Textilfabriken der Provinz. In Paris wohnte er in Montmartre, einem damals anrühigen und billigen Quartier, das deshalb von Künstlern bevorzugt wurde. Von den Nachtlokalbesitzern der Nachbarschaft erhielt er die ersten Werbeaufträge. Für das Cabaret „Chat noir – schwarze Katze“ schuf er das erste einer ganzen Reihe von Katzenplakaten. Steinlen war Sozialist und gab auf seinen Bildern einem selbstbewussten Proletariat Raum. Wie der Ungar Biró veröffentlichte er schon vor dem Krieg sozialkritische Blätter, allerdings blieb er sich auch während des Krieges treu und schuf nur Plakate mit sozialen Inhalten, keine Heldenbilder. Seine Themen waren Flüchtlinge, hungernde Familien, versprengte Kinder. Steinlen starb in Paris.

Großbritannien: Gerald S. Pryse, 1881-1956

Auch Pryse studierte in Paris. Zu Kriegsbeginn war er in Antwerpen und erlebte die Evakuierung der Stadt und die Eroberung durch die Deutschen mit, die er in einer Bildserie „Herbstkampagne 1914“ festhielt. Pryse meldete sich als Freiwilliger zur Belgischen Armee. Auf seinen Meldefahrten mit dem Motorrad führte er immer Lithographiesteine mit. Obwohl man ihm anbot, in England für die Propagandaabteilung des Kriegsministeriums zu arbeiten, blieb Pryse auch nach einer Verwundung bis zum Kriegsende im Fronteinsatz in Frankreich. Danach arbeitete er für die sozialistische Partei Englands und nahm sich besonders des Schicksals arbeitsloser Kriegsheimkehrer an.



G. S. Pryse: Flüchtlinge am Strand von Antwerpen

Italien: Achille L. Mauzan, 1883-1952 (siehe auch Titelseite innen)

Wie viele junge Künstler lernte auch Mauzan in Paris. Neben der Malerei beschäftigte er sich mit Bildhauerei. Während des Ersten Weltkrieges war er einer der bedeutendsten Schöpfer von Plakaten für die italienischen Kriegsanleihen. Berühmt wurde sein Soldat mit Stahlhelm, der mit stechendem Blick und Zeigefinger den Beobachter auffordert, Kriegsanleihe zu zeichnen. Das Sujet war wohl James M. Flagg nachempfunden, es verfehlte aber seine Wirkung auch auf die Italiener nicht. Zwischen den Kriegen lebte Mauzan in Mailand, Paris und Argentinien, wohin dem begehrten Lehrer sogar einige Studenten wie Gino Boccasile zur Ausbildung folgten. Als einer der führenden italienischen Art-deco Künstler experimentierte er auch mit den Formen des Kubismus. Während einer brillanten Karriere schuf er mehr als 2000 Werbeplakate und 1000 Postkarten von kräftiger Farbigkeit und Fröhlichkeit.



Achille L. Mauzan, 1918

USA: James Montgomery Flagg, 1877-1960

(siehe auch Titelseite innen)

Flagg verkaufte seine erste Zeichnung im Alter von zwölf Jahren. Er studierte Malerei in Frankreich und England, bezeichnete später diese Lehrjahre aber als verschwendete Zeit. Flagg wurde als Portraitmaler und Karikaturist bekannt und betätigte sich auch als Schriftsteller unter anderem für *Life*. Im Ersten Weltkrieg schrieb er Filmdrehbücher und schuf 45 patriotische Plakate, zumeist mit „Uncle Sam“ als Hauptfigur. Sein berühmtestes Werk ist wohl das Rekrutierungs-Plakat „I Want YOU for U.S. Army“, das seit fast 90 Jahren unverändert verwendet wird. Nach dem Krieg veröffentlichte er laufend Zeichnungen und Karikaturen in den bekanntesten amerikanischen Magazinen wie *Cosmopolitan* und *The American Weekly*. Flagg starb hochgeehrt 1960 im 83. Lebensjahr.



James M. Flagg, 1917

Kriegserklärungen, Mobilisierung und Anwerbung von Soldaten

Die Ermordung des österreichischen Erzherzog-Thronfolgers Franz Ferdinand und seiner Gemahlin in Sarajewo am 28. Juni 1914 führte nach einem Monat verworrener diplomatischer Aktivitäten zur Kriegserklärung Österreich-Ungarns an Serbien. Österreich-Ungarn, das Deutsche Reich, die Türkei und ab Oktober 1915 auch Bulgarien bildeten die Partei der „Mittelmächte“.

In Österreich-Ungarn sprachen 11 Nationalitäten 13 verschiedene Sprachen. Die Plakate der Monarchie spiegelten diese Sprachvielfalt wieder. Nach Religionsbekenntnissen waren hauptsächlich Katholiken, Reformierte, Juden und Mohammedaner vertreten.

Österreich- Ungarn: Verteilung der Nationalitäten in der Armee:

- 25 % Deutschsprachig
- 23 % Ungarn
- 13 % Tschechen
- 9 % Serben u. Kroaten
- 8 % Polen
- 8 % Ukrainer
- 7 % Rumänen
- 4 % Slowaken
- 2 % Slowenen
- 1 % Italiener



Österreich-Ungarn: Einberufungsplakat für die Bukowina in oben Deutsch und Polnisch, unten Ukrainisch/Ruthenisch und Rumänisch

Serbien, Montenegro, Russland, Frankreich, Großbritannien mit dem Commonwealth, Belgien sowie Japan waren die „Alliierten“. Diese wurden im Mai 1915 durch Italien, im August 1916 durch Rumänien, im April 1917 durch die USA und im Juni 1917 durch Griechenland verstärkt. Dazu kamen bis 1918 noch die eher formellen Kriegserklärungen von weiteren elf Staaten.

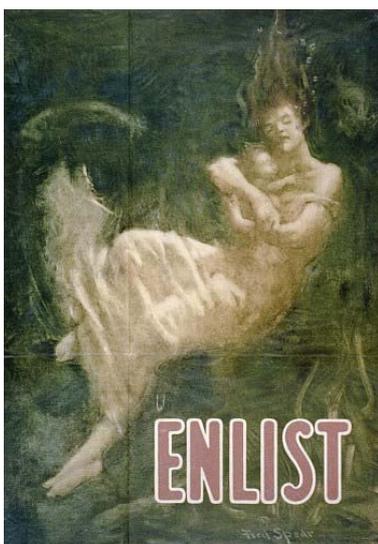
Ab Kriegsbeginn wuchs der Informationsbedarf enorm. Nachdem es ja weder Radio noch Fernsehen gab, fiel dem Plakat die Rolle des Kommunikationsmediums schlechthin zu. Der Staat übernahm sukzessive die Plakatflächen und verdrängte die bis dahin vorherrschende private Werbung. Am Anfang dominierten Einberufungskundmachungen und Frontberichte. Statt der monotonen Schriftplakate fand ab 1915 immer mehr Graphik den Weg an die Wände. Hervorragende Künstler schufen psychologisch immer ausgeklügeltere Werke. Litfaßsäulen und Anschlagtafeln entwickelten sich zu regelrechten Publikumsmagneten.

Mobilisierung	Bevölkerung	Armee Friedensstärke	mobilisierte Soldaten zu Kriegsbeginn	Soldaten gesamt
Mittelmächte	121 Mio	1,421.000	6,500.000	25,450.000
Österreich-Ungarn	51 Mio	480.000	2.000.000	8,000.000
Deutschland	65 Mio	880.000	4.500.000	13,250.000
Bulgarien	5 Mio	61.000	keine Angabe	1,200.000
Türkei	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	3,000.000
Alliierte	411,5 Mio	3,094.000	10,986.000	42,560.000
Belgien	7,5 Mio	48.000	217.000	380.000
Frankreich	40 Mio	823.000	3.780.000	8,700.000
Großbritannien	46,5 Mio	255.000	714.000	8,900.000
Russland	167 Mio	1.400.000	4.500.000	12,000.000
Serbien	4 Mio	30.000	460.000	710.000
Italien 1915	36 Mio	304.000	875.000	5,900.000
Rumänien	7,5 Mio	104.000	310.000	1,230.000
USA 1917	103 Mio	130.000	130.000	4,740.000

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York

Das Gesicht des Bösen

Die Herabwürdigung des Gegners war seit jeher Teil der Kriegsführung. Aber auch auf diesem Gebiet brach man im Ersten Weltkrieg mit allen Tabus. In Frankreich, Großbritannien und den USA bildeten sich rasch eigene Institutionen, die sich ausschließlich damit befassen. Im Gegensatz zu den Staaten Kontinentaleuropas unterhielten Großbritannien und die USA ein Freiwilligenheer. Großbritannien führte die allgemeine Wehrpflicht 1916 ein, die USA hielten während ihrer neunzehnmonatigen Kriegsteilnahme an der Freiwilligkeit fest. Daher mussten junge Männer und ihre Familien von der Notwendigkeit der Meldung zum Kriegsdienst überzeugt werden. Aber auch der Kriegswille der Bevölkerung sollte gestärkt und das Wohlwollen der Neutralen erreicht werden. Die Propaganda wandte sich auch direkt an Mütter und Ehefrauen, ihre Söhne und Männer in den Krieg zu schicken. In den USA musste der Bevölkerung zusätzlich noch erklärt werden, warum man erstmals Tausende Kilometer fern von zuhause Krieg führen musste. Wer nicht in den Krieg ziehen wollte oder konnte sollte wenigstens durch Kauf von Kriegsanleihen beitragen. Dazu diente auch eine intensive Gräuelpropaganda über tatsächliches oder unterstelltes unmenschliches Verhalten deutscher Soldaten in Belgien und Frankreich wie Geiseler-schießungen oder die absichtliche



USA: Fred Spear, Freiwilligen-Werbeplakat mit Opfern der „Lusitania“

Verstümmelung von Kindern. Der Überfall Deutschlands auf das neutrale Belgien und der U-Boot Krieg gegen Zivilschiffe wie die 1915 versenkte „Lusitania“ diente von nun an als Kulisse, um die Deutschen in drastischen Bildern als blutige Schlächter, als Frauen- und Kindermörder darzustellen. Man entsann sich einer Rede Kaiser Wilhelms II von 1900, in der dieser einem deutschen Expeditionskorps in China empfahl, sich gegenüber den Chinesen einen Namen wie seinerzeit die „Hunnen“ zu machen. Allgemein wurden die Deutschen im englischen Sprachraum nun nur mehr „Hunnen – Huns“ genannt.



USA, Adolph Treidler: Werbung für den Kauf von Spendenmarken, 1918

Besonders in den USA entstanden Bilder von bisher ungekannter Aggressivität, verstärkt durch eine bereits sehr moderne graphische Gestaltung. Deutsche Krankenschwestern schütteten unter dem Gelächter feister Offiziere vor verdurstenden britischen Verwundeten Wasser auf den Boden, affenartige Soldaten zogen mit gebleckten Zähnen, Brandfackeln und blutriefende Messer in Händen haltend, durch zerstörte Städte. Die Bilder verfehlten ihre Wirkung nicht und trieben die jungen Männer in Scharen zur Musterung und den Rest der Bevölkerung zu den Einzahlungskassen. Der öffentliche Druck wurde so groß, dass Untaugliche aus Scham über die Zurückweisung Selbstmord begingen.



Deutschland: Louis Oppenheim, Gegenpropaganda, 1916

stinkenden Füßen, Bestialität unterstellte man nicht. Als Bildträger dafür wählte man oft die „kleine Schwester“ des Plakates, die Postkarte, Karikaturen in Zeitschriften oder kleinformatige Bilderbögen. Auf Plakaten oder in Tageszeitungen gab es keine derartigen Bilder.



Frankreich: Georges Vallée: Die deutsche Kriegsfurie bindet ihre „Hunde“ Türkei, Kaiser Franz-Josef und Zar Ferdinand von Bulgarien an.

In Deutschland lehnte die Heeresleitung zuerst jegliche systematische Propaganda ab. Man war über diese Hasspropaganda entsetzt, hatte aber kaum etwas entgegenzusetzen. Eine eher hilflos wirkende Rechtfertigungskampagne sollte die Kulturleistungen des deutschen Volkes betonen, erreichte aber nur die eigene Bevölkerung - und die musste ja nicht überzeugt werden. Adolf Hitler widmet der Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges ein Kapitel in seinem Buch „Mein Kampf“. Darin geißelt er den „deutschen Objektivitätsfimmel“ als einen der Gründe für den Kriegsverlust. Wie sehr Hitler daraus gelernt hatte, bewies er im März 1933 durch die sofortige Einsetzung eines "Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda" unter Joseph Goebbels.

Die Feind-Propaganda Österreichs und Deutschlands erschöpfte sich im Wesentlichen darin, die Gegner der Lächerlichkeit preis-zugeben. Alle nur erdenklichen böartigen Pauschalurteile wurden gezeichnet, von Feigheit und Verrat bis hin zu



Österreich-Ungarn

Das propagandistische „Schlachten“ der

Feinde überließ man in Österreich und Deutschland gemeinhin den Dichtern. Und mit ganz wenigen Ausnahmen stellten diese sich bereitwillig in den Dienst der Sache. In Österreich war Stefan Zweig eine dieser Ausnahmen, so wie Rainer Maria Rilke, Arthur Schnitzler und Karl Kraus oder Heinrich Mann und Frank Wedekind in Deutschland und Romain Rolland in Frankreich.

Österreich blieb von Hasspropaganda weitgehend verschont. In Italien, Russland und Frankreich stellte man die Österreicher als lächerliche und zerlumpte Angsthasen dar, angeführt von einem senilen Franz Josef als Anhängsel eines großmäuligen Wilhelm II.

Für Gott, Kaiser und Vaterland

Auf den Plakaten aller kriegführenden Staaten spielten Symbole eine wichtige Rolle. Die eigene ruhmreiche militärische Vergangenheit sollte Verpflichtung, aber auch Garant für den Sieg sein. Wappentiere und Fahnen appellierten an den Patriotismus. Antike Helden, Schwerter und Ritter suggerierten einen Kampf Mann gegen Mann, ähnlich wie in einem mittelalterlichen Turnier. Mit der Darstellung des Kampfes gegen Symbole umging man auch das Tabu, Tote auf Plakaten darzustellen. Wenn Soldaten Adler würgten, Löwen erschlugen oder Bären jagten, konnte sich jeder an Stelle des Tieres einen feindlichen Soldaten vorstellen. Diese verlogene Bildersprache sollte ganz bewusst die Realität des Verstümmelns und Tötens im Stellungskrieg überdecken.



Italien: Mario Borgoni,
Werbung für Kriegsanleihe



Österreich-Ungarn: Heinrich Lefler, erstes
Bildplakat für Kriegsanleihe-Werbung,
Herbst 1915



Frankreich: Abel Faivre,
Werbung für 3. Kriegsanleihe

Zum Kriegführen braucht man drei Dinge: Geld, Geld und nochmals Geld

Alle kriegführenden Staaten finanzierten sich hauptsächlich aus Krediten bei der eigenen Bevölkerung. Die Anleihen des ersten beiden Kriegsjahre waren noch problemlos unterzubringen, ab 1915 stockte die Zeichnungsbereitschaft. Also begannen die Banken Werbung zu betreiben und schrieben Plakat-Wettbewerbe aus. Die ersten graphischen Kriegsplakate in Österreich-Ungarn, Deutschland, Frankreich aber auch Russland zeichneten Künstler für Kriegsanleihe-Werbung. Es gab auch keine staatlich geprägte einheitliche Werbelineie wie etwa in Großbritannien für die Freiwilligen-Werbekampagne, sondern ein buntes Durcheinander verschiedenster Sujets.

Neben der Besoldung und Verpflegung der Millionenheere verschlangen die neuen Waffen Unsummen. Während die Alliierten sich immer tiefer bei den USA verschuldeten, ergänzten die



Österreich-Ungarn: Mihaly Biró: "Unsere Bürger zuhause,
unsere Soldaten an der Front verteidigen unsere Heimat.
Zeichnet Kriegsanleihe".

Mittelmächte ihren Finanzbedarf aus den Golddeckungen und durch drastische Erhöhung der Geldumlaufmenge, was zu galoppierender Inflation führte. Steuern wurden wegen der unmittelbaren Wirkung auf die Bevölkerung nur zaghaft erhöht.

Der Krieg kostete Österreich-Ungarn 90 Milliarden Kronen, nach heutiger Kaufkraft 315 Milliarden Euro. 35 Milliarden wurden über 8 österreichische und 18 Milliarden über 18 ungarische Kriegsanleihen aufgebracht. Für das Deutsche Reich betragen die Kriegskosten 164 Milliarden Mark, nach heutiger Kaufkraft 1.105 Milliarden Euro. Davon finanzierte man rund 60 %, 97 Milliarden Mark, durch 9 Kriegsanleihen, weitere 57 Milliarden über Geldmengenausweitung und die restlichen 10 Milliarden durch zusätzliche Abgaben und Steuererhöhungen.



Österreich-Ungarn: Anonym, Soldat am Karst vor Triest, Werbung für Kriegsanleihe

Kriegskosten in Milliarden €

Mittelmächte:	1.420
Deutschland	1.105
Österreich-Ungarn	315
Alliierte	3.412
Frankreich	663
Großbritannien	1.170
Russland	383
Italien	345
USA	851
Gesamt:	4.832

Quelle: Horst Mendershausen
„The economics of war“, New York 1940



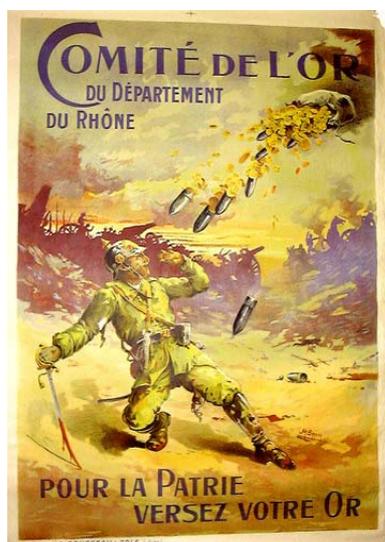
USA: Aufforderung an ungarische Einwanderer, Kriegsanleihe zu kaufen

Zum Vergleich: Die Bundeseinnahmen 2004 der Republik Österreich betragen 59 Milliarden €. Die Gesamtkosten des Ersten Weltkrieges mit geschätzten 4.832 Milliarden € entsprechen daher rund 82 Jahreseinnahmen der Republik Österreich auf Basis des Jahres 2004.

Während der ersten Kriegsjahre galt die Kriegsanleihe mit 5 ½ %-Verzinsung als lukrative Geldanlage und gleichzeitig als patriotische Tat. Oft wurde auf Häuser und Grundstücke Kredit aufgenommen und das Geld dann wieder in Kriegsanleihen investiert. Mit zunehmender Geldentwertung und Verschlechterung der militärischen Situation musste die Wertsicherheit in der Öffentlichkeit immer öfter garantiert werden. Die Inflation der Nachkriegszeit entwertete die Anleihe in Österreich, Ungarn und Deutschland binnen weniger Jahre vollkommen. Der bürgerliche und kleinadelige Mittelstand hatte seine Ersparnisse und oft auch Haus und Hof verloren.



Österreich-Ungarn (ital.):
Walther Kühn: Das ganze Volk zeichnet Kriegsanleihe



Geld als Waffe:
Frankreich, Albert Barbie



Ungarn, Jenő Haranghy:
„Zeichnet Kriegsanleihe“

Der industrielle Krieg - moderne Waffentechnik

Der Erste Weltkrieg war der erste Krieg der industriell geführt wurde. Eine Fülle neuer Technologien machte dem Bewegungskrieg alten Mustern ein Ende.

Schusswaffen Österreich-Ungarn, Anzahl

	1914	1918	Verlust	Kriegsproduktion
Gewehre	2.474.000	1.876.600	4.178.000	3.580.600
MG	2.760	17.280	26.200	40.720
Geschütze	3.360	6.200	6.750	9.590

Die Kavallerie verblutete bereits 1914 im Feuer der Maschinengewehre, danach fanden Pferde nur noch als Zugtiere Verwendung. An allen Fronten gruben sich die Soldaten zum Schutz vor Handgranaten, Flammenwerfern und Artillerie ein. Die Buntheit der Uniformen wich erdigen Tarnfarben. Eisenbahn, Kraftfahrzeug und Seilbahn revolutionierten die Versorgung, Telephon, Telegraph und Funk die Kommunikation. Elektrischer Strom wurde bis in die vordersten Linien geleitet. Mit dem Einsatz von Giftgas, Flugzeugen, schwerster Artillerie und Millionen bedenkenlos geopferter Menschen hofften alle Seiten, den Stellungskrieg überwinden zu können.



Russland: Ivan A. Vladimirov, Werbung für Kriegsanleihe

Anzahl Flugzeuge	Kriegsbeginn	1918	Verluste
Mittelmächte	349	3.830	3.782
Österreich-Ungarn	97	1.100	654
Deutschland	252	2.730	3.128
Alliierte	728	7.323	7.982
Belgien	24	127	-
Großbritannien	270	2.630	4.000
Frankreich	131	3.857	3.000
Russland	190		358
Italien (1915)	58	529	267
USA (1917)	55	180	357



Deutschland: Fritz Erler

Deutschland versuchte mit U-Booten die See-Blockade zu durchbrechen.

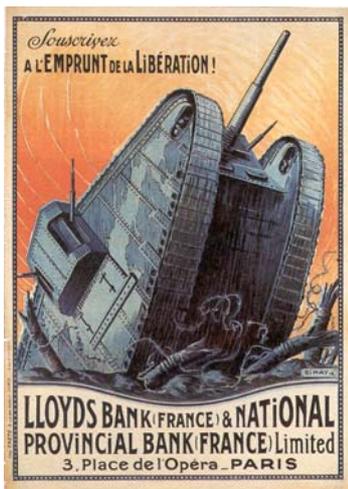


Deutschland: Willy Stöwer

Anzahl U-Boote	Kriegsbeginn	1918	Verluste
Mittelmächte	34	335	198
Österreich-Ungarn	6	17	6
Deutschland	28	318	192
Alliierte	200	265	96
Großbritannien	73	98	54
Frankreich	57	26	12
Russland	49	40	20
Italien (1915)	21	46	8
USA (1917)	0	55	2

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York

Dem überraschenden Einsatz von Panzern durch die Alliierten an der Westfront ab 1917 hatte man nichts mehr entgegenzusetzen. Der österreichische Oberleutnant Günther Burstyn erfand 1911 das Vollketten-Panzerfahrzeug. Sowohl die österreichische als auch deutsche Generalität verkannte die Bedeutung dieser Waffe, die Idee wurde von den Briten übernommen und geheim unter dem Tarnnamen „Tank“ weiterentwickelt. Die ersten ab 1916 verwendeten Panzer waren fehleranfällig und leicht zu bekämpfen. Damit wurde die deutsche Heeresleitung in ihrer Geringschätzung für diese Waffe bestärkt. Als im November 1917 bei Cambrai weiterentwickelte Panzer auf breiter Front zum Einsatz kamen, erzeugte schon das bloße Erscheinen Panik. Eine Taktik der Panzerabwehr mit speziellen Hindernisformen, Minen und Flachbahngeschützen musste erst entwickelt werden. Schließlich führte die totale Erschöpfung der Armeen, der Zivilbevölkerung und der materiellen Ressourcen zum Zusammenbruch der Mittelmächte.



Frankreich: Simay, Plakat für Kriegsanleihe

	Anzahl Panzer 1917	Plan 1919
Mittelmächte	20	1.000
Österreich-Ungarn	0	
Deutschland	20	1.000
Alliierte	7.670	9.000
Frankreich	4.800	
Großbritannien	2.800	
USA	64	
Italien	6	
Russland	0	

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York



Österreich-Ungarn: Anonymes Plakat für eine Beuteausstellung

Monarchen, Politiker, Feldherren

Im Ersten Weltkrieg hingen die Bilder der Monarchen zwar in jeder Amtsstube, auf Plakatwänden waren sie aber kaum zu finden. Vielleicht war es bloße Ehrfurcht, aber eher scheute man wohl einen möglichen Protest der Bevölkerung im Schutz der Dunkelheit. Vom österreichischen Kaiser Karl gibt es ein einziges Plakat, das nur für Innenräume gedacht war. Der überaus populäre deutsche Feldmarschall Paul von Hindenburg wurde schon öfters abgebildet. Unter dem Namen seines Stabschefs General Erich von Ludendorff wurde zwar eine Spendenaktion für Kriegsversehrte durchgeführt, Plakate mit seinem Bild gibt es aber keine. Auch in Italien und Frankreich waren Monarchen, Politiker und Feldherren auf Plakaten kaum zu sehen. Entweder waren es Heerführer der Vergangenheit oder anonyme Generäle. Für einen Platz in der „Galerie der Straße“ war Popularität eben die wichtigste Voraussetzung. König Georg V von England, sein Kriegsminister Lord Kitchener, der französische General Petain und der amerikanische Präsident Wilson und der Kommandant der US-Streitkräfte in Europa General Pershing erfüllten auch auf den Plakatwänden ihre Rolle. In Russland gab es zwar keine Plakate des Zaren und der obersten Heeresführung, militärische Szenen wurden aber gerne auf naiv gezeichneten Kleinplakaten dargestellt. Diese Blätter, die zu Hunderttausenden ihren Weg in Ämter, Geschäfte, Wirtshäuser und patriotische Haushalte fanden, zeigten oft auch ein Portrait des jeweiligen Feldherren oder Helden. Werbung mit den Portraits von Politikern gab es erst in der Umbruchszeit nach 1918.

Exkurs 2: Biographien

Österreich-Ungarn: Kaiser und König Karl I, 1887 – 1922

Kaiser Karl folgte 1916 auf seinen Großonkel Franz Josef. Zuvor lernte er als Armeekommandant die Front persönlich kennen, die er auch als Kaiser immer wieder besuchte. Karl wollte den Krieg zwar beenden, erhielt in seinen Friedensbemühungen aber keine Unterstützung der Alliierten und war alleine zu schwach, um sich von Deutschland zu lösen. Er ging 1918 in das Exil in der Schweiz und wurde nach zwei erfolglosen Restaurationsversuchen in Ungarn auf die portugiesische Atlantikinsel Madeira verbannt. Dort starb er 1922 noch nicht fünfunddreißigjährig in bescheidenen Verhältnissen an der Grippe. Kaiser Karl wurde im Oktober 2004 von Papst Johannes Paul II in Rom selig gesprochen.

Das Plakat von Franz Windhager trägt keinerlei Werbeaufdruck, es war wohl für Innenräume des „Kaiser und König Karl Fonds“ zur Unterstützung von Hinterbliebenen und Invaliden vorgesehen. Der letzte österreichische Kaiser wird im Stil einer christlichen „Schutzmantelmadonna“ dargestellt. Seine Gestalt ist erhöht, er neigt sich mit ernstem Gesicht zu den hilfeschuchenden Witwen und Waisen. Der Invalide nimmt zwar an der Szene teil, steht aber abseits.



Österreich-Ungarn: Franz Windhager:
Kaiser Karl I

Deutschland:

Generalfeldmarschall Paul von Beneckendorff und Hindenburg, 1847-1934

Der populärste deutsche Heerführer, Generalfeldmarschall Paul von Hindenburg, war zu Kriegsbeginn bereits pensioniert. Er wurde als Kommandant der deutschen Ostfront reaktiviert und konnte 1914 bei Tannenberg und danach an den Masurischen Seen die tief nach Ostpreußen eingedrungenen Russen vernichtend schlagen. Ab 1916 Chef des Generalstabes und der „Obersten Heeresleitung“. Gemeinsam mit seinem Generalstabschef Ludendorff etablierte er eine vom Kaiser geduldete Militärdiktatur. 1925 zum deutschen Reichspräsidenten gewählt. 1932 siegte er gegen Hitler bei den Präsidentenwahlen, ernannte ihn aber 1933 zum Reichskanzler. Hindenburg unterzeichnete die Gesetze, die den Aufbau der nationalsozialistischen Macht ermöglichten. Er starb 1934 im 87. Lebensjahr. Die Darstellung Hindenburgs von Hans-Rudi Erdt war bahnbrechend für die Entwicklung des politischen Werbeplakates. Der Kopf mit der Mütze sprengt den Rahmen, Gesicht und Blick sind auf den Betrachter gerichtet, der Ausdruck passt zur Aussage, Orden und Uniform charakterisieren ihn als Frontkämpfer, nicht als Höfling.



Deutschland: Hans Rudi Erdt,
Generalfeldmarschall von Hindenburg

Frankreich: Marschall Henri Philippe Pétain, 1856-1951



Frankreich: Serge Goursat; General Petain „Für die letzte Runde. Helft mir.“ 1918

Henri Philippe Pétain erlebte im Krieg einen rasanten Aufstieg vom Oberst zum Oberkommandierenden. Vor allem die Abwehr der deutschen Offensive von 1916 bei Verdun machten ihn berühmt. Nach dem Misslingen der so sinnlos wie mörderischen Offensiven des „Blutsäufer“ genannten Generalstabschefs Nivelle wurde Pétain 1917 dessen Nachfolger. Er meisterte die Rebellion der verzweifelten französischen Soldaten mit verhältnismäßig zurückhaltenden Disziplinierungsmaßnahmen. Pétain verwarf die starren Verteidigung der vordersten Frontlinie und ließ gegen den Willen seiner Unterkommandanten tiefgestaffelte flexible Verteidigungsräume einrichten. Dadurch konnte er die verheerenden Verluste senken. Die ab Ende 1917 anlaufende massive amerikanische Hilfe und der Einsatz von Panzern verbesserten die Lage der französischen Armee. Pétain wurde als Nationalheld verehrt. Nach dem Zusammenbruch Frankreichs im Zweiten Weltkrieg trat er 1940 an die Spitze der mit Deutschland kollaborierenden Regierung von Vichy. 1945 wurde er dafür zum Tode verurteilt, aber zu Verbannung auf der Insel Yeu begnadigt wo er 1951 starb

Großbritannien: König Georg V, 1865-1936

König Georg V erlangte durch seine Anteilnahme und kompromisslose Haltung während des Krieges große Beliebtheit. Er besuchte nicht nur oftmals die Flotte und englische Spitäler, sondern auch die Front in Frankreich. Damit erfüllte er eine wichtige Propagandafunktion, die politische Macht verblieb der Verfassung gemäß jedoch beim Parlament. Georg legte 1917 den auf seine deutschen Vorfahren zurückgehenden Familiennamen „Saxe-Coburg“ ab und nahm nach seinem Lieblingsschloss den Namen „Windsor“ an.



Großbritannien: Anonym: König Georg V

Großbritannien: Feldmarschall Horatio Herbert Earl Kitchener, 1850-1916

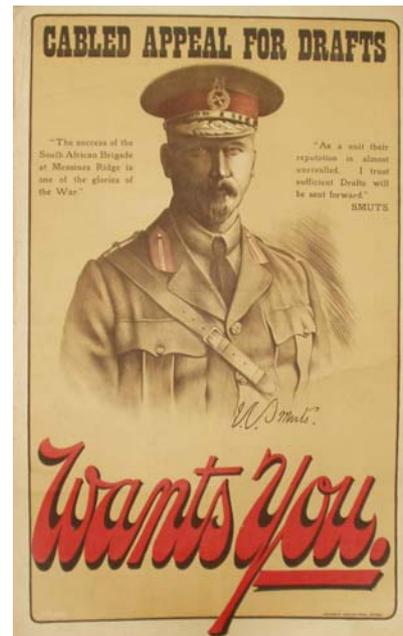


Großbritannien: Anonym, Feldmarschall Earl Kitchener, Anwerbung von Freiwilligen, 1915

Der in Indien und im Burenkrieg als hoher Kommandant eingesetzte Offizier wurde 1914 Kriegsminister und Generalstabschef. Kitchener konnte durch das Rekrutierungsprogramm „Your Country needs YOU“ den geringen Landstreitkräften binnen kurzer Zeit 70 neue Freiwilligen-Divisionen zuführen. Eine militärische Mission sollte ihn 1916 an Bord des Kreuzers Hampshire nach Russland bringen. Als das Schiff am 5. Juni auf eine Mine fuhr und sank, starb auch der in Militär- und Politikerkreisen angefeindete aber in der Öffentlichkeit populäre Feldmarschall.

Südafrika: General Jan Smuts, 1870-1950

General Jan Christiaan Smuts stand als erfolgreicher Kommandant der niederländischen Kolonisten Südafrikas im Burenkrieg gegen die Engländer unter General Kitchener. Nach der Niederlage trat er für den Ausgleich mit England ein und konnte die Unabhängigkeit Südafrikas als Teil des britischen Commonwealth erreichen. Er war vor dem Krieg Innen- und Kriegsminister Südafrikas, ab 1916 Befehlshaber der Empire-Truppen gegen deutsche Kräfte in Südwest- und Ostafrika unter Oberst Lettow-Vorbeck. Ab 1917 war er auch Mitglied des britischen Kriegskabinetts unter Premierminister David Lloyd George. Vertreter Südafrikas bei der Friedenskonferenz und Befürworter eines „Völkerbundes“, Premier- und Justizminister, 1939 als erklärter Gegner Hitlers wieder Premierminister bis 1945 und enger Vertrauter von Winston Churchill. Smuts war der einzige Politiker, der die Friedensverträge nach beiden Weltkriegen unterschrieben hat. Danach arbeitete Smuts an der Gründung der UNO mit. Er starb in Irene bei Pretoria



Südafrika: General Jan Smuts

Russland: General Alexei Brussilow, 1853-1926



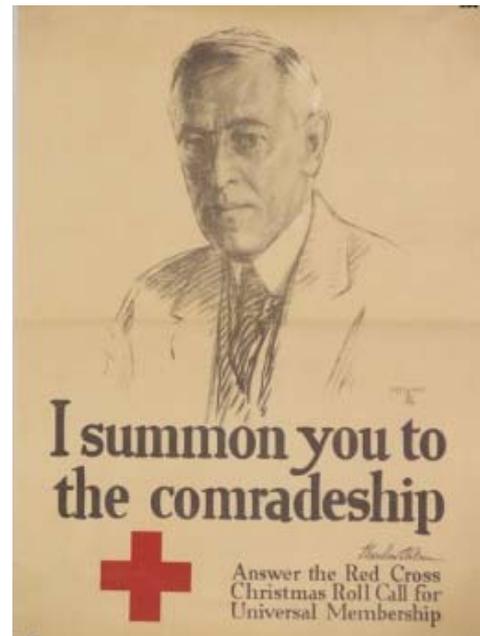
Anonym, Eroberung Lembergs mit Portrait General Brussilows

Der aus adeliger Offiziersfamilie stammende Alexei Brussilow nahm als Kavallerie-Offizier im Russisch-Türkischen Krieg 1877/78 teil und wurde 1906 General. Bis 1915 hatte der bei der Truppe beliebte Brussilow große Erfolge, seine 8. Armee stand tief auf österreichischem Gebiet. Nach dem Durchbruch der Mittelmächte in der Schlacht von Gorlice-Tarnow im Mai 1915 löste Brussilow im März 1916 General Iwanow als Kommandant der russischen Südwest-Front in Galizien ab. Die „Brussilow-Offensive“ von 1916 führte die russischen Truppen zwar wieder auf österreichisches Gebiet, brachte aber nicht den erhofften Durchbruch. Allerdings wurden die deutsche und besonders die österreichisch-ungarische Armee nachhaltig geschwächt. Die Verluste betragen für die Mittelmächte rund 1,5 Millionen Soldaten, für Russland mehr als 1,4 Millionen, wobei insgesamt etwa 2 Millionen Soldaten fielen.. Brussilow unterstützte die Absetzung des Zaren. Eine weitere Offensive der bereits tief demoralisierten russischen Armee misslang im Sommer 1917 unter seiner Führung. Brussilow wurde abgesetzt, schloss sich den Bolschewiken an und wurde militärischer Berater der Roten Armee.

USA: Präsident Woodrow Wilson, 1856-1924

Woodrow Wilson, 28. Präsident der USA. Universitätsprofessor für Geschichte, Gouverneur von New Jersey, gewann 1912 für die Demokraten die Präsidentschaftswahl. Unter seiner Führung blieben die USA im Ersten Weltkrieg ursprünglich neutral, sympathisierten aber mit den Alliierten. Nach der Versenkung des Passagierschiffes Lusitania schlug auch die öffentliche Meinung in den USA zugunsten der Alliierten um. Trotzdem gewann er die Wahl von 1916 mit dem Versprechen, sich weiter aus dem Krieg herauszuhalten. Deutschland lieferte mit Verkündung des unbeschränkten U-Boot-Krieges den Vorwand für einen Kriegseintritt der USA im April 1917, obwohl die hohe Verschuldung Großbritanniens und Frankreichs den USA gar keine andere Wahl mehr ließ.

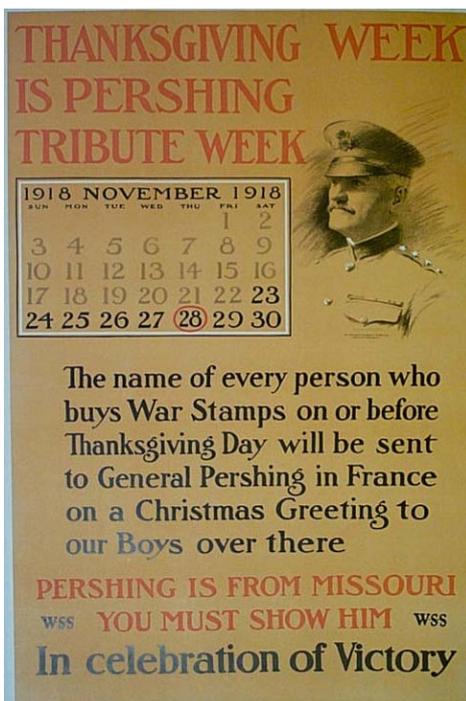
Von missionarischem Eifer erfüllt, betrachtete Wilson den Krieg als Feldzug für Demokratie und Freiheit. Auf den Friedenskonferenzen konnte er seine in „14 Punkte“ gefassten Maximen nur teilweise umsetzen. Insbesondere das „Selbstbestimmungsrecht der Völker“ wurde den Besiegten kaum zugestanden. Sein Hauptziel, die Errichtung eines „Völkerbundes“, konnte er trotz zunehmender Isolationspolitik in den USA erreichen, erlitt aber 1919 einen Schlaganfall und zog sich aus der Politik zurück. Wilson erhielt 1920 den Friedensnobelpreis.



USA: Präsident Woodrow Wilson

USA: General John J. Pershing, 1860-1948

Die US-Armee glich zu Anfang des 20. Jahrhunderts eher einer Polizeitruppe. Hauptmann John Joseph Pershing zeichnete sich bei einem Einsatz 1903 auf den Philippinen so aus, dass er von Präsident Wilson direkt zum Brigadegeneral befördert wurde.



USA: General John J. Pershing

General John Joseph Pershing war 1916/17 Kommandant im Feldzug gegen den mexikanischen Insurgenten Pancho Villas. Mitte 1917 als Kommandant des US-Expeditionsheeres nach Europa entsandt, wurde auf sein energisches Verlangen die Truppenstärke von einer Million Soldaten auf drei Millionen aufgestockt. Die Amerikaner waren nicht dem gemeinsamen Kommando der französischen und britischen Armee unterstellt und Pershing ließ die wenig ausgebildeten Freiwilligen bis zur deutschen Offensive im März 1918 nicht an der Front einsetzen. Danach erzielten die US-Truppen erste Erfolge bei St. Mihiel, an die sie aber aufgrund von Führungsschwächen nicht anknüpfen konnten. Der französische Ministerpräsident Clemenceau forderte vergeblich Pershings Abberufung. Nach einer Neuorganisation waren die amerikanischen Truppen ein wesentliches Element der kriegsentscheidenden Alliierten Offensive im November 1918. Pershing kehrte 1919 in die USA zurück, wo er als Held verehrt wurde. Er starb 1948 im 88. Lebensjahr, ein von 1962 bis 1991 eingesetztes Mittelstreckenraketen-Programm wurde nach ihm benannt.

Soldaten

Von Anfang an beherrschten Bilder von Soldaten die Plakatwände. Zuerst in Großbritannien, Frankreich und Russland, dann auch in Deutschland, Österreich-Ungarn, Italien und den USA. Am Anfang waren es Helden aus der heroischen Vergangenheit, dem Mittelalter oder der Antike, die den Krieg verklären helfen sollten. Oder es waren junge, unaufhaltbar vorstürmende, gleichsam unverletzliche Männer. Im Lauf der Zeit wandelte sich aber dieses Bild grundlegend. Nachdem auch der Heimat die grausame Realität des Schützengrabenlebens nicht verborgen geblieben war, wurden aus den strahlenden Helden abgezehrte und nachdenkliche Männer. Sie drückten nur noch den Wunsch aus, schnell siegen zu wollen, um endlich nach Hause zu dürfen. Allen diesen Gesichtern war ein stummer Vorwurf an die Daheimgebliebenen gemeinsam. Nur auf den Werbeplakaten der Konsumgüterindustrie lächelten die Soldaten noch für Zigaretten oder Taschenkalender von den Wänden.



Österreich-Ungarn: Nandor Honti; Werbuna für Taschenkalender 1918



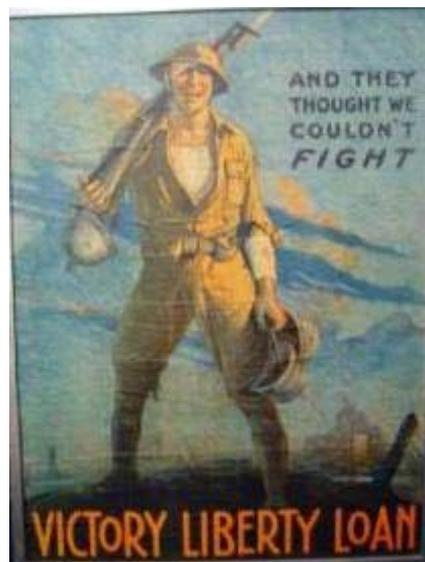
Frankreich: Abel Faivre: „Wir kriegen sie schon“, Plakat für 2. Kriegsanleihe 1916

Die Realität des Vegetierens in den Schützengräben, das Verstümmeln und Töten, wurde auf Plakaten sehr selten dargestellt. Eine Ausnahme mag dabei der zerlumpte französische Soldat des Maurice Neumont sein, der in einer verwüsteten Landschaft wie ein Fels steht. Dabei ging es aber schon nicht mehr um Kriegswillen, sondern um den Aufruf, die Gräuelt der Deutschen nie zu vergessen. Ansonsten blieb der „Krieg an der Wand“ klinisch sauber. Erst den Schriftstellern und vereinzelt Filmregisseuren blieb es vorbehalten, die menschenverachtende Wirklichkeit des Krieges in aller Härte darzustellen, in Frankreich etwa Henri Barbusse mit seinem Roman „Le Feu – das Feuer“, in Deutschland Erich Maria Remarque mit „Im Westen nichts Neues“ und in den USA Ernest Hemingway mit „A farewell to arms – In einem anderen Land“, zwei Bücher, die auch verfilmt wurden.

In vier Kriegsjahren veränderte sich das Bild des Soldaten auf den Plakatwänden grundlegend:



Italien: L. Barchi: „Helft siegen“, Werbung für Kriegsanleihe



USA: Clyde Forsythe: „Und sie dachten, wir können nicht kämpfen“, Werbung für Kriegsanleihe 1918



Frankreich: Lucien Jonas: Freiheitsanleihe,



Deutschland: Fritz Erler, 1917



Russland: Ivan A. Vladimirov, Werbung für Kriegsanleihe



Frankreich: Maurice Neumont. Aufforderung, die Gräueltaten der Deutschen nicht zu vergessen, 1918



Österreich-Ungarn: Walther Kühn, Werbung für 8. Kriegsanleihe 1918

Erstmals wurden auch Soldaten aus den Kolonien in größerer Zahl in Europa eingesetzt. 1918 dienten in der französischen Armee in Europa rund 450.000 farbige Soldaten, hauptsächlich aus Algerien, Tunesien, Marokko, Senegal, Madagaskar, Somali und Indochina, während das in Personalunion mit Großbritannien stehende Kaiserreich Indien fast 1,7 Millionen Soldaten mobilisierte. Die Anzahl farbiger Soldaten in der US-Armee ist nicht bekannt. Der durchschnittliche Europäer war andersfarbigen Menschen noch nie begegnet und kannte sie nur aus Abenteuergeschichten. Afrikanische Truppen erregten Angst, die propagandistisch eingesetzt wurde. In Deutschland und Österreich-Ungarn wurde der Einsatz farbiger Soldaten in Europa rassistisch –abwertend kommentiert. So bezeichnete Deutschland die Verwendung farbiger Soldaten gegen Weiße als „Kriegsgräuel“ der Alliierten.



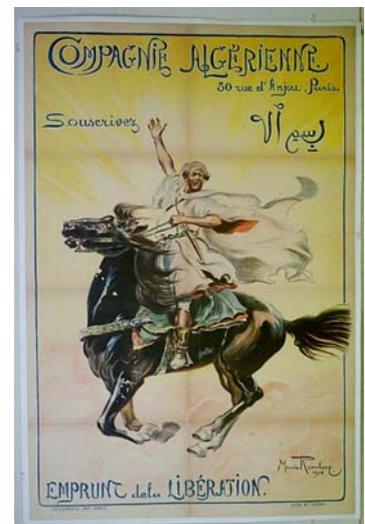
USA: Anonym, Werbung um freiwillige Farbige



Frankreich: Lucien Jonas, Werbung für den „Tag der afrikanischen Armee und Kolonialtruppen“



Österreich-Ungarn: Anti-französische Postkarte.



Frankreich: Maurice Romberg, Werbung für Kriegsanleihe mit der „Compagnie Algérienne“

„Ein Schlachten war's, nicht eine Schlacht“

Die modernen Waffen veränderten den Krieg vollkommen. Obwohl sich das im Amerikanischen Bürgerkrieg und im Russisch-Japanischen Krieg bereits abgezeichnet hatte, änderten die Heerführer ihre Strategien nicht. Die militärische Führung aller kriegführenden Parteien kaschierte ihre Fehler mit immer neu herangebrachtem „Menschenmaterial“. Wegen der Bevölkerungsexplosion im 19. Jahrhundert herrschte an Soldaten kein Mangel. So stürmten Millionen in den sicheren Tod durch Artillerie- und Maschinengewehrfeuer. Die einzige Überlebensstrategie war, sich so tief wie möglich in den Boden einzugraben. Dadurch wurden weite Landstriche auf Jahre zu Kriegsgebieten, was besonders zu Kriegsbeginn eine Flüchtlingsbewegung ungeahnten Ausmaßes auslöste. Wer überlebte war nur zu oft gebrochen an Leib und Seele.

- 10 Millionen Menschen starben unmittelbar durch Kriegseinwirkungen (davon 8 Millionen Soldaten)
- 7 Millionen Menschen starben an Krankheiten, die sie während des Krieges erlitten.
- mehr als 21 Millionen Menschen wurden auf den Schlachtfeldern verwundet.
- 3,5 Millionen Menschen blieben dauernd invalide.
- Durch die Mangelwirtschaft und den Hunger starben in Deutschland und Österreich-Ungarn über 1,5 Millionen Zivilisten.
- 6,5 Millionen Soldaten gerieten in Kriegsgefangenschaft
- Millionen Menschen mussten aus ihren Wohngebieten flüchten.

Bis zum Einsatz der Panzer war Artillerie und Giftgas das einzige Mittel, um den Stellungskrieg überwinden zu können. Ganze Landstriche wurden dem Erdboden gleichgemacht, Dörfer und Städte ausradiert, Wälder umgelegt, Berge gesprengt. Dabei nahm man keinerlei Rücksichten auf zivile oder kulturelle Werte. Kein Krieg zuvor hatte zu solchen Zerstörungen geführt.

Die Spendenaufrufe und Sparappelle wurden oft in eine sehr harte Bildsprache übersetzt. Als „Werbeträger“ eigneten sich besonders zerstörte Landschaften, Städte und Kirchen, flüchtende Frauen, Greise und Kinder. Damit sollte nicht nur Mitleid erregt sondern auch Angst geweckt werden, dasselbe Schicksal erleiden zu können, wenn man den Aufforderungen nicht nachkam.

Auch der erste „industrielle“ Völkermord der Geschichte fand im Schatten des Weltkrieges 1915-1919 im Osmanischen Reich statt. Die Armenier hatten ein Siedlungsgebiet, das sich von Russland durch die Türkei bis an die syrische Grenze schob. Die türkische Regierung begann 1915 unter dem Vorwand, die Armenier würden mit dem feindlichen Russland zusammenarbeiten, einen Ausrottungsfeldzug. Die Zahlen schwanken zwischen 800.000 und 1,5 Millionen ermordeter Menschen – jedenfalls wurde die Volksgruppe auf türkischem Boden vernichtet. Der österreichische Dichter Franz Werfel schuf mit seinem Roman „Die vierzig Tage des Musah Dag“ ein Denkmal für die



USA: Anonym, Hilfskampagne für den nahen Osten



Österreich-Ungarn: Mihaly Biró, Ankündigung eines Vortrages „Wunder der Militärmedizin“, 1917



Österreich-Ungarn: Karl Sterrer

Österreich-Ungarn: Karl Sterrer

Opfer. In den USA startete eine Hilfsaktion für die unterdrückten Völker des türkischen Reiches, an einen regelrechten Völkermord wollte aber niemand glauben. Deutschland und Österreich-Ungarn wussten um die Verbrechen, schwiegen aber aus Rücksicht auf ihren Verbündeten.

Mit harter Hand gingen aber auch die Briten vor. Irland war im 12. Jahrhundert von den englischen Königen unterworfen worden. Als die britische Regierung 1916 die erst 1912 gewährte Selbstverwaltung aussetzte, rebellierten die Iren mit deutscher Unterstützung. Dieser „Osteraufstand“ wurde blutig niedergeschlagen, die

Unterzeichner der Proklamation des irischen Staates von den Engländern hingerichtet.

Auf Anregung des Schweizer Henri Dunant wurde 1864 in Genf das Rote Kreuz gegründet. Bis dahin gab es kaum eine Versorgung von Verwundeten und Kranken im Felde. Die „moderne“ Kriegsführung verwundete wesentlich mehr Menschen als angenommen. Die Sanitätsdienste der Armeen waren dieser Aufgabe unterschiedlich gewachsen. In allen Ländern mussten aber Frauen als Freiwillige der Rot-Kreuz-Organisationen die Pflege und Rehabilitation der Verwundeten im Hinterland übernehmen.



Frankreich: Charles Fouquieray, Flucht der serbischen Armee über die Brücke von Vizir, 1916



Russland: Abram E. Arkhipov, Spendenaufruf für Rotes Kreuz.

Anzahl der Verwundeten (auch Mehrfachzählungen):	Total	in % der Mobilisierten
Mittelmächte	7,955.000	
Österreich-Ungarn:	1,950.000	24
Deutschland:	4,250.000	31
Bulgarien:	155.000	13
Türkei:	1,600.000	53
Alliierte	13,003.000	
Russland:	5,000.000	42
Frankreich:	4,300.000	50
Britisches Empire:	2,300.000	26
Italien:	950.000	16
USA:	200.000	4
Serbien:	133.000	19
Rumänien:	120.000	10

Gesamt 20,958.000
Quelle: Randal Gray: Chronicle of the First World War, 1991



Italien: A. Ortelli: „Für die Heimat meine Augen - für den Frieden Euer Geld“, Werbung für Krieganleihe

Durch Artillerie-Sprengstücke wurden furchtbare Kopfverletzungen hervorgerufen. Echte Verstümmelungen traute man sich aber nicht öffentlich zu zeigen. Die Darstellung von prothetisch bestens versorgten Einfach-Amputierten oder sonst unversehrten Blinden war das Maximum, das man der Bevölkerung zutrauen wollte.

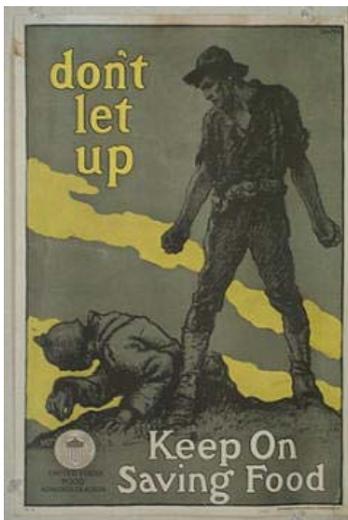


USA: Anonym, Werbung für die „Ambulanz amerikanischer Dichter in Italien, 1917“

Bis zum Kriegseintritt 1917 konnten Amerikaner als Freiwillige in der britischen Armee oder in amerikanischen Rot-Kreuz-Einheiten Dienst versehen. Die „American Poets' Ambulance in Italy“ setzte sich nur aus Schriftstellern zusammen. Die bedeutendsten Vertreter waren Ernest Hemingway und John Dos Passos. Beide schrieben darüber autobiographische Romane, Hemingway „In einem anderen Land“, Dos Passos „Drei Soldaten“.

Der Tod wurde auf Plakaten selten bildlich thematisiert. Dabei schwankten die Darstellungen zwischen eigenem Heldentod und feindlichem Mord.

Naturalistische Todesdarstellungen waren aus propagandistischen Gründen nicht möglich. Die eigenen Toten wurden statt dessen von Engeln in das Elysium geführt.



USA: F. Luis Mora, Werbung für US-Lebensmitteladministration mit gefallenem Deutschen.

Die „industrialisierte“ Kriegsführung mit Artillerie, Maschinengewehr und Flammenwerfern führte dazu, dass viele Tote nicht identifiziert oder in die Heimat überführt und Schicksale nicht geklärt werden konnten. Der Umgang mit den Toten des Feindes aber auch eigener, war mit zunehmender Kriegsdauer immer rüder geworden. Die zahlreichen kleinen Friedhöfe an der Front wurden nach dem Krieg zumeist aufgelöst und die Leichname in Sammelbegräbnisstätten überführt. Den Angehörigen zuhause war es oft verwehrt, am Grab des Ehemannes, Sohnes, Vaters oder Bruders trauern zu können. Örtliche Kriegerdenkmäler mit den Namen der Gefallenen oder für den „unbekannten Soldaten“ gaben dieser Trauer doch einen festen Platz.



Deutschland: Erich Gruner, 1916

	Anzahl der gefallenen und verstorbenen Soldaten	in % der Mobilisierten	Anzahl der Ziviltoten
Mittelmächte:	4,100.000		3,485.000
Österreich-Ungarn:	1,500.000	19	300.000 ¹⁾
Deutschland:	1,900.000	14	760.000 ²⁾
Bulgarien:	100.000	8	275.000
Türkei:	600.000	20	2,150.000 ³⁾
Alliierte:	5,421.000		2,996.000
Russland:	1,800.000	15	2,000.000
Frankreich:	1,400.000	16	40.000
Britisches Empire:	950.000	11	31.000
Italien:	680.000	12	keine Angabe
USA:	120.000	3	-
Serbien:	130.000	19	650.000
Rumänien:	340.000	28	275.000
Japan	1.000	3	-
Gesamt	9,521.000		6,481.000

¹⁾ Ohne zivile Hungertote durch alliierte Blockade,

²⁾ Inklusive ziviler Hungertote durch die alliierte Blockade

³⁾ Inklusive der Opfer des Völkermordes der Türken an den Armeniern

Quelle: Randal Gray: Chronicle of the First World War, 1991



Frankreich: Lucien Jonas, Plakat für Benefizveranstaltung zugunsten Hinterbliebener



Frankreich: Charles Fouqueray, "Kardinal Mercier schützt Belgien"

Mit der zunehmenden Zahl Gefallener musste spät aber doch der Tod an der Front thematisiert werden. Die Versorgung so vieler Witwen und Waisen überforderte besonders in Österreich-Ungarn, Deutschland und Frankreich die staatlichen Stellen. 1915 erhielt in Österreich-Ungarn die Witwe eines Unteroffiziers mit zwei Kindern eine monatliche Pension von 46 Kronen (Kaufkraft 2005 rund 180 Euro), ein Gefreiter, der zwei Gliedmaßen verloren hat oder auf beiden Augen erblindet ist, eine Invalidenrente von 32 Kronen (Kaufkraft 2005 rund 125 Euro). Ohne private Unterstützung wäre die Hinterbliebenenversorgung zusammengebrochen. Das Informations- und Werbemedium waren wieder Plakate.

Auch die Kirchen konnten und wollten sich einer Stellungnahme nicht entziehen. In der Regel erklärten sie das Gemetzel zum „gerechten Krieg“ der eigenen Landsleute, segneten Truppen und flehten um Sieg. Die wichtige humanitäre und seelsorgerliche Rolle der Kirche in dieser apokalyptischen Zeit soll aber nicht vergessen werden. Der belgische Kardinal Mercier ist ein herausragendes Beispiel dafür.

Ein weiteres Problem stellte die Versorgung von Millionen Kriegsgefangener dar. In allen Ländern wurde zugunsten der Kriegsgefangenen gesammelt. Die Verteilung erfolgte zumeist über

das Internationale Komitee vom Roten Kreuz. Während Post zumeist persönlich zustellbar war, wurden Sachspenden generell aufgeteilt. Das Los der Kriegsgefangenen in Österreich-Ungarn und Russland war wegen des allgemeinen Hungers besonders schlimm. Rund 530.000 Österreicher waren in Italien gefangen, davon gerieten etwa 360.000 am letzten Kriegstag in Gefangenschaft. Über 200.000 starben. In den über tausend zumeist in Sibirien gelegenen Lagern kamen von den mehr als 2 Millionen gefangenen Soldaten aus Österreich-Ungarn mehr als 500.000 um. Alleine der Bau der Murmanskbahn kostete pro Jahr 60.000 Gefangenen das Leben.

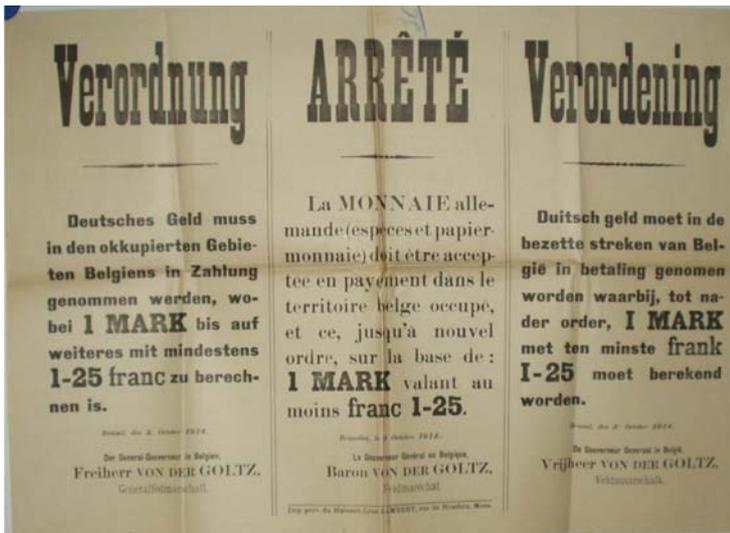
Durch Übersendung von Kleidung und haltbaren Lebensmitteln hofften die Angehörigen, die Not der Gefangenen lindern zu können, die Zustellung von Paketen war aber je nach Moral der Bewacher recht unterschiedlich.

Anzahl der Kriegsgefangenen		in % der Mobilisierten
Mittelmächte	4,290.000	
Österreich-Ungarn:	2,800.000	32
Deutschland:	1,150.000	9
Bulgarien:	90.000	8
Türkei:	250.000	8
Alliierte:	4,015.000	
Russland:	2,500.000	21
Frankreich:	560.000	6
Britisches Empire:	190.000	2
Italien:	600.000	10
USA:	5.000	0,1
Serbien:	80.000	11
Rumänien:	80.000	7
Gesamt:	6,705.000	

Quelle: Randal Gray: Chronicle of the First World War, 1991



Deutschland: Ludwig Hohlwein, 1918



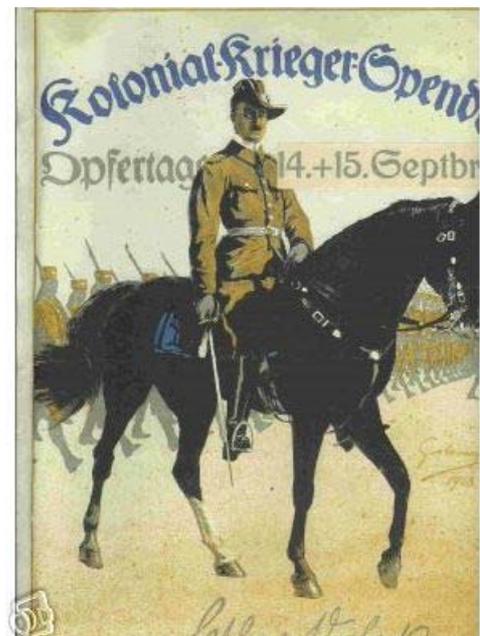
Belgien: Anordnung der deutschen Besatzer, dass deutsches Geld in Belgien anzunehmen sei.

Den Mittelmächten gelang es so wie Russland den Krieg in die Nachbarländer zu tragen. Die Schlachtfelder lagen in Ostpreußen und Galizien, Serbien und Montenegro, in Belgien und Frankreich und ab 1915 auch in Italien. Feldmarschall Hindenburgs Siege im Nordosten drängten die Russen aus dem Deutschen Reich ab, im Süden standen sie aber tief in österreichisch-ungarischem Gebiet. Die Landeshauptstadt Galiziens, Lemberg, und die wichtige Festungsstadt Przemysl wurden erobert und monatelang besetzt gehalten, die Russen standen schließlich vor Krakau. Nach der Durchbruchsschlacht von Gorlice-Tarnow im Mai 1915 begann die Rückerobertung dieser Gebiete. Danach erstarb auch die Ostfront im Stellungskrieg.

Zweifrontenkrieg gegen Russland und am Balkan verhindern die rasche Eroberung Serbiens durch Österreich-Ungarn. Nach ersten Erfolgen mussten sich die Österreicher unter hohen Verlusten zurückziehen, Belgrad wurde erst im zweiten Anlauf im Oktober 1915 erobert. Nach dem Kriegseintritt Italiens begannen italienische Truppen mit dem Aufbau einer Front in Albanien zur Entlastung Serbiens. Im Jänner 1916 erfolgte der österreichische Einmarsch in Albanien. In allen besetzten Gebieten waren natürlich wieder Plakate das wichtigste Informationsmedium der Besatzer.

Schlechte Führung und der

Neben Europa war auch Afrika Kriegsschauplatz. In den arabischen Ländern kämpften die Engländer gegen das Osmanische Reich, in Schwarzafrika gegen die Deutschen. Deutschland war eine junge Kolonialmacht. Togo, Deutsch-Westafrika und Kamerun gingen bald verloren. In Deutsch-Ostafrika hielt sich die knapp 5.000 Mann starke deutsche Schutztruppe. Der Kolonialoffizier Oberst Paul von Lettow-Vorbeck wurde 1914 Kommandant der Schutztruppe von Deutsch-Ostafrika (Tansania, Ruanda, Burundi). Sein erfolgreicher „Buschkrieg“ gegen die übermächtigen Engländer machten ihn in Deutschland rasch populär. Nachdem die Masse seiner Truppen, zumeist einheimische Askaris, 1917 doch bezwungen werden konnte, entkam er mit Reststreitkräften und zwang den Briten weiter seinen Guerillakrieg auf. Lettow-Vorbeck kapitulierte erst am 23. November 1918 in Nord-Rhodesien. Er hatte nie die geringste Chance, den Kampf gewinnen zu können, band aber mit seinen höchstens 14.000 Mann etwa die zehnfache Übermacht englischer Soldaten. Nach dem Krieg wurde Lettow-Vorbeck in die Reichswehr übernommen, aus der er wegen einer Beteiligung an einem rechtsradikalen Putschversuch 1920 ausscheiden musste. Er starb im 94. Lebensjahr 1964 in Hamburg.



Deutschland: Groh Meyer, Oberst Lettow-Vorbeck.

ausgesandt, Ersatzstoffe in der Natur zu sammeln. Beerenblätter dienten als Tee-Ersatz. Zerfaserte Brennesselstengel eigneten sich zur Herstellung von Geweben. Die Haltbarkeit war zwar gering, Hautausschläge waren unvermeidlich. Abfälle sollten wiederverwertet werden: Knochen zur Seifenerzeugung, Obstkerne zur Ölgewinnung, Frauenhaar als Flachsersatz.

Die allgemeine Verknappung führte in Österreich-Ungarn zur größten Inflation unter den kriegführenden Ländern. 100 Kronen des Jahres 1914 entsprachen an Kaufkraft 1.300 Kronen von 1918. Ein Kilogramm Mehl kostete auf dem Schwarzmarkt 1918 fast das sechzigfache des Friedenspreises von 1914. Strenge Regelungen waren notwendig, Höchstpreisverordnungen alleine wirkten aber kaum. Die wichtigsten Lebensmittel wurden rationiert, der Verbrauch eingeschränkt. Vorräte wurden beschlagnahmt, deren Verheimlichung durch den Erzeuger so wie Einkäufe außerhalb der Rationierungen bestraft. Mit der Einführung der Lebensmittelkarten wurde der private Einkauf streng geregelt. Schließlich mussten sogar so einfache Lebensmittel wie Kartoffel rationiert werden. Um die Knappheit in den Städten zu mildern, sollte, wie vom Wiener Bürgermeister Weiskirchner schon 1915 gefordert, jede freie Fläche zum Anbau von Lebensmitteln genützt werden. Öffentliche Küchen gaben „Einheitsspeisen“ aus, deren Nährwert denkbar gering war. Die Kalorienration sank auf 830 pro Kopf und Tag.

Der Krieg führte zu einer Verarmung weiter Bevölkerungsschichten. Die Abgabe billigen Fleisches konnte nur die ärgste Not lindern. Immer mehr Menschen starben an Hunger oder fielen wegen ihrer Entkräftung Krankheiten zum Opfer wie der Maler Egon Schiele oder der Architekt Otto Wagner.

Durchschnittliche Wochenrationen 1918 für Erwachsene

	Brot	Fleisch	Fett	Zucker
Deutschland (Hamburg)	2 kg	260 g	70 g	150 g
Österreich (Wien)	1,1 kg	130 g	40 g	-
Großbritannien (London)	3 kg	450 g	170 g	230 g
Niederlande (nicht kriegführend)	1,4 kg	200 g	170 g	230 g

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York



Österreich-Ungarn: Dicke Soldaten gab es nur noch auf Postkarten

Nach dem Zusammenbruch Russlands in der Revolution erklärte sich die Ukraine, einer der bedeutendsten Getreideproduzenten Europas, für selbständig. Der Friedensschluss nährte die Hoffnung, den Hunger mit Hilfe ukrainischen Getreides überwinden zu können. Schon längst war das Brot mit Mais- und Bucheckern-, manchmal mit reinem Sägemehl gestreckt. Ab dem Winter 1916/1917 waren Steckrüben das Hauptnahrungsmittel des deutschen Hinterlandes.

Hochwertigere Lebensmittel blieben der Front vorbehalten. Die mangelhafte Ernährung, aber auch der Vorrang der Sanitätsversorgung der Truppe führten zu einem allgemeinen Absinken der Volksgesundheit.

Die tristen Lebensumstände förderten den Alkoholismus besonders unter den Arbeitern. Dadurch litt nicht nur die Gesundheit sondern auch die Produktivität.



Österreich-Ungarn: Elek Falus, Volksgesundheitsausstellung Budapest 1915

Volksgesundheit:	Geburten		zivile Todesfälle	
	1914	1918	1914	1918
Österreich-Ungarn	800.000	400.000	560.000	650.000
Deutschland	1,820.000	930.000	1,290.000	1,610.000
Frankreich	750.000	470.000	1,130.000	1,115.000
Großbritannien	1,000.000	850.000	660.000	770.000

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York

Unter den Alliierten litten besonders die Balkanstaaten, aber auch das besetzte Belgien und Teile Frankreichs unter Hunger.

Da die Vorratslager der Armeen nur wenige Monate reichten, war man wie in keinem Krieg bisher von der Neuproduktion abhängig. Außer in den USA musste dazu die gesamte Volkswirtschaft auf Kriegswirtschaft umgestellt werden. Obwohl in den kriegswichtigen Betrieben Deutschlands und Österreich-Ungarns die dringend benötigten Facharbeiter durch Einberufung fehlten, stieg anfangs die Arbeitslosigkeit. Die gesamte Exportwirtschaft verlor schlagartig ihre Märkte, viele Betriebe mussten zusperrern. Da niemand mit einer so langen Kriegsdauer gerechnet hatte, gab es keine Einberufungspläne, die

auch auf die Belange der Wirtschaft Rücksicht nahmen. Als man die Notwendigkeit der Neuorganisation erkannte, betraute man in Deutschland den Industriellen Walter Rathenau, Sohn des Gründers des Elektrokonzerns AEG, mit dieser Aufgabe. In Österreich unterstellte man hingegen die Rohstoffbewirtschaftung und die Schlüsselindustrien direkt dem Militär. Obwohl auf zahlreichen Plakaten die „Waffenbrüderschaft“ zwischen Soldaten, Industriearbeitern und Bauern beschworen wurde, war die Behandlung der Arbeiter in den von Militärs geführten Betrieben denkbar schlecht. In Österreich-Ungarn aber auch in Russland führte dies gemeinsam mit der zunehmenden Lebensmittelknappheit ab dem Winter 1916/1917 zu schweren sozialen Spannungen.

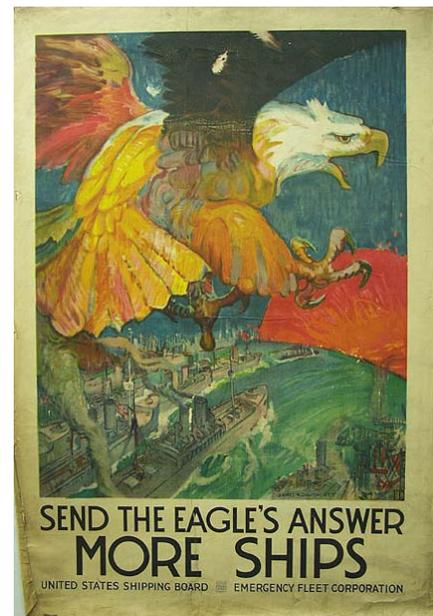
Als Antwort auf die erdrückende Blockade verkündete Deutschland den unbeschränkten U-Boot-Krieg. Deutsche U-Boote und Minen versenkten rund 20 Millionen Bruttoregistertonnen, das waren etwa 6.500 Handelsschiffe. Deutschland verlor an Kriegsschiffen 441 Einheiten, darunter 192 U-Boote, Großbritannien 248 reguläre Kriegsschiffe und 830 Hilfskriegsschiffe. Frankreich, Russland, USA, Italien und Japan büßten zusammen 256 Einheiten ein, Österreich-Ungarn und die Türkei 58 Stück.



Österreich-Ungarn: Albert Janesch, Ausstellung von Kriegsmalern und Kriegsbildhauern des „Kriegspressequartiers“



Frankreich: A. T. Steinlen: Werbung für Tombola zugunsten hungernder Belgier



USA: James H. Daugherty

Der U-Boot-Krieg Deutschlands störte den amerikanischen Nachschub nach Europa tatsächlich nur wenig. Die Handelsflotte wurde von 5.333 Einheiten 1914 auf 10.416 Schiffe 1918 verdoppelt. Den Geleitschutz übernahmen zumeist britische Kriegsschiffe. Nach den Erfolgen der Panzerwaffe in der Schlacht von Cambrai war für 1919 in den USA ein Produktionsprogramm für Tausende Panzer entwickelt worden.

Durch „Kriegsausstellungen“ sollte die Zivilbevölkerung am Schicksal der kämpfenden Truppe teilhaben können. Von künstlerischen und kunsthandwerklichen Produkten bis zum Nachbau von Schützengräben, Unterkünften und

Verbandsplätzen reichte das Angebot. Im Kriegspressequartier, einer Propagandaabteilung des österreichisch-ungarischen Kriegsministeriums, dienten viele bedeutende Künstler wie die Maler Albin Egger-Lienz, Albert Paris Gütersloh, Oswald Roux und Karl Sterrer und die Schriftsteller Franz Theodor Csokor, Egon Erwin Kisch, Robert Musil, Leo Perutz, Rainer Maria Rilke, Franz Werfel und Stefan Zweig. Hatten diese Ausstellungen noch hohe künstlerische Qualität, gerieten „Disney-Land“ ähnlichen Darstellungen des Krieges zu würdelosen Spektakeln. Die Leiden der Frontsoldaten wurden zu einem gruseligen Sonntagsspaziergang verniedlicht. Was als „Information“ für das Hinterland gedacht war, führte zur Entfremdung zwischen Soldaten und Zivilisten.



Österreich-Ungarn: Franz Griessler

Frauen im Krieg



Österreich-Ungarn: Karl Sterrer

Zu Kriegsbeginn galten Frau und Kinder in der Öffentlichkeit als Inbegriff der Schutzbedürftigkeit. Ihre Hauptaufgabe war die Aufrechterhaltung der Familie, bis der Mann aus dem Krieg wieder heimkommt.

Auch Erotik wurde bereits für Werbebotschaften eingesetzt. Das laszive US-Navy-Girl des Howard Chandler Christy verkündet recht offen doppeldeutig: „Ich will Dich“. Die Botschaft des italienischen Kriegsengels von Achille Mauzan in Gestalt einer „femme fatale“ war da schon zurückhaltender.

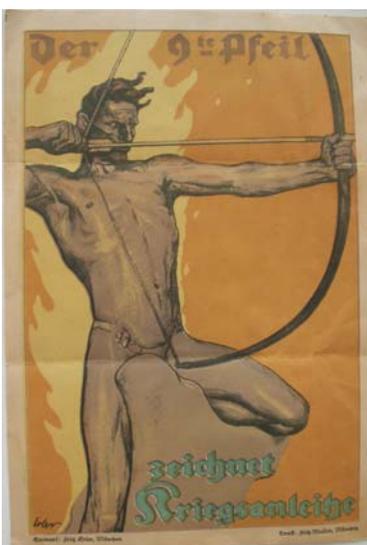
Erotik beschränkte sich allerdings nicht auf Frauendarstellungen, auf Plakaten aus den USA, Deutschland und Frankreich werden ganz offensichtliche Zusammenhänge zwischen Waffe und Phallus hergestellt.

Frauenarbeit war vor 1914 schon keine Ausnahme mehr. In der Landwirtschaft, dem häuslichen Dienst, bestimmten Handwerksberufen und Industrien waren Frauen seit jeher tätig. Zu Kriegsbeginn übernahmen Frauen die Hauptlast der Verwundeten- und Krankenfürsorge. Mit dem massiven Ausfall von Männern musste sich auch die Arbeitsverteilung ändern.

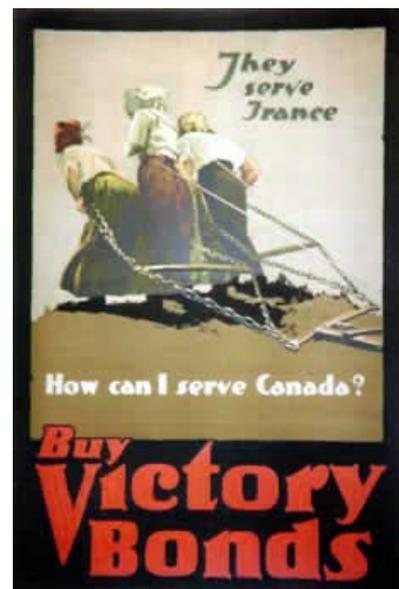
Während in Frankreich, Großbritannien, den USA und Russland nach einer kurzen Phase der Wirtschaftsumstellung ein Arbeitskräftemangel herrschte, gab es in Deutschland und Österreich-Ungarn



USA: Howard Chandler Christy



Deutschland: Fritz Erler, 1918



Kanada: Anonym, Werbung für Kriegsanleihe

aufgrund des Rohstoffmangels fallweise einen Arbeitskräfteüberschuss. Frauen wechselten von der durch den Baumwollmangel lahmgelegten zivilen Textilindustrie in Rüstungsbetriebe, besonders in die Munitionsindustrie. Die Frauenlöhne lagen markant unter denen der Männer, auch wurde vielerorts erwartet, dass die Frauen die Arbeitsplätze nach Kriegsende für die zurückkehrenden Männer freimachen werden. In Österreich standen vor allem die zivilen Industrieführer trotzdem der Frauenarbeit sehr misstrauisch gegenüber. Frauen galten als weniger disziplinierbar und aufgrund ihrer Familienpflichten weniger verlässlich als Männer.

Frauen in metallverarbeitenden Betrieben

	1914	1918
Österreich-Ungarn	keine Angabe	200.000
Deutschland	65.000	300.000*)
Großbritannien	175.000	760.000
Frankreich	19.000	430.000
Italien	wenige Tausend	200.000
USA	keine Angabe	2,250.000

*) Stand 1916

Quelle: Randal Gray, Chronicle of the First World War, 1991 Oxford/ New York



Russland: Anonym, Werbung für Kriegsleihe

Der Krieg auf der Leinwand

Der Film ist eine Erfindung des späten 19. Jahrhunderts. Von einer Jahrmarkts- und Cabaretsensation entwickelte es sich langsam zu einem ernstzunehmenden Medium. Jedenfalls waren es wieder Plakate, die für die nötige Reklame sorgten, um immer größer werdende „Filmtheater“ zu füllen.



Österreich-Ungarn: Wochenschauplatk der „Sascha-Film“

Der Erste Weltkrieg war das erste Ereignis von welterschütterndem Ausmaß, das auf Lichtbildern und Film festgehalten wurde. Ergänzend zu den „Kriegsausstellungen“ sollte das Soldatenleben in „Lichtbildervorträgen“ und „Wochenschauen“ der Heimat näher gebracht werden. In Österreich-Ungarn war die „Sascha“-Filmproduktion, das Unternehmen des Filmpioniers Alexander „Sascha“ Graf Kolowrat, führend. Da die Kameratechnik noch keine Nahaufnahmen aus sicherer Ferne erlaubte, waren die Aufnahmen durchwegs gestellt und unterlagen der Zensur. Der ungarische Regisseur Mihály Kertész drehte 1916 den patriotischen Kriegsfilm „A magyar föld ereje – Die Kraft der ungarischen Erde“, bevor er als Michael Curtiz mit „Casablanca“ 1942 weltberühmt wurde.



Österreich-Ungarn: Imre Földes, Plakat zu „Die Kraft der ungarischen Erde“, 1916

Der Stummfilm-Klassiker des Genres spielte aber nicht im Ersten Weltkrieg: Sergej Eisensteins 1926 gedrehter „Panzerkreuzer Potemkin“ erzählte eine Episode aus dem russisch-japanischen Krieg von 1905.

In den USA drehte Charlie Chaplin 1918 „Shoulder Arms“, eine Komödie über den Krieg, die beim Publikum recht gut ankam.

Chaplin selbst wurde aber angefeindet, weil er sich als britischer Staatsbürger nicht freiwillig zur Armee gemeldet hatte.

Ernest Hemingways autobiographischer Roman „A farewell to arms – In einem anderen Land“ wurde von Frank Borzage 1932 verfilmt.



Italien: „Im Westen nichts Neues“

In Deutschland wagte es der Kriegsteilnehmer Erich Maria Remarque erst zehn Jahre nach Kriegsende in seinem Roman „Im Westen nichts Neues“ das so sinnlose Sterben auf den Schlachtfeldern in seiner ganzen Wirklichkeit auf Papier zu bringen. Damit spaltete er das Land. Das Buch sprach einerseits einer schwer traumatisierten Generation aus der Seele, andererseits brach es ein Tabu. Konnte man damit leben, dass so viele für nichts und wieder nichts gestorben sind? Ein Sturm nationalistischer Entrüstung brach los. Den Anti-Kriegs-Klassiker schuf Lewis Milestone, als er 1930 Remarques Buch in den USA verfilmte. In Berlin mobilisierte der „Gauleiter“ der noch nicht regierenden NSDAP, Joseph Goebbels, den Mob, um die Vorführung der deutschen Fassung zu stören. Nach der Machtergreifung der NSDAP ließ sich Remarque in der Schweiz nieder, seine Bücher und der Film wurden in Deutschland verboten und öffentlich verbrannt.

Auch deutsche Filme setzten sich hauptsächlich mit den unmenschlichen Bedingungen des Stellungskrieges auseinander, weniger mit politischen Fragen. „Westfront 1918“ von G. W. Pabst erschien 1930. In „Die andere Seite“ spielte Conrad Veidt 1931 einen englischen Hauptmann, der an der Front zum Pazifisten wurde.



Mit der zunehmenden Radikalisierung der Gesellschaft und dem Aufkommen des Nationalsozialismus gab es auch immer mehr patriotische Kriegsfilm. Der Sinnlosigkeit des Todes in den Schützengräben wurde das Ideal des Heldentums und der Kameradschaft entgegengesetzt. Als Beispiele für viele sind Luis Trenkers „Berge in Flammen“ von 1931 und „Standzuschütze Bruggler“, 1936 nach dem Roman von Graf Bossi-Fedrigotti zu nennen.



Das Trauma des Zweiten Weltkrieges verhinderte nach 1945 für Jahre die Befassung mit seiner eigentlichen Ursache, dem Ersten Weltkrieg. Alberto Sordi, Vittorio Gassman und Silvia Mangano boten großes italienisches Kino in Mario Monicellis „La grande guerra – Der große Krieg“ von 1959. Der Film wurde mit dem „Goldenen Löwen“ der Filmfestspiele von Venedig ausgezeichnet.



Als herausragend ist „Uomini contro – Das Bataillon der Verlorenen“ von 1970 zu nennen. Francesco Rosi konnte damit an die großen Anti-Kriegs-Filme der Zwischenkriegszeit anschließen. In jüngerer Zeit nahmen Abenteuerfilme wie „Die Schlacht in den Wolken“, „Der blaue Max“, „Der rote Baron“ und „Gallipoli“ mit Mel Gibson oder rührselige Dramen wie „Mino“ mit Mario Adorf das Thema wieder auf.



Den tiefgründigsten Anti-Soldaten schuf aber der Tscheche Jaroslav Hasák in seiner 1920 veröffentlichten großen Abrechnung über die österreichischen „Besitzer“. Heinz Rühmann wurde als „Der brave Soldat Schwejk“ dem böhmischen Original in der Axel von Ambesser-Verfilmung von 1960 nicht ganz gerecht. Das gelang erst Fritz Muliar in der Fassung des österreichischen Fernsehens von 1970.

Ausblick: Sonderausstellung 2008

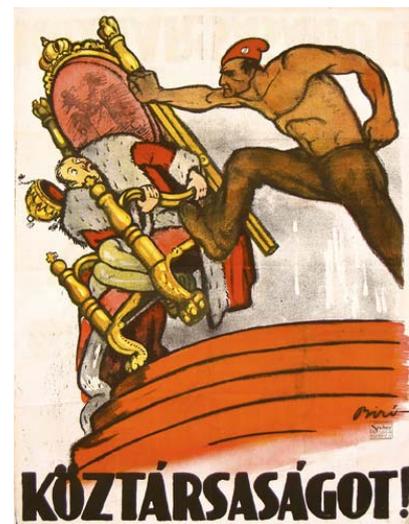
Ein deutscher Historiker bezeichnete den Ersten Weltkrieg als die „Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts“. An seinem Ende stand die politische, gesellschaftliche und ökonomische Zertrümmerung weiter Teile Mittel- und Osteuropas. Der Erste Weltkrieg veränderte die Welt wie kein anderer. Die Monarchien im Deutschen Reich und in Russland wurden gestürzt, die Großmächte Österreich-Ungarn und das Türkische Reich zerfielen. In vielen Ländern traten Diktatoren das Erbe der Monarchen an. Großbritannien verlor die wirtschaftliche Weltherrschaft an die USA, die zum ersten Mal in die Weltgeschichte eingegriffen haben. Der Kommunismus siegte in einem blutigen Bürgerkrieg in Russland und verlor in einem ebensolchen in Spanien. Das Kriegsende brachte Österreich-Ungarn, Deutschland und Russland Zusammenbruch und Auflösung, Besetzung und wirtschaftliche Ausbeutung, Revolution und Bürgerkrieg, Hunger und Elend.



Österreich: Fritz Schönflug, 1919

Und in all diesem Chaos verkündeten wieder Plakate Anordnungen, Befehle, Appelle - das Ende der alten, den Beginn der neuen Ordnung. Bilder sind rar geworden in diesen kargen Tagen, es geht um Information, die Leben retten kann: wo ist die nächste öffentliche Ausspeisung, wann werden neue Rationsmarken ausgegeben, wo meldet man Vermisste und Tote, wann gibt es Milch für Kinder, wer hat gerade wo die Macht, welcher Nachbar von gestern ist heute der Feind, wo sind Waffen. Im Gegensatz zu den Plakaten der Kriegsjahre sind Werke aus dieser Umbruchszeit auf schlechtem Papier gedruckt und mit wenigen Ausnahmen auch graphisch weniger anspruchsvoll. Aber sie erzählen vom Leben.

Die Friedensverträge des Jahres 1919 lösten kein einziges der Probleme, die Europa 1914 in den Krieg geführt hatten. Die besiegten Länder blieben in Verarmung stecken. Die zutiefst unkluge Siegerpolitik gegenüber Deutschland und dem völlig zerstörten Österreich legte den Keim für die noch weit größere Katastrophe der Jahre 1939 -1945. Die Lebens- und Heizmittelversorgung in den unmittelbaren Nachkriegsjahre war schlechter als im Krieg. Weite Teile der Bevölkerung Deutschlands und Österreichs verelendeten. Die Enttäuschung der unzähligen Menschen, die ihre Lebensgrundlage verloren hatten, war einer der Nährböden des Faschismus. Die Verrohung, die der Krieg in der Gesellschaft erzeugt hatte, setzte sich in der Sprache der Agitatoren und den Bildern der Plakate und Flugzettel fort. Dann sprachen die Fäuste und Gewehre. Größenwahn gepaart mit dem Willen zu unbedingter Rache führte direkt in den Zweiten Weltkrieg. Zum Schluss herrschte blanker Terror und Mord in bisher unvorstellbarem Ausmaß. So kann man die Zeit von 1914 bis 1945 auch als einen neuen „Dreißigjährigen Krieg“ bezeichnen. Am Ende



Ungarn: Mihaly Biró: „Wir fordern die Republik“, 1919

stand ein vollkommen zerstörter Kontinent und eine jahrzehntelange Teilung in Ost und West. Die Ausbreitung weiterer kommunistischer Diktaturen in Mitteleuropa, der Kalte Krieg und die Polarisierung der Weltherrschaft zwischen den USA und der Sowjetunion sind somit Folgen des Ersten Weltkrieges. Diese Folgen wurden erst mit dem Fall des Eisernen Vorhanges, dem Rückzug der USA und Russlands, vor allem aber mit der Konsolidierung Europas von einer Wirtschaftsgemeinschaft zu einer politischen Europäischen Union überwunden.

Die **Sonderausstellung 2008** beginnt mit dem zunehmenden inneren Zerfall der Mittelmächte in den Jahren 1917/1918 und zeigt den „Krieg an der Wand“ vom Ende des Ersten Weltkrieges, dem Zusammenbruch der Mitteleuropäischen Ordnung über die Revolutionen, Bürgerkriege und Besetzungen der Zwischenkriegszeit bis zum Anschluss Österreichs an das Deutsche Reich.

Seit Meiner Thronbesteigung war Ich unablässig bemüht, Meine Völker aus den Schrecknissen des Krieges herauszuführen, an dessen Ausbruch Ich keinerlei Schuld trage.

Ich habe nicht gezögert, das verfallungsmäßige Leben wieder herzustellen und habe den Völkern den Weg zu ihrer selbständigen staatlichen Entwicklung eröffnet.

Nach wie vor von unwandelbarer Liebe für alle Meine Völker erfüllt, will Ich ihrer freien Entfaltung Meine Person nicht als Hindernis entgegenstellen.

Im voraus erkenne Ich die Entscheidung an, die Deutschösterreich über seine künftige Staatsform trifft.

Das Volk hat durch seine Vertreter die Regierung übernommen. Ich verzichte auf jeden Anteil an den Staatsgeschäften.

Gleichzeitig enthebe Ich Meine österreichische Regierung ihres Amtes.

Möge das Volk von Deutschösterreich in Eintracht und Veröhnlichkeit die Neuordnung schaffen und befeitigen. Das Glück Meiner Völker war von Anbeginn das Ziel Meiner heißesten Wünsche.

Nur der innere Friede kann die Wunden dieses Krieges heilen.

Karl m. p.

Kammaricht m. p.

Österreich: Thronverzicht Kaiser Karls, 11. November 1918. Das letzte Plakat der Monarchie

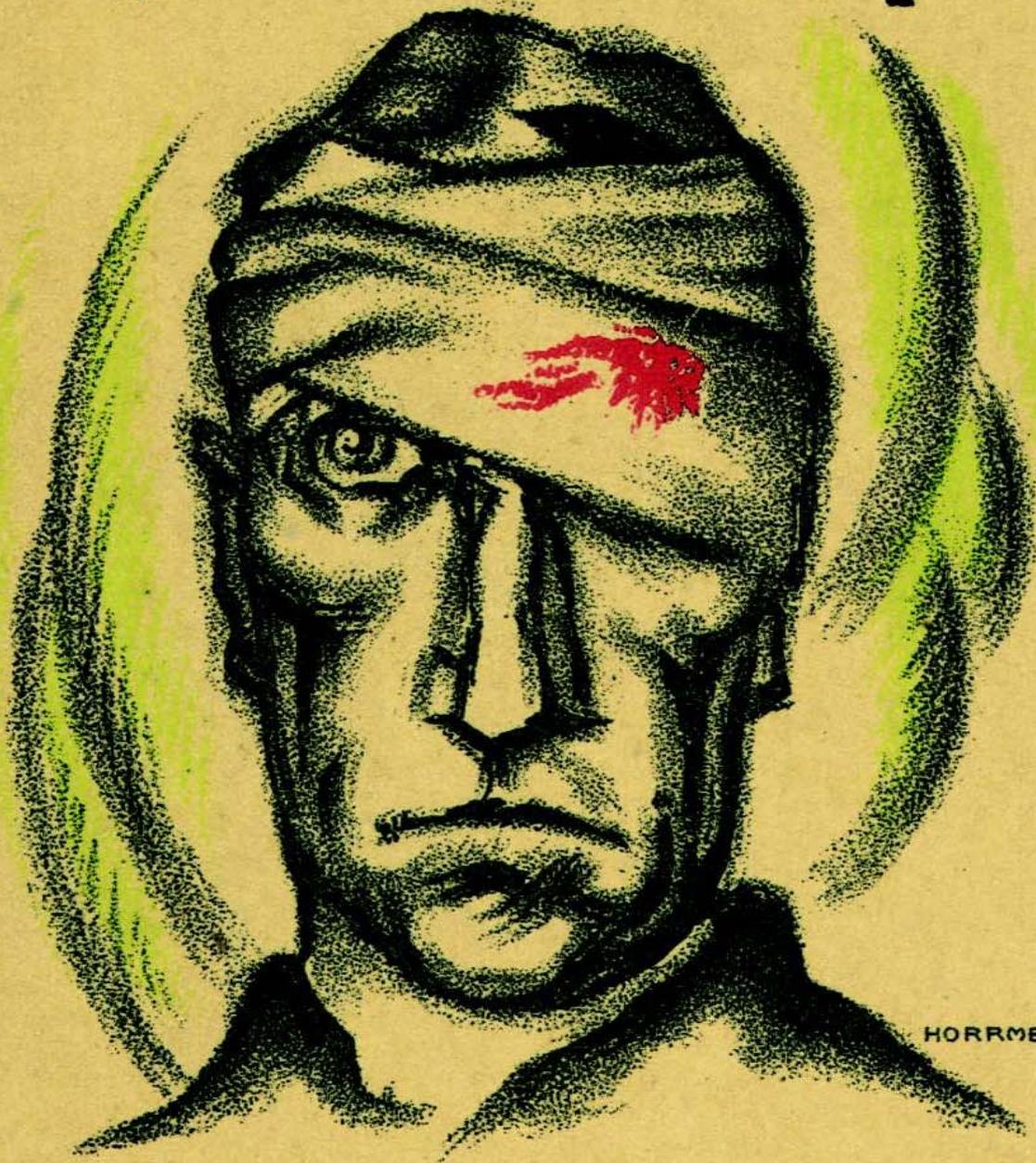


Österreich: Anonym, Werbeplakat für die „Vaterländische Front“, 1933



Österreich: Anonym, Aufruf zur Volksabstimmung am 13. März 1938 mit Bild Kanzler Schuschniggs. Das letzte Plakat der „Ersten“ Republik

Und Eure Pflicht?



HORRMEYER 18

Zeichnet
Kriegsanleihe