

Berichte aus der Kunstgeschichte

Christian Vogel

Werben für Weimar

Der „Werbedienst der deutschen sozialistischen Republik“
in der Novemberrevolution 1918-19

Shaker Verlag
Aachen 2008

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2001

Copyright Shaker Verlag 2008

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-6630-1

ISSN 0946-395X

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Christian Vogel, Werben für Weimar

Der „Werbedienst der deutschen sozialistischen Republik“ in der
Novemberrevolution 1918/19

Kaum eine Darstellung der deutschen Novemberrevolution von 1918/19 verzichtet auf die Abbildung der berühmten Plakate zur Nationalversammlung von Max Pechstein oder Cesar Klein. Überwiegend im Dunkeln blieb jedoch, wer dahinter stand, dass die Künstler sich auf diese Weise für die Sache der Revolution einzusetzen: Es war der „Werbedienst der deutschen sozialistischen Republik“. Die vorliegende Arbeit vermittelt durch die umfassende Darstellung der Arbeit des Werbedienstes von seinen Vorläufern im Ersten Weltkrieg ab 1916 bis zu seiner Auflösung im Sommer 1919 nicht nur neue Fakten zur Novemberrevolution, sondern auch zum deutschen Expressionismus und zur Geschichte des politischen Plakats.

Die Arbeit bietet eine komplette Aufstellung der Publikationen des Werbedienstes, die an keiner zentralen Stelle gesammelt vorliegen, sondern auf zahlreiche Archive und Sammlungen verteilt sind. In ihr treten nicht nur die Plakate und Illustrationen der expressionistischen Künstler wie Max Pechstein, Cesar Klein, Heinz Fuchs, Heinrich Richter-Berlin, Karl Jakob Hirsch, Willy Jaeckel oder Wilhelm Plünnecke in ein schärferes Licht, sondern auch die Arbeiten professioneller Plakatgestalter wie Johannes Safis, Alexander M. Cay oder Ludwig Kainer. Besonderes Interesse verdient die Leitung des Werbedienstes, die in den Händen der Literaten Paul Zech und Bernhard Kellermann lag.

Der Werbedienst ging hervor aus einer militärischen Propagandastelle im Ersten Weltkrieg, der „Militärischen Stelle des Auswärtigen Amtes“ (MAA), die gegen Ende des Krieges in „Auslandsabteilung der Obersten Heeresleitung“ (OHLA) umbenannt wurde. Schriftsteller, Künstler und Graphiker wurden für die Aufrechterhaltung der Moral bei den Truppen und in der Heimat eingesetzt. Die Protagonisten des Werbedienstes befanden sich schon auf der Soldliste der MAA: die Schriftsteller Paul Zech und Bernhard Kellermann, der Publizist und Kunsthistoriker Paul Landau und der Verleger Gustav Kiepenheuer. Anhand der Quellen lassen sich der wechselnde organisatorische Aufbau und die publizistische Tätigkeit der MAA rekonstruieren und am Beispiel ihrer Plakatpropaganda vorstellen.

Nach Ausrufung der Revolution stellte sich die MAA den neuen Machthabern unter dem Namen „Werbedienst der deutschen sozialistischen Republik“ zur Verfügung – zunächst den Arbeiter- und Soldatenräten, ab 1919 der sozialdemokratischen Regierung von Friedrich Ebert. Zu Beginn bestand die Aufgabe des Werbedienstes vor allem darin, die von der Front zurückkehrenden Truppen zu Ordnung und Wohlverhalten gegenüber den neuen politischen Strukturen aufzurufen. Die Wahlen zur Nationalversammlung am 19. Januar 1919 sowie die Bedrohung durch die Unruhen im Zusammenhang mit dem „Spartakusaufstand“ nahmen anschließend breiten Raum in den Publikationen ein. Angefangen mit dem Plakat Nr. 1 des Werbedienstes bis zur letzten belegbaren Broschüre mit der Nr. 96 werden die Publikationen chronologisch vorgestellt und dabei sowohl in die historischen Abläufe eingeordnet als auch hinsichtlich ihrer Funktion und Aussage befragt. Ein Katalog mit Abbildungen sämtlicher Werbedienst-Publikationen bietet wertvolles, größtenteils noch unpubliziertes Material für alle, die sich für die Geschichte der Novemberrevolution und ihre Bildsprache interessieren.