

Julia Freifrau Hiller von Gaertringen:

Die deutsche Feldpresse 1914/18.

Ausstellung in der Badischen Landesbibliothek bis 2. Oktober 2014.

In: Badische Heimat 94 (2014), H. 3, S. 162-169.

Preprint

Die Badische Landesbibliothek zeigt bis Anfang Oktober 2014 eine Ausstellung zum Thema „Die Feldpresse des Ersten Weltkriegs“. Soldatenzeitungen, die an der Front mit mobilen Vervielfältigungsapparaten oder in den Druckereien besetzter Städte hergestellt wurden, spielten im Ersten Weltkrieg eine besondere Rolle, da der Angriffskrieg an allen Fronten sehr schnell in einen langwierigen Stellungskrieg überging. In den Gefechtpausen nahmen Langeweile und Überdruß überhand. Das Bedürfnis nach Zerstreuung befriedigten vor allem auch die Feldzeitungen, die von Soldaten für Soldaten hergestellt wurden. Schon die Zeitgenossen rühmten ihren hohen Wert als „Wellenbrecher gegen geistige Abspannung im grausamen Kriegslärm“.

Manche Redaktion von Feldzeitungen in den besetzten Gebieten entwickelte sich zur kleinen Verlagsfirma mit Buchsortiment. Mit 30 solcher Unternehmen von allen Fronten, aus Schützengräben, Etappenorten, Genesungsheimen und Internierungslagern präsentiert die Badische Landesbibliothek in ihrer Ausstellung beispielhaft das ganze Spektrum der Feldpresse des Ersten Weltkriegs und den Ehrgeiz deutscher Frontsoldaten, den ersten Medienkrieg der Weltgeschichte publizistisch wirksam zu unterstützen.

Die Kriegssammlung der Badischen Landesbibliothek

Zwischen 1914 und 1918 legten Bibliotheken, Archive, Museen und Privatpersonen überall im Deutschen Reich Weltkriegssammlungen an, in denen der Erste Weltkrieg als „große Zeitenwende“ akribisch dokumentiert wurde. Nie zuvor hatte die Publizistik eine vergleichbare Rolle gespielt, nie zuvor die Propaganda so entscheidenden Einfluss gehabt. Und dieses Material wurde umfassend gesammelt.

Auch die Badische Landesbibliothek baute damals eine Weltkriegssammlung auf, in der sie eine Vielzahl von Feld-, Lazarett- und Lagerzeitungen, Besatzungs- und Auslandszeitungen und andere Druckerzeugnisse versammelte. Die Kriegszeitungen waren unter der Sammelsignatur *Aa 61.2° geschlossen abgelegt. Die zahlreichen Auswahl- und Erinnerungsbände, die die deutsche Feldpresse in den Frontgebieten herausgab, waren ebenfalls fast alle vorhanden.

In der Nacht zum 3. September 1942 wurde die Badische Landesbibliothek am Friedrichsplatz durch Brandbomben vollständig zerstört. Die Weltkriegssammlung ging verloren. Eine repräsentative Auswahl der Feldpresse-Erzeugnisse konnte seither wiederbeschafft werden und wird in der Ausstellung gezeigt – ergänzt um wichtige Stücke aus der Lippischen Landesbibliothek Detmold und um einige Leihgaben aus der KIT-Bibliothek und den Universitätsbibliotheken Freiburg, Mannheim und Tübingen.

Start an der Ardennenfront

Die ersten deutschen Feldzeitungen erschienen bald nach Kriegsbeginn im Herbst 1914 an der Westfront. Dort saßen die deutschen Truppen schon nach der Marneschlacht im September in den Schützengräben fest. Das humoristische Wochenblatt *Der Landsturm* mit dem Untertitel *Einziges deutsches Militair-Wochenblatt auf Frankreichs Flur* ernannte sich selbst zur „ersten deutschen Feldzeitung des Weltkriegs“. Es wurde ab dem 11. Oktober 1914 im französischen Vouziers gedruckt – die Stadt im Département Ardennes war bei der deutschen Offensive im September 1914 von Einheiten der 3. Armee eingenommen worden. Das Unterhaltungsblatt wurde in der Druckerei der Zeitung L'Impartial de Vouziers produziert, die für die Dauer der deutschen Besetzung ihr Erscheinen „entgegenkommenderweise eingestellt“ hatte.

Der schnelle Erfolg der ersten Feldzeitungen führte zu rasanten Auflagensteigerungen und ließ bald bei vielen Truppenteilen an der Westfront ähnliche Blätter entstehen. In kurzer Zeit wurde daraus eine Angelegenheit der Heeresleitung, die für den Frontdienst untaugliche Redakteure, Setzer und Drucker zur Feldpresse abkommandierte und für regelmäßige Papierlieferungen sorgte. Außer den Zeitungen kleinerer Heeresverbände, die mit einfachen Mitteln unweit der Schützengräben erstellt wurden, entstanden bald auch die Zeitungen der Armeen. Namhafte Verleger wie Ludwig Munzinger (3. Armee) und Anton Kippenberg (4. Armee), erfahrene Blattmacher wie Paul Oskar Höcker von Velhagen & Klasings Monatsheften (6. Armee) und angesehene Künstler wie Lucian Bernhard (4. Armee) und Karl Arnold vom *Simplicissimus* (6. Armee) leisteten in den Redaktionen der Armeezeitungen ihren Kriegsdienst.

Die Westfront reichte über 700 Kilometer von der Nordsee bis zur Schweiz. Hier fanden die großen Materialschlachten statt. Hier forderte der erste Giftgaseinsatz im April 1915 das Leben von 5.000 französischen und britischen Soldaten. Die Zerstörungskraft von Granaten, Minen und Bomben hinterließ zerrissenes Gelände mit tiefen Granattrichtern, zerfetzten Baumstümpfen und unbewohnbaren Ortschaften. Der Verwüstung standen nur minimale Geländegewinne gegenüber, die oft schnell wieder verloren gingen. Doch in den Ortschaften hinter den Operationsgebieten entstanden personalintensive Zeitungsunternehmen wie der *Champagne-Kamerad*,

die *Somme-Wacht* oder die *Liller Kriegszeitung* mit dem Ehrgeiz, die Soldaten an der Front durch Bildung, Belehrung und Unterhaltung mental aufzubauen und den Gemeinschaftssinn zu stärken.

Finanzierung und Vertrieb

Zu ihren Lesern in den Schützengräben gelangten die Zeitungen üblicherweise über die armeeinterne Verteilung oder im Sammelbezug über die Feldpost. Erhältlich waren sie selbstverständlich auch in den Feldbuchhandlungen. Und sie lagen in den Lesezimmern der Soldatenheime aus.

Die Kosten für die Herstellung einer Feldzeitung waren denkbar gering. Betriebskosten für die im Normalfall requirierten Maschinen und Gebäude fielen nicht an. Gehälter an Redakteure, Setzer und Drucker und Honorare an Autoren – allesamt Militärpersonen – wurden nicht gezahlt. Vertriebskosten entstanden nicht. Allerdings mussten die Verbrauchsmaterialien Papier, Gießmetall und Druckerfarbe und die Löhne für dienstverpflichtete einheimische Zivilisten finanziert werden.

Einnahmen wurden im Wesentlichen durch Bezugsgelder erzielt. Häufig wurde die Zeitung an die eigenen Truppenteile unentgeltlich abgegeben und gegen Bezugsgebühr auch anderen Formationen überlassen. Und im Regelfall war der Bezugspreis für Abonnenten in der Heimat höher als der für Abnehmer an der Front – der *Champagne-Kamerad* etwa, die Zeitung der 3. Armee, finanzierte sich vor allem über seine 3.000 zahlenden Abonnenten im Reich. Einnahmen aus dem Akzidenzdruck und dem Verlagsgeschäft dienten der Refinanzierung der Zeitungen. Überschüsse wurden mit Stolz der Verwundeten- oder Hinterbliebenenfürsorge der eigenen Truppe zugewandt.

Unterhaltung und Belehrung

Inhaltlich hatten die Feldzeitungen ein unterschiedliches Profil. Manche waren vor allem Nachrichtenblätter, die über die neuesten politischen und militärischen Entwicklungen informierten. Andere boten eher Platz für Erlebnisberichte von Kompanieangehörigen und für Geschichten aus der Heimat; sie druckten kleine Erzählungen und Gedichte von Soldaten, belehrten über die Geschichte der eroberten Städte, lieferten Anekdoten und die neuesten „Grabenwitze“, boten eine Schach- oder Rätselecke .

Mit Preisausschreiben wurden die Soldaten immer wieder zur Einlieferung eigener Beiträge animiert. Es war erklärtes Ziel, dass die Feldzeitungen „von Kameraden für Kameraden“ gemacht werden sollten. Zweck war, ihnen „eine geistige Entspannung des unter der Wucht und Last des

furchtbaren Krieges niedergedrückten Gemüts- und Gefühlslebens zu bringen.“ Diese Unterhaltungsfunktion verlieh den Zeitungen ihren eigentlichen Wert für die Leser.

Immer betont wurde auch die Bildungsfunktion der Feldzeitungen. Die Lebensgefahr führe bei allen Frontsoldaten zu einer Selbstbesinnung, „deren Auswirkung eine verstärkte Empfänglichkeit für das Gute und Schöne und ein offener Hunger nach geistiger Nahrung“ sei, hieß es. Es sei die vornehmste Aufgabe der Feldpresse, diesen Hunger zu stillen. Wie das Konzert- und Theaterleben hinter den Frontlinien, wie das Feldbüchereiwesen suggerierte sie den Soldaten, es gebe so etwas wie die Aufrechterhaltung der deutschen Kultur bis in die letzten Minuten vor dem Heldentod und jeder Einzelne habe die Möglichkeit sie mitzugestalten.

Authentizität

Der Vorzug der Feldpresse vor den Unterhaltungsblättern aus der Heimat war, dass sie die Gemütslage ihrer Leser genau kannte. Redakteure, Einlieferer und Leser waren Kriegskameraden, durch die gleichen Erfahrungen verbunden. Gegenüber den Heimatblättern hatte die Feldzeitung, so zumindest wurde von ihren Befürwortern immer wieder behauptet, den Vorteil größerer Authentizität:

„Sie gilt den Soldaten als Fleisch von ihrem Fleisch, Blut von ihrem Blut, ist ‚ihre‘ Zeitung und aus ihrem Geist heraus geboren. Keine andere Zeitung kennt die Freuden und Leiden der Truppe so gut wie sie; kein anderes Blatt weiß so gut Bescheid in ihren Schützengräben, lebt die alltäglichen Vorgänge so warm mit wie sie. Von ihr holt man sich Rat, ihr trägt man seine kleinen und großen Anliegen vor, aus ihr schöpft man denn auch am sichersten Freude und Trost; von ihr fordert man aber auch Unterhaltung, Unterweisung, Erbauung, Erheiterung.“

Der Authentizitätsanspruch war gleichwohl eine Stilisierung. Keiner der Redakteure gehörte zur kämpfenden Truppe. Und von „echter Nachbildung“ des Krieges kann keine Rede sein. Dafür, dass die Feldzeitungen nichts enthielten, was dem Gegner sachdienlich sein könnte, sorgte schon die Zensur, die in der Regel beim zuständigen Nachrichtenoffizier lag. Über militärische Details schwiegen sich die Zeitungen selbstverständlich aus. Und wenn auch die Alltagsprobleme und Entbehrungen der Schützengräben vielfältig thematisiert wurden, so diente dies immer der Beschwichtigung und dem Ziel, der wachsenden Kriegsmüdigkeit entgegenzuwirken. Das grauenvolle Massensterben, das Trommelfeuer und der Gastod blieben außen vor. Ein wirklichkeitsnahes Bild von der zermürbenden, abstumpfenden und demoralisierenden Kraft des Grabenkrieges ist aus den Feldzeitungen nicht zu gewinnen.

Propaganda

Die Feldzeitungen waren vor allem ein Instrument der Propaganda, eine publizistische Kriegswaffe, die zur siegreichen Beendigung des Krieges beitragen sollte. Wir sehen, was den Soldaten an geistiger Nahrung angeboten wurde, welche Denkmuster verstärkt, welche Einstellungen geprägt werden sollten. Die Feldpresse offenbart, welches Verhalten der kämpfenden Truppe empfohlen und als der Kampfmoral förderlich angesehen wurde. Unermüdlich festigte sie die bekannten Feindbilder, die Stereotypen des nationalen Selbstverständnisses.

Die Kriegswichtigkeit solcher Pressearbeit nahm spätestens seit Mitte 1916 immer mehr zu, weil die Durchhalte- und Opferbereitschaft der Soldaten rapide sank. Und so hieß es: „Man darf sie heute getrost mit als die dritte große Kriegswerkstatt ansprechen; denn wenn die Proviantmagazine dazu da sind, den Leib unserer Soldaten zu erhalten, wenn die Munitionsfabriken die Aufgabe haben, sie zu bewaffnen, so ist es die Feldpresse vor allen, die den Geist stärkt, den Willen schmiedet und stählt, und dergestalt dem Heere die geistige, ethischmoralische Rüstung schafft und pflegt.“

Ostfront

An der Ostfront, die von der Ostsee bis zur Schwarzmeerküste reichte und im Norden von deutschen Truppen, im Süden von österreichisch-ungarischen Verbänden gebildet wurde, entstanden Ende 1915, nach dem Großen Rückzug des russischen Heeres, in kurzer Zeit mehrere Feldzeitungen mit hohen Auflagen für deutsche Armeeangehörige: in Lida die *Wacht im Osten*, in Biala die *Feldzeitung der Bugarmee*, weiter östlich die *Kriegszeitung von Baranowitschi*. Bei ihnen stand immer der Nachrichtenaspekt im Vordergrund, weil Zeitungen aus dem Deutschen Reich nicht oder nur mit großer Verzögerung verfügbar waren.

Die Druckorte im Baltikum und Weißrussland lagen im Besatzungsgebiet „Ober-Ost“ und standen unter deutscher Militärverwaltung. Dieses Territorium erklärte die deutsche Propaganda zu „urdeutschem Gebiet“, entsprechend rief auch die *Zeitung der 10. Armee*, die seit Dezember 1915 in Vilnius erschien, immer wieder zur Achtung der vorgefundenen Kultur auf. Doch gleichzeitig plünderte die Militärverwaltung das Gebiet für die deutsche Kriegswirtschaft und wütete insbesondere gegen die jüdischen Einwohner durch Zwangsarbeit und vielfältige Misshandlungen.

Mit dem Kriegseintritt Rumäniens auf Seiten der Entente im August 1916 verlängerte sich die Ostfront um weitere 500 Kilometer. Noch auf dem Vormarsch erschien am 29. September 1916 in Sebeş (Mühlbach) in Siebenbürgen die erste Nummer der *Kriegszeitung der 9. Armee*.

Kunstsinnige Blätter in Farbe

Eine wichtige Rolle in den Feldzeitungen spielten die Bilder. Sie zeigten Land- und Ortschaften aus den besetzten Gebieten, Episoden aus den Schützengräben oder Skizzen aus dem Niemandsland dazwischen. Sehr oft aber karikierten sich die Soldaten selbst in ihren Freizeitbeschäftigungen, ihren Urlaubswünschen, ihrer Findigkeit bei der Lebensmittelbeschaffung oder den Eigenheiten der Soldatensprache.

Einige Zeitungen räumten der künstlerischen Gestaltung Vorrang ein und beschäftigten namhafte Zeichner. Dazu gehörte *Die Sappe*, die der Münchener Zeichner und Theatermaler Karl M. Lechner für das Bayerische Reserve-Infanterie-Regiment Nr. 19 an wechselnden Kriegsschauplätzen, unter anderem in Rumänien, herausgab; im Steindruck, mit je einem zweifarbigen Bogen hergestellt, war das Blatt künstlerisch ausgesprochen ambitioniert.

Auch dazu gehörte die *Vogesenwacht* der Bayerischen Landwehr-Sanitätskompanie Nr. 19, die ebenfalls im Zweifarbendruck lithografisch produziert wurde. Ihr künstlerischer Leiter, der Zeichner Rudolf Eberle, betätigte sich im Blatt auch als politischer Karikaturist. Von ihm stammt die Karikatur, die sich die Ausstellung als Leitmotiv erwählt hat: die Maske, die – zugleich vermeintlich als Schnecke gestaltet – im vierten Kriegsjahr dann doch noch den Drahtverhau der französischen Frontlinie überwindet: die deutsche Frühjahrsoffensive im März 1918 als visuelles Symbol der Täuschung – ein beziehungsreiches Sinnbild für den Kriegsverlauf.

Sammlung

Ihrer Sammelwürdigkeit und ihres Andenkencharakters waren sich die Feldzeitungen von Anfang an bewusst. Es wurden „Sammel-Mappen mit patentierter Einklemmvorrichtung“ verkauft oder auch vorgefertigte Einbanddecken. Es erschienen aus Einzelbeiträgen zusammengestellte Sammelhefte und ab 1916 auch Auswahlbände, entweder themenbezogen oder nach Art der Beiträge unterschieden in Fotoalben, Gedichtbände, Karikaturensammlungen etc. „Zu jedem Büchlein wird ein Briefumschlag zur Versendung in die Heimat unentgeltlich mitgeliefert“, warb die *Champagne-Kriegszeitung* beim Erscheinen ihrer Foto-Auswahlbände. Ziel war immer, „das Beste der Kriegszeitung als dauernden Besitz für später zu erhalten“.

In kurzer Zeit entstand ein Sammlermarkt, der noch während des Krieges die Preise in die Höhe schnellen ließ und Fälschungen hervorrief, für die nun ihrerseits wieder extraordinäre Preise bezahlt wurden. Gleich die erste Feldzeitung des Krieges, der *Landsturm von Vouziers*, wurde als



Nachdruck vertrieben. Anfang 1918 kostete ein vollständiges Exemplar *der Liller Kriegszeitung*, der berühmtesten Feldzeitung dieses Krieges, 1.300 Mark.

Nach Kriegsende brach der Sammlermarkt schnell zusammen. Der verlorene Krieg ließ das Interesse an seinen Dokumenten schnell erlahmen. Doch das Kalkül der Presseleute, ihre Feldzeitungen zu prominenten Zeugnissen der Erinnerungskultur zu machen, ist aufgegangen. Sie wurden so breit gesammelt und so umfassend aufbewahrt, dass ihre Überlieferung ihnen bis heute ein Stück der Deutungshoheit über das Kriegsgeschehen sichert, die schon damals ihr substanzielles Ziel war.