

Die Arbeitsgruppe »Rassismus und Antisemitismus in visuellen Medien« (AG RAViM) am Kunsthistorischen Institut der Philipps-Universität Marburg

Ein Ausstellungsprojekt zur Bilderwelt antisemitischer Postkarten vom Kaiserreich bis in die Zeit des Nationalsozialismus

»Von der Polemik zur Propaganda – Antisemitische Bildpostkarten von 1885-1945«, so lautet der Arbeitstitel einer für Ende 1997/Anfang 1998 geplanten Ausstellung, welche die Arbeitsgruppe RAViM zusammen mit Prof. Peter K. Klein und dem Jüdischen Museum Frankfurt/M. sowie dem Museum für Post- und Kommunikationswesen Frankfurt/M. derzeit projiziert.

Die interdisziplinäre Arbeitsgruppe RAViM, am Kunsthistorischen Institut der Philipps-Universität Marburg im Oktober 1992 gegründet, untersucht Wirkungsweisen von Rassismus und Antisemitismus in visuellen Medien.¹ Zunächst war es notwendig, fremdenfeindliches und antisemitisches Bildmaterial zusammenzutragen, auszuwerten und bildanalytisch zu erfassen, um so die Funktion der Bilder sowie die Intention der Hersteller herauszuarbeiten. Auf der Grundlage des von der Arbeitsgruppe recherchierten Materials fand im Sommer 1994 unter Leitung von Prof. Peter K. Klein (Kunstgeschich-

te) und Prof. Reinhard Kühnl (Politologie) ein interdisziplinäres Seminar zum Thema »Rassismus und Antisemitismus in visuellen Medien der BRD« statt, das im darauffolgenden Semester in einem weiteren Seminar zur inhaltlichen Vorbereitung des Ausstellungsprojektes (Leitung Prof. P. K. Klein) konkretisiert wurde. Hieraus resultierten Idee und Konzeption der geplanten Ausstellung, gemeinsam mit den oben genannten Frankfurter Museen.

Im Zentrum des Projektes stehen ca. 900 antisemitische Postkarten sowie weitere 300 Geldscheine und Vignetten mit antisemitischen Aufdrucken aus der Zeit von 1885 bis 1945, die der Sammler Wolfgang Haney in Berlin zusammengetragen hat und die vom Bildarchiv Foto Marburg aufgenommen wurden. Diese vermutlich größte Sammlung antisemitischer Bildpostkarten – vorrangig aus dem deutschsprachigen Raum – bietet einen repräsentativen Überblick der antisemitischen Bilderwelt insbesondere der Zeit um 1900.

Ergänzt wird das Ausstellungsmaterial durch antisemitische Drucke, Zeitungskarikaturen, Plakate und Bilderbögen sowie Nippesobjekte unter anderem aus der Wiener antisemitischen Sammlung Schönerer. Durch dieses umfassende Material zur Visualisierung antisemitischer Vorurteile kann exemplarisch die Intention und Wirkungsweise alltäglicher, noch heute



Ein Kapitel aus Darwins „Abstammung des Mausehelns“.

1 »Ein Kapitel aus Darwins Abstammung des Mausehelns«. Judenspottkarte aus der Sammlung Haney Berlin, um 1900. Die Verspottung jüdischer Kultur und jüdischer Eigennamen durch Tiermetaphern (Pferd mit Pejeslocken) findet sich in vielen Karten des Kaiserreiches.

funktionierender Ausgrenzungsmechanismen aufgezeigt werden. Die ganze Vielfalt dieser antisemitischen Motive und ihrer Wirkungsmechanismen wird mit der Ausstellung erstmals einem breiten Publikum vorgestellt.

Postkarten waren in der wilhelminischen Zeit das verbreitetste Kommunikationsmittel. Gerade dieses Medium erlaubt es, über die handschriftlichen Mitteilungen der Absender und die Empfängerangaben Aussagen zur Aufnahme und Verbreitung antisemitischer Inhalte zu machen. Antijüdische Stereotype konnten sich in Form der bunten, »humoristischen« Karikaturen der Postkarten (Abb. 1) schnell und unspektakulär im Unterbewußtsein der Rezipienten verankern.

Derartige Stigmatisierungen von Juden mittels negativer Vorurteile, Verallgemeinerungen und Überzeichnungen stellen die Grundlage antijüdischer Bildpolemik dar. Als kulturelle und religiöse Minderheit eigneten sich Juden seit dem Mittelalter zur Instrumentalisierung als »Sündenböcke«, denen man die Schuld an Naturkatastrophen und wirtschaftlichen wie politischen Mißerfolgen geben konnte. Insbesondere rassentheoretische, antiliberalen und antimoderne Ansichten sind es, die in der Zeit des Kaiserreiches von antisemitischen Strömungen durch zahlreiche Druckerzeugnisse, wie diese Postkarten verbreitet wurden.

»Sieht man Dich seitwärts, vorne, hinten, So kann man gar nicht andres finden Als das, was nicht zu leugnen ist, Dass Du – ein richtiger Jude bist.« (Abb. 2) Deutlicher als dieser Postkartentitel zu dem Bild eines dreigesichtigen, mit allen antijüdischen physiognomischen Stereotypen aufgeladenen Kopfes können diffamierende Aussagen kaum sein.

Die Bevölkerungsgruppe, gegen die sich die Bildstereotypen richteten, bestand im Kaiserreich bereits größtenteils aus assimilierten Juden, die sich im Grunde nicht von ihren nicht-jüdischen Mitbürgern unterschieden. Am Beispiel der Postkarten läßt sich deutlich zeigen, wie eine Minderheit künstlich ins Bewußtsein gerufen und durch Stereotypisierungen aus der Gesellschaft ausgegrenzt wird. Neben alte Bildmotive, die auf Vorwürfe, wie z.B. Ritualmord und Wucher zurückgehen, treten gegen Ende des 19. Jahrhunderts neue Darstellungen, die im Zusammenhang mit aktuellen pseudowissenschaftlichen Rassentheorien Juden angeblich typische körperliche und physiognomische Merkmale zuschreiben. Diese neuen, rassistisch motivierten Stereotypen zeigen sich in Themen wie der Verspottung jüdischer Eigennamen (Abb. 1), in sexistischen und voyeuristischen Postkarten sowie im Komplex »Juden und Militär«. Gerade bei letzterem entstand durch die Gegenüberstellung von angeblich feigen und körperlich minderwertigen Juden und idealisierten »arischen« Rekruten ein antithetisches Bild. Ferner wurden soziale Ängste besonders mit dem Motiv des »Ostjuden« geschürt, beispielsweise mit den Themen »Der Jude als Trödler« und »Juden in Kur- oder Badeorten«. Darüber hinaus fanden auch Postkarten mit Motiven von konkreten Ereignissen und Orten Verbreitung. So hat beispielsweise der antisemitische Besitzer des Frankfurter Hotels »Kölner Hof«, Hermann Laass Bildkarten herausgegeben mit dem Aufdruck »judenfrei« und »Juden unerwünscht«.

Neben den teils aufwendig und farbig gestalteten Bildpostkarten der Kaiserzeit mit ihren vielfältigen Motiven wurden seit dem Ersten Weltkrieg auch retuschierte Fotopostkarten



2 »– ein richtiger Jude –« Judenspottkarte aus der Sammlung Haney Berlin, um 1890. Die Darstellung eines Kopfes in drei Ansichten soll gleichsam die äußere Wandlungsfähigkeit des »Mitbürgers Jude« vom neu eingewanderten »Ostjuden« mit Bart und Pejeslocken zum allesbeherrschenden »Jüdischen Bankier« vor Augen führen: Aber hinter der Fassade bliebe »der Jude« immer gleich.

gedruckt, die durch das anscheinend objektive Abbild der Realität im Foto eine Intensivierung der Diskriminierung gewährleisten sollten.

Seit der Weimarer Republik wandelte sich die Funktion der Bildmedien; ihr kommerzieller Charakter nahm ab, und sie wurden zunehmend von Parteien und Verbänden als attraktives zusätzliche Werbematerial für (Wahl-)Kampagnen eingesetzt. Nicht zuletzt hatte auch der propagandistische Erfolg der Nationalsozialisten in der Verwendung von Plakaten, Zeitschriften, Fotos und Filmen seine Grundlage. Die neue Qualität und die Funktionalisierung antisemitischer Bilder in der nationalsozialistischen Massenpropaganda soll in der Ausstellung ebenfalls an Beispielen aufgezeigt werden, unter Berücksichtigung weiterer Bildmedien, wie Zeitungskarikaturen, Plakaten und Filmen.

»Die Macht der Bilder«, so hieß eine im Juni/Juli 1995 in der Volkshalle des Wiener Rathauses vom Jüdischen Museum in Wien veranstaltete Ausstellung zur antisemitischen Bildwelt.² Sie hat bereits eindringlich gezeigt, daß derartige Bildmaterial in die öffentliche Diskus-

sion eingebracht werden muß, sei es, um Strukturen des Antijudaismus bzw. Antisemitismus aufzuarbeiten oder ganz allgemein, um die Entstehung von Vorurteilen und Mythen sowie deren Verbreitung über visuelle Medien zu analysieren. Gerade in Deutschland sollte eine Auseinandersetzung mit diesem Thema nicht gescheut werden.

Beabsichtigt ist, in der projektierten Frankfurter Ausstellung zu veranschaulichen, wie die Stigmatisierung der jüdischen Minderheit funktioniert hat und wie Ressentiments die Wahrnehmung selbst kritischer Betrachter beeinflussen können. Anregung zum Nachdenken über leichtfertig gebildete Vorurteile gegenüber Minderheiten – das sollte eine der zentralen Intentionen dieser Ausstellung sein.

Zu diesem Themenkomplex findet im Wintersemester 1996/97 eine von der Arbeitsgruppe beantragte Vortragsreihe am Kunsthistorischen Institut der Philipps-Universität Marburg statt.

Für weitere Kontakte und Informationen stehen zur Verfügung:
 Annegret Laabs
 Andreas Hornemann
 Alter Kirchainer Weg 94
 35039 Marburg

1 Aus dem Projekt sind inzwischen folgende Magisterarbeiten hervorgegangen: Jutta Lütge: Die Rezeption der Antisemitenpetition von 1880 in der preußischen Rheinprovinz. Dargestellt an ausgewählten Regierungsbezirken. Marburg 1995; Angelika Müller: Antisemitische Bildpolemik in nationalsozialistischen Plakaten in der Weimarer Republik. Marburg 1996; Anne Roßbach: Antisemitische Karikaturen im »Stürmer« als Medium nationalsozialistischer Bildpropaganda. Marburg 1995.

2 Vgl. Ausst.-Kat. Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Hg. vom Jüdischen Museum Wien. Wien 1995.