

Marion Wittfeld

**„Mit der deutschen Frau und Mutter steht und fällt die Innere Front!“<sup>1</sup> Die  
Presseanweisungen des Propagandaministeriums im Zweiten Weltkrieg  
und ihre Umsetzung am Beispiel der Frauenzeitschrift „Mode und Heim“**

Working Paper für die Sektion „Junge Forschung“ am Österreichischen Historikertag 2015 in  
Linz (14.-16.9.15)

Dissertations-BetreuerInnen:  
Doz. Ao. Univ.-Prof. Doz. Dr. Murray-Gordon Hall  
ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Johanna Gehmacher

Institut für Germanistik und Institut für Zeitgeschichte der Universität Wien

Kontakt: [marion.wittfeld@univie.ac.at](mailto:marion.wittfeld@univie.ac.at)

---

<sup>1</sup> 881 „Der Frauenarbeitseinsatz“. In: Zeitschriften-Dienst, Aussprache unter uns, 22. Ausgabe, Nummer 849-891, 30.9.39, S. 19.

## **„Mit der deutschen Frau und Mutter steht und fällt die Innere Front!“<sup>1</sup> Die Presseanweisungen des Propagandaministeriums im Zweiten Weltkrieg und ihre Umsetzung am Beispiel der Frauenzeitschrift „Mode und Heim“**

In der Forschung zur Geschichte der Presse zwischen 1933 und 1945 galt lange Zeit die von der NS-Frauenschaft herausgegebene „N.S.- Frauenwarte“ als Prototyp einer Frauenzeitschrift im Nationalsozialismus. Kaum erforscht wurden die zahlreichen Frauenzeitschriften privater Verlage. Dabei sind gerade diese durch das Erreichen einer breiten Leserschaft und ihr langandauerndes Erscheinen bis kurz vor Kriegsende höchst interessant. Denn während zahlreiche Publikationen im Kriegsverlauf auf Grund von Papier-, Personal- und Ressourcenknappheit eingestellt werden mussten, wurden vereinzelte Frauenzeitschriften noch bis Ende 1944 gedruckt. 1941 wurde sogar noch eigens ein neues Modeblatt mit dem plakativen Namen „Die Mode“ auf Initiative des Zeitungswissenschaftlers Ernst Herbert Lehmanns, Beauftragter für das Zeitschriftenwesen im Propagandaministerium, gegründet.<sup>2</sup> Die Frauenzeitschrift „Mode und Heim“, Gegenstand der Dissertation „'Mit der deutschen Frau und Mutter steht und fällt die Innere Front!' Die Presseanweisungen des Propagandaministeriums im Zweiten Weltkrieg und ihre Umsetzung am Beispiel der Frauenzeitschrift 'Mode und Heim'“, erschien 1942 beispielsweise monatlich noch mit durchschnittlich 20, 1943 und 1944 etwa zweimonatlich noch mit durchschnittlich 16 Seiten.

Die geheimen innenpolitischen Lageberichte des Sicherheitsdienstes der SS für den Reichsführer der SS, die Führung des Staates und die NSDAP,<sup>3</sup> die sog. „Meldungen aus dem Reich“,<sup>4</sup> zeigen jedoch, dass in der Bevölkerung mitunter Unmut über die Existenz der Frauen- bzw. Modezeitschriften im Kriege herrschte.

---

<sup>1</sup> 881 „Der Frauenarbeitseinsatz“. In: Zeitschriften-Dienst, Aussprache unter uns, 22. Ausgabe, Nummer 849-891, 30.9.39, S. 19. In den folgenden Fußnoten wird der Titel als „ZD“ abgekürzt.

<sup>2</sup> Insbesondere Julia Bertschik hat sich mit der Zeitschrift „Die Mode“ auseinandergesetzt. Vgl. Julia Bertschik: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*. Köln; Wien [u.a.] 2005, S. 323- 349 und Ders.: *Zopf mit Bubikopf. Modejournalismus im ‚Dritten Reich‘ am Beispiel der Zeitschrift „Die Mode“ (1941-1943)*. In: Erhard Schütz/Gregor Streim (Hg.): *Reflexe und Reflexionen von Modernität. 1933-1945*. Bern; Wien [u.a.] 2002, S. 273- 292.

<sup>3</sup> Vgl. Jan-Pieter Barbian: *Literaturpolitik im NS-Staat. Von der »Gleichschaltung« bis zum Ruin*. Frankfurt am Main 2010, S. 149.

<sup>4</sup> Heinz Boberach brachte 1984 eine 17-bändige Edition der Berichte zwischen 1938 und 1945 heraus. Vgl. Heinz Boberach (Hg.): *Meldungen aus dem Reich. Die geheimen Lageberichte des Sicherheitsdienstes der SS 1938–1945*, 17 Bde., Herrsching 1984. Zur Quellenkritik siehe z.B. Peter Longenrich: „Davon haben wir nichts gewusst!“ Die Deutschen und die Judenverfolgung 1933-1945. München 2006, S. 19ff.

So heißt es im Februar 1942:

Von Lesern, die „Das Reich“ am Wochenende nicht bekommen könnten, werde häufig auf die „ins Auge stechenden“ Modezeitschriften und andere „vornehme“ Organe wie „Die Dame“, „die neue linie“ usw. hingewiesen und bemerkt, daß derartige Zeitschriften im Kriege entbehrlich seien und man das Papier lieber für eine Erhöhung der Auflage beim „Reich“ verwendet sehen würde.<sup>5</sup>

Ziel des interdisziplinären Dissertationsprojektes ist es herauszustellen, weshalb trotz steigender Material- und Personalknappheit Frauenzeitschriften während des Krieges bewusst aufrechterhalten wurden. Die Analyse der Presseanweisungen des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) an Zeitschriften-RedakteurInnen – der „Zeitschriften-Dienst“ (1939-1945), „Deutsche Wochendienst (1941-1945) und die „Vertraulichen Informationen (1939-1945) – zeigt dabei nicht nur die Funktionsweise der nationalsozialistischen Presselenkung auf, sondern auch die (theoretische) Taktik der gedruckten Kriegsführung an der „Heimatfront“.

In der Forschungsliteratur sind die Inhalte der drei Presseanweisungsdienste bislang nicht umfassend analysiert worden. So werden der „Zeitschriften-Dienst“, der „Deutsche Wochendienst“ und die „Vertraulichen Informationen“ in Darstellungen der Medien bzw. Presselenkung im Nationalsozialismus lediglich überblickshaft beschrieben<sup>6</sup> oder Presseanweisungen vereinzelt in Arbeiten zu spezifischen Themen erwähnt und/oder zitiert.<sup>7</sup> Auch bei der Analyse von Frauenzeitschriften im Nationalsozialismus blieben die Presseanweisungen bislang fast

---

<sup>5</sup> Meldungen aus dem Reich (Nr. 263) vom 26. Februar 1942. In: Heinz Boberach (Hg.): Meldungen aus dem Reich. Die geheimen Lageberichte des Sicherheitsdienstes der SS 1938-1945. Band 9 (Nr. 247 vom 18. Dezember 1941 - Nr. 271 vom 26. März 1942). Herrsching 1984, S. 3367.

<sup>6</sup> Vgl. z.B. Jürgen Wilke: Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert. Erster Weltkrieg - Drittes Reich - DDR. Köln/Weimar/Wien 2007, S. 239-243; Christian Adam: Stromlinien. Wilfrid Bade. Eine Karriere im Dritten Reich. Berlin/Brandenburg 2004 und Norbert Frei/Johannes Schmitz: Journalismus im Dritten Reich. München 2011, S. 79-82. Allerdings ist hier die 1991 erschienene Arbeit von Doris Kohlmann-Viand über die „Vertraulichen Informationen“ hervorzuheben. Vgl. Doris Kohlmann-Viand: NS-Presspolitik im Zweiten Weltkrieg. Die 'Vertraulichen' Informationen als Mittel der Presselenkung, München 1991.

<sup>7</sup> Siehe z.B. Ine van Linthout: Das Buch in der nationalsozialistischen Propagandapolitik. Berlin; Boston 2012; Erhard Schütz: Wahn-Europa. Mediale Gas-Luftkrieg-Szenarien der Zwischenkriegszeit. In: Heinz-Peter Preusser (Hg.): Krieg in den Medien. Amsterdamer Beiträge zur neueren Germanistik (57). Amsterdam; New York 2005, S. 127-147; Jeffrey Herf: The Jewish enemy. Nazi propaganda during World War II and the Holocaust. Cambridge, Mass.; London, England 2006; Marta Caspers: Modefotografie und Presse. In: Almut Junker (Hg.): Frankfurt Macht Mode 1933-1945. Marburg 1999, S. 43-72 und Jutta Sywottek: Mobilmachung für den totalen Krieg. Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung auf den 2. Weltkrieg. Opladen 1976. Hervorzuheben ist die Arbeit von Otto Thomoe, der sich im Rahmen seiner Untersuchung zur nationalsozialistischen Propaganda am Beispiel der bildenden Kunst intensiver mit den Presseanweisungen für Zeitschriften auseinandersetzt. Vgl. Otto Thomoe: Die Propaganda-Maschinerie. Bildende Kunst und Öffentlichkeitsarbeit im Dritten Reich. Berlin 1978.

vollständig außen vor,<sup>8</sup> obwohl sie ab ihrem Erscheinen 1939<sup>9</sup> in Form von propagandistischen Leitlinien sowie erwünschten bzw. unerwünschten Themen die Grundlage für die Zeitschrifteninhalte bildeten.

In der Dissertation wird am Beispiel der deutschen Frauenzeitschrift „Mode und Heim“ (1931-1944) aufgezeigt, welche Themen, Zuschreibungen, Verhaltensregeln und Geschlechterbilder auf der Text- und Bildebene direkt oder „zwischen den Zeilen“ in Korrelation zu den Presseanweisungen an die überwiegend weibliche Zielgruppe herangetragen wurden.

## Methodik

Eine umfassende Textanalyse stellt die grundlegende Methodik dar. Die erste Quelle bilden die speziell an Zeitschriften-Redakteurinnen und -Redakteure geschickten Presseanweisungen des Propagandaministeriums. Herausgegeben von der Abteilung Zeitschriftenpresse des RMVP, gedruckt im Berliner Aufwärts-Verlag, erschien der „Zeitschriften-Dienst“ vom 9.

---

<sup>8</sup> Lediglich Johannes Christoph Moderegger und Sylvia Lott stellen den „Zeitschriften-Dienst“ vor und ziehen einzelne Anweisungen in ihre Untersuchungen ein. Vgl. Johannes Christoph Moderegger: *Modefotografie in Deutschland 1929 bis 1955*. Norderstedt 2000 und Sylvia Lott: *Die Frauenzeitschriften von Hans Huffzky und John Jahr. Zur Geschichte der deutschen Frauenzeitschrift zwischen 1933 und 1970*. Berlin 1985. Julia Bertschik erwähnt den „Zeitschriften-Dienst“ lediglich, auf Moderegger Bezug nehmend, in einer Fußnote: Vgl. Julia Bertschik: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*. Köln; Wien [u.a.] 2005, S. 324 (Fußnote 190). Überhaupt nicht erwähnt werden die schriftlichen Presseanweisungen für Zeitschriften z.B. bei Julia Siep: *Nationalisierte Mütterlichkeit als Phänomen der Moderne. Frauenzeitschriften in Japan, Deutschland und Italien in den 1930er Jahren*. München 2011; Anna Zika: *Ist alles eitel? Zur Kulturgeschichte deutschsprachiger Modejournale zwischen Aufklärung und Zerstreung 1750–1950*. Weimar 2006; Renate Feldmann/Kirsten Döhring: *Von "N.S. Frauen-Warte" bis "Victory". Konstruktionen von Weiblichkeit in nationalsozialistischen und rechtsextremen Frauenzeitschriften*. Berlin 2004; Laura Wehr: *Kamerad Frau? Eine Frauenzeitschrift im Nationalsozialismus*. Regensburg 2002; Lu Seegers: *Uhu, Koralle, Die Dame und Das Blatt der Hausfrau*. In: *125 Jahre Ullstein. Presse- und Verlagsgeschichte im Zeichen der Eule*. Berlin 2002, S. 62-69; Julia Bertschik: *Zopf mit Bubikopf. Modejournalismus im ‚Dritten Reich‘ am Beispiel der Zeitschrift „Die Mode“ (1941-1943)*. In: Erhard Schütz/Gregor Streim (Hg.): *Reflexe und Reflexionen von Modernität. 1933-1945*. Bern; Wien [u.a.] 2002, S. 273- 292; Anja C. Schmidt-Ott: *„Die Frau hat die Aufgabe, schön zu sein und Kinder zur Welt zu bringen“*. Das Bild der Frau im Dritten Reich – zwischen nationalsozialistischem Dogma und populären Frauenzeitschriften. In: Walter Delabar/Horst Denkler/Erhard Schütz: *Spielräume des Einzelnen. Deutsche Literatur in der Weimarer Republik und im Dritten Reich*. Berlin 1999, S. 245-264; Liliane Crips: *Modeschöpfung und Frauenbild am Beispiel von zwei nationalsozialistischen Zeitschriften. Deutsche Mutter versus Dame von Welt*. In: Siegele-Wenschkewitz/ Stuchlik, Gerda: *Frauen und Faschismus in Europa. Der faschistische Körper*. Pfaffenweiler 1988, S. 228-235 und Christian Ferber (Hg.): *Die Dame. Ein deutsches Journal für den verwöhnten Geschmack 1912 bis 1943*. Berlin 1980.

<sup>9</sup> Bereits vor dem Erscheinen der speziell an Zeitschriften adressierten Presseanweisungen gab es schriftliche und auf Konferenzen erteilte mündliche Anweisungen für Zeitungen und Zeitschriften zusammen. Diese können jedoch aus forschungspragmatischen Gründen in der Dissertation nicht behandelt werden, da der Schwerpunkt auf der Zeit zwischen 1939 und 1945 liegt und ein Vergleich zwischen den Inhalten der „Mode und Heim“ und den Presseanweisungen vor 1939 den Umfang der Arbeit sprengen würde. Zu den Presseanweisungen der Vorkriegszeit siehe v.a. Hans Bohrmann/Gabriele Toepser-Ziegert (Hg.): *NS-Presseanweisungen der Vorkriegszeit*. 7 Bde. München 1984-2001.

Mai 1939 bis zum 14. April 1945 einmal wöchentlich mit durchschnittlich 20 Seiten. Ab dem 7. November 1941 wurde er um den „Deutschen Wochendienst“ ergänzt. Zusätzlich verschickte das Propagandaministerium ab 1939 die sog. „Vertraulichen Informationen“, welche über die Reichspropagandaämter der einzelnen Gaue an die Zeitschriftenredaktionen gelangten und sowohl aktuelle Informationen aus den Pressekonferenzen als auch regional bedingte Hinzufügungen der Gau-Propagandaämter enthielten.

Aus den insgesamt über 11.000 Anweisungen werden für die Dissertation jene herausgefiltert und analysiert, die eine grundsätzliche propagandistische Linie bzgl. Frauen vorgeben, bei möglichen Artikelthemen die Sparte „Frau“ enthalten, sich direkt an Frauenzeitschriften richten und/oder bei denen eine Korrelation zu Artikeln in der „Mode und Heim“ festgestellt werden kann. Zusätzlich werden alle Anweisungen mit allgemeinen Richtlinien für die Zeitschriftenarbeit berücksichtigt. Neben inhaltlichen Analysen werden auch quantitative Erhebungen durchgeführt – beispielsweise wie oft die „Mode und Heim“ namentlich im Vergleich zu anderen Frauenzeitschriften in den Presseanweisungsdiensten vorkommt, wie oft Frauenzeitschriften allgemein explizit adressiert werden, in wie vielen Anweisungen zwischen Mai 1939 und April 1945 zu u.a. antisemitischen und antibolschewistischen Zeitschriftenartikeln aufgerufen wird etc.

Der zweite Quellenkorpus besteht aus 280 Ausgaben der Frauenzeitschrift „Mode und Heim“, die von 1931 bis Ende 1944 im Leipziger Vobach-Verlag erschienen ist.<sup>10</sup> 1943 wird sie mit den Zeitschriften „Das Buch für Alle“, „Deutsches Familienblatt“ und „Sport und Gesundheit“ zu einer Gemeinschaftsausgabe unter dem Namen „Das Buch für alle“ zusammengelegt. Im mittleren Preissegment liegend bestand die primäre Zielgruppe aus Hausfrauen oder Berufstätigen mit geringem bis mittlerem Einkommen oder Haushaltsgeld.<sup>11</sup> Die Zeitschrift definierte sich selbst als „Freundin“ ihrer Leserinnen und Leser. Ob bei Kleidung, Haushalt, Schönheitspflege, Kindererziehung, Ernährung, Kultur und zwischenmenschlichen Beziehungen – die gedruckte „Kameradin“ gab Hilfestellung in (fast) allen Bereichen des Lebens.

---

<sup>10</sup> Die Zeitschrift „Mode und Heim“ ist lückenlos von 1931 bis 1944 in der Deutschen Nationalbibliothek (Leipzig) archiviert.

<sup>11</sup> Neben dem eher günstigen Preis sprechen dafür u.a. auch die Modeseiten der Zeitschrift, denn diese präsentieren primär Schnittmustermodelle zum kostengünstigen Selbstschneidern einer überwiegend praktischen und alltagstauglichen Mode. Auch die Werbeanzeigen können als weiteres Indiz herangezogen werden, da fast ausschließlich für alltägliche Gebrauchsgegenstände und Pflege- und Hygieneartikel und kaum für Luxusprodukte geworben wird.

Obwohl Frauen die primäre Zielgruppe der „Mode und Heim“ darstellten, lasen auch Männer die Zeitschrift und wurden mitunter dezidiert von der Redaktion angesprochen. Aus diesem Grund wird in dem Paper von „Leserinnen und Lesern“ gesprochen.

In der Dissertation wird neben quantitativen Erhebungen eine umfassende Text- und Bildanalyse durchgeführt. Um Kontinuitäten und Brüche aufzeigen zu können, wird der gesamte Erscheinungsverlauf des Magazins von 1931 bis Ende 1944 in die Analyse miteinbezogen: Welche Inhalte hatte die „Mode und Heim“ in den Jahren 1931 und 1932 und was änderte sich durch die nationalsozialistische Machtübernahme in den Jahren 1933 und 1934? Wie wurde zwischen 1935 und August 1939 das Konstrukt der „Volksgemeinschaft“ in den Heften inszeniert und der Krieg vorbereitet? Was änderte sich in der Zeitschrift ab Kriegsbeginn im September 1939 und welche Presseanweisungen des Propagandaministeriums wurden zu welchem Zeitpunkt und in welcher Form umgesetzt – und welche nicht?

Als weitere Quellen werden neben kultur-, sozial- und medienwissenschaftlichen Texten aus den 1930er und 1940er Jahren auch Artikel aus anderen Frauenzeitschriften wie „Die junge Dame“ (1933-1944, ab April 1943 als Gemeinschaftsausgabe unter dem Titel „Kamerad Frau“), „Modenschau“ (1914-1941), „Frau und Mutter“ (1912-1918/1926-1943) und „Die Mode“ (1941-1943) sowie Artikel aus der verlagseigenen Betriebszeitung „Unser Vobach-Haus“ (1935-1939) als Vergleichsobjekte in die Analyse miteinbezogen.

## **Auswahl der vorliegenden Ergebnisse**

### **a) Presseanweisungen**

Die Analyse der Presseanweisungen des RMVP zwischen 1939 und 1945 zeigt auf, dass das Propagandaministerium den Frauenzeitschriften-Redakteurinnen und -Redakteuren konkrete Anleitungen zur gezielten propagandistischen Beeinflussung ihrer Leserschaft unter dem Deckmantel vermeintlich unpolitischer Inhalte lieferte.

Während in den „Vertraulichen Informationen“ überwiegend kurze Hinweise bzw. Verbote weitergegeben wurden, variierte die Ausgestaltung der Presseanweisungen des „Zeitschriften-Dienstes“ und „Deutschen Wochendienstes“ je nach Rubrik. In den Hauptrubriken wurde die erwünschte „Auswertung“ der aktuellen propagandistischen Schwerpunktthemen in den Zeitschriften bis ins kleinste Detail vorgegeben – inklusive möglicher Artikelvorschläge, oftmals nach Zeitschriftensparten sortiert. Auf diese Weise sollte es jeder Zeitschrift möglich sein, das Thema ihrer Zielgruppe entsprechend aufzugreifen.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Vgl. „Merkblatt über die Anwendung und Auswertung des „Zeitschriften-Dienstes“. In: ZD, Beilage zur 1. Ausgabe, Nummer 1-32, 9.5.1939, S. 1.

Die „Stärkung der Inneren Front“<sup>13</sup> wird in den Presseanweisungen ab dem 1. September 1939 als eine der wichtigsten innenpolitischen Aufgaben der Zeitschriften definiert und soll durch die propagandistische Beeinflussung der Leser und – vor allem – Leserinnen auf mehreren Gebieten erreicht werden. Zwischen September 1939 und April 1945 werden im „Zeitschriften-Dienst“, „Deutschen Wochendienst“ und den „Vertraulichen Informationen“ unter dem Motto „Stärkung der Inneren Front“ vor allem folgende Bereiche als relevant für die propagandistische Ansprache von Frauen definiert: Verbrauchlenkung auf dem Ernährungs- und Textilsektor, Hauswirtschaft, Bevölkerungspolitik, Kultur, Unterhaltung, NS-Organisationen wie die NSV, NS-Frauenschaft und das Deutsche Frauenwerk, der weibliche Arbeitseinsatz, die Verbundenheit zwischen Front und Heimat, Feindpropaganda und Verbündete, Luftangriffe (Luftschutzmaßnahmen, Umquartierungen und Kinderlandverschickungen) und psychologische Aufmunterung durch Sport und Schönheitspflege.

Ein wichtiger Faktor dabei war die „richtige“ Ansprache der Leserinnen. Wie diese aussehen soll, wird im „Zeitschriften-Dienst“ bereits am 1. September 1939 vorgegeben:

**Sämtliche Frauen-, Moden-, Familien- und Unterhaltungs-Zeitschriften müssen in ihrer nächsten Ausgabe entsprechend unseren Anregungen in einer persönlichen und genau auf den Leserkreis abgestimmten Ansprache an die deutschen Frauen dazu beitragen, das Gefühl der Ruhe und Sicherheit zu stärken, der deutschen Frau ihre Pflicht zu zeigen und jeder Missstimmung vorzubeugen.**<sup>14</sup> [Hervorheb. i. O.]

Die „Heimatfront“ wurde vonseiten der NS-Machthabern zur zweiten Front und ihre Stabilisierung zur unerlässlichen Voraussetzung für den Sieg erklärt,<sup>15</sup> zu der u.a. Frauenzeitschriften durch eine entsprechende Berichterstattung beitragen sollten. So sollen die Redakteurinnen und Redakteure im Kriegsverlauf die Haltung der deutschen Frau als „Kämpferin an der Inneren Front“<sup>16</sup> würdigen und sie als „psychologische Trägerin der Heimat“<sup>17</sup> und als „Trägerin der Stimmung in der Heimat“<sup>18</sup> laufend ansprechen, um ihre Widerstandskraft und ihren Siegeswillen vor allem in den durch die kriegsbedingten Versorgungsschwierigkeiten immer

---

<sup>13</sup> Vgl. 689 „Stärkung der inneren Front“. In: ZD, Das Hauptthema, 18. Ausgabe, Nummer 673-717, 1.9.39, S. 7-8.

<sup>14</sup> 675 „Frauen-, Moden-, Familien- und Unterhaltungs-Zeitschriften“. In: ZD, 18. Ausgabe, Anweisungen, Nummer 673-717, 1.9.39, S. 2.

<sup>15</sup> Vgl. Karen Hagemann: »Jede Kraft wird gebraucht« Militäreinsatz von Frauen im Ersten und Zweiten Weltkrieg. In: Bruno Thoß/ Hans-Erich Volkmann: Erster Weltkrieg - Zweiter Weltkrieg. Ein Vergleich. Krieg, Kriegserlebnis, Kriegserfahrung in Deutschland. Paderborn 2002, S. 79-106 (hier: S. 81-82).

<sup>16</sup> 1851 „Ansprache der Frau“. In: ZD, Aussprache unter uns, 43. Ausgabe, Nummer 1817-1861, 16.2.40, S. 19.

<sup>17</sup> 5246 „Kriegseinsatz der deutschen Frau (...)“. In: ZD, Zur Lage, 123. Ausgabe, Nummer 5246-5291, 5.9.41, S. 1.

<sup>18</sup> 5389, (...) Die Aufgaben der inneren Front (...) Die Stellung der deutschen Frau“. In: ZD, Zur Lage, 126. Ausgabe, Nummer 5389-5430, 26.9.41, S. 2.

schwerer werdenden Wintermonaten zu erhalten.<sup>19</sup> Dabei wurden nicht nur die Inhalte vom RMVP vorgegeben, sondern auch eine gewünschte Stilistik:

Je schlichter und ehrlicher der Ton ist (Gespräche und Briefe sind dabei oft besonders wirksam), desto eher wird die Frau gepackt werden. – Gerade jene Blätter, die man lange Zeit für „unpolitisch“ hielt, können auf diese Weise zu einem wesentlichen Teil an der Stärkung der inneren Front mitwirken.<sup>20</sup>

Denn dem Propagandaministerium war es wichtig, dass die Propaganda unauffällig und zielgruppenorientiert in die Zeitschriften eingearbeitet wird.<sup>21</sup> So sollten Frauenzeitschriften beispielsweise, als im Verlauf des Krieges Strümpfe Mangelware wurden, die Not als Tugend verkaufen und eine strumpffreie Mode als schick und modern anpreisen, um Frust bei der weiblichen Bevölkerung zu vermeiden. Denn modische Tipps seien dafür besser geeignet als „etwa lehrhafte Betrachtungen über wirtschaftliche Sparmaßnahmen oder patriotische Appelle.“<sup>22</sup> Auf ähnliche Weise sollte den Leserinnen auch das Tragen von bezugsscheinfreien Holzsandalen nahegebracht werden. So sollten Frauenzeitschriften propagieren, dass Holzschuhe im neutralen Ausland eine begehrte Mode seien und auf diese Weise überspielen, dass es sich um eine kriegsbedingte Noterscheinung handelte.<sup>23</sup>

Ein weiteres Gebiet, das das Propagandaministerium als wichtige Aufgabe für Frauenzeitschriften definierte, bestand in der Gewinnung von Freiwilligen für den weiblichen Arbeitsinsatz. So sollten Zeitschriften beispielsweise betriebliche Sozialmaßnahmen für werktätige Frauen, die Kameradschaft zwischen den Arbeiterinnen, eine gute medizinische Versorgung, die „Schönheit des Arbeitsplatzes“ etc. propagieren und den oft ungelerten Frauen die „Angst vor dem Betrieb“ nehmen.<sup>24</sup> Insbesondere an dieser Stelle zeigt sich, dass im Nationalsozialismus nicht ein singuläres Frauenbild existierte,<sup>25</sup> sondern das Frauenbild je nach den

---

<sup>19</sup> Vgl. 5913 „(...) Der Winter in der Heimat“. In: ZD, Zur Lage, 138./7. Ausgabe, Nummer 5913-5953, 19.12.41, S. 1 und 5913 „(...) Der Winter in der Heimat“. In: Deutscher Wochendienst, Zur Lage, 138./7. Ausgabe, Nummer 5913-5931, 19.12.41, S. 1. In den folgenden Fußnoten wird der Titel als „DW“ abgekürzt.

<sup>20</sup> 678 „Die deutsche Frau“. In: ZD, Anweisungen, 18. Ausgabe, Nummer 673-717, 1.9.39, S. 3.

<sup>21</sup> Vgl. „Merkblatt über die Anwendung und Auswertung des „Zeitschriften-Dienstes““. In: ZD, Beilage zur 1. Ausgabe, Nummer 1-32, 9.5.1939, S. 1-2.

<sup>22</sup> 2767 „Der deutsche Lebensstil setzt sich durch. Pariser Mode überwunden“. In: ZD, Aussprache unter uns, 63. Ausgabe, Nummer 2736-2777, 5.7.40, S. 18-19.

<sup>23</sup> Vgl. ebd., S. 19.

<sup>24</sup> Vgl. u.a. 8390 „Keine Angst vor dem Betrieb“. In: ZD, Themen der Zeit, Nummer 8389-8431, 19.2.43, S. 2; 8390 „Keine Angst vor dem Betrieb“. In: DW, Themen der Zeit, Nummer 8389-8414, 19.2.43, S. 2-3 und 8592 „Keine Angst vor dem Betrieb!“. In: DW, Material, Nummer 8574-8595, 26.3.43, S. 16.

<sup>25</sup> Vgl. u.a. Elke Frietsch/Christina Herkommer (Hg.): Nationalsozialismus und Geschlecht. Zur Politisierung und Ästhetisierung von Körper, »Rasse« und Sexualität im »Dritten Reich« und nach 1945. Bielefeld 2009;



propagandistischen Bedürfnissen ausgelegt und erweitert wurde. So wird Frauen in den Presseanweisungen zwar grundsätzlich die Hauptaufgabe „Mutterschaft“ zugesprochen,<sup>26</sup> aber mit der im Verlauf des Krieges steigenden Dringlichkeit der Gewinnung von Arbeitskräften bis hin zur Übernahme von Aufgaben bei der Wehrmacht als Lückenfüllerinnen für die eingezogenen Männer (Flakhelferinnen, Nachrichtenhelferinnen etc.)<sup>27</sup> werden die Zuschreibungen an die Rolle von Frauen erweitert.

## **b) Mode und Heim**

Die „Mode und Heim“ stellte sich nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1933 reibungslos auf die nationalsozialistische Ideologie um und veröffentlichte fortan Artikel über Mütterschulen, Ehestandsdarlehen, Siedlungsbau, „Kraft durch Freude“-Fahrten, den „Bund deutscher Mädel (BDM)“, die Aktion „Kampf dem Verderb“, die Schonung der Kleidung und des Hausrats und druckte Spendenanzeigen für das „Winterhilfswerk“ (WHW) und die Nationalsozialistische Volkswohlfahrt“ (NSV) ab. Doch nicht nur inhaltlich, auch auf personeller Ebene kam es durch die nationalsozialistische Diktatur zu Veränderungen. So stammten beispielsweise in den Jahren 1931, 1932 und 1933 zahlreiche Hauptartikel der „Mode und Heim“ von dem jüdischen Journalisten Alfred Joachim Fischer,<sup>28</sup> der 1933 aus Deutschland emigrierte.<sup>29</sup> Ein anderes Beispiel: 1931 und 1932 wurden auf den Modeseiten der Zeitschrift zahlrei-

---

Johanna Gehmacher/Gabriella Hauch (Hg.): Frauen- und Geschlechtergeschichte des Nationalsozialismus. Fragestellungen, Perspektiven, neue Forschungen. Innsbruck [u.a.] 2007 und Christina Löffler: Die Rolle und Bedeutung der Frau im Nationalsozialismus. Antifeminismus oder moderne Emanzipationsförderung?. Saarbrücken 2007.

<sup>26</sup> Vgl. u.a. 1653 „Die Schaffenskraft der Frau. Schutzbestimmungen für die werktätige Frau und Mutter beweisen deutschen Sozialismus“. In: ZD, Themen der Zeit, 39. Ausgabe, Nummer 1646-1682, 19.1.40, S. 8; 4006 „Deutschlands bevölkerungspolitische Lage 1940“. In: ZD, Themen der Zeit, 94. Ausgabe, Nummer 4000-4049, 14.2.41, S. 8 und 8962 „Zeitschrift und Gesundheitsführung“. In: ZD, Informationen, 215./84. Ausgabe, Nummer 8961-8996, 18.6.43, S. 1.

<sup>27</sup> Vgl. u.a. „Nachrichtenhelferinnen des Heeres“. In: Vertrauliche Informationen, Reichspropagandaamt Sachsen, Dresden, 24.11.40, S. 1; 3631 „Nachrichtenhelferinnen des Heeres“. In: ZD, Anweisungen, 84. Ausgabe, Nummer 3596-3641, 29.11.40, S. 19 und A 344 „Flakhelferinnen der Luftwaffe“. In: ZD, Aussprache unter uns, Nummer A 337-A 374, 9.6.44, S. 2-3.

<sup>28</sup> Vgl. u.a. Alfred Joachim Fischer: „Wie ein Tonfilm entsteht“. In: Mode und Heim, Heft 13, 1931, S. 2-3; Alfred Joachim Fischer: „Wie ein Trickfilm entsteht“. In: Mode und Heim, Heft 14, 1932, S. 2-3; Alfred Joachim Fischer: „Mein Weihnachtswunsch und Gabenzettel. Eine Weihnachtsrundfrage von Alfred Joachim Fischer“. In: Mode und Heim, Heft 22, Zweites Dezemberheft, 1931, S. 2-3; Alfred Joachim Fischer: „Mutter geht zur Schule“. In: Mode und Heim, Heft 6, 6.5.33, S. 4-5 und 28 und Alfred Joachim Fischer: „In welchem Kleid gefällt Ihnen Ihre Frau am besten? Eine Rundfrage veranstaltet von Alfred Joachim Fischer“. In: Mode und Heim, Heft 7, Mai 1933, S. 1 und 4.

<sup>29</sup> Vgl. Alfred Joachim Fischer: In der Nähe der Ereignisse. Als jüdischer Journalist in diesem Jahrhundert. Berlin 1991, S. 68ff.

che Modefotos des jüdischen Fotografen Bruno Winterfeld abgedruckt, ab 1933 – zumindest namentlich gekennzeichnet – nicht mehr.<sup>30</sup>

Auch nach Kriegsbeginn wurde die Propagandalinie des RMVP in der „Mode und Heim“ grundsätzlich fortgeführt. Im Sinne der Presseanweisungen zur „Stärkung der Inneren Front“<sup>31</sup> werden zwischen September 1939 und Ende 1944 sparsame Rezepte, punkte- und stoffsparende Schnittmustermodelle, Methoden zur Haushaltsrationierung, Gesundheitstipps, Vorgaben zum Schreiben von Feldpost und „Verhaltensregeln“ beim Heimaturlaub der Ehemänner veröffentlicht – entsprechend der Presseanweisung zur Stilistik („Gespräche und Briefe sind dabei oft besonders wirksam“<sup>32</sup>) überwiegend in Form von Dialogen oder Briefen. Zur Entspannung nach dem Arbeitseinsatz bot die „Mode und Heim“ ihren Leserinnen und Lesern zugleich auch Unterhaltung in Form von Fortsetzungsromanen und Kurzgeschichten, denn so heißt es 1943 im „Deutschen Wochendienst“: „Kleine Entspannungspausen geben neue Spannkraft und Schaffensfreude“<sup>33</sup>.

Eher zurückhaltend wurde in der „Mode und Heim“ beispielsweise die Propagandalinie des RMVP umgesetzt, auch im Krieg weiterhin bei den Leserinnen „den Willen zum Kind zu stärken.“<sup>34</sup> So spiegelt sich die Anweisung des „Zeitschriften-Dienstes“, im Unterhaltungs- und Bildteil der Zeitschriften immer wieder unaufdringlich den Willen zum „Kinderreichtum“ zu evozieren,<sup>35</sup> in der „Mode und Heim“ in Form von Baby- und Kinderfotos<sup>36</sup> und Fotos von glücklich wirkenden jungen Müttern<sup>37</sup> wider. Zwischen September 1939 und Ende 1944 werden jedoch lediglich zwei explizit auf die Thematik bezogene Hauptartikel veröffentlicht,<sup>38</sup> obwohl z.B. Anfang 1943 im „Zeitschriften-Dienst“ und „Deutschen Wochendienst“ die Aktion „Mehr Kinder!“ startete, durch die dem kriegsbedingten Geburtenrückgang entgegenge-

---

<sup>30</sup> Bruno Winterfeld emigrierte 1936 in die USA. Vgl. Johannes Christoph Moderegger: Modefotografie in Deutschland 1929 bis 1955. Norderstedt 2000, S. 41.

<sup>31</sup> 689 „Stärkung der inneren Front“. In: ZD, Das Hauptthema, 18. Ausgabe, Nummer 673-717, 1.9.39, S. 7-8.

<sup>32</sup> 678 „Die deutsche Frau“. In: ZD, Anweisungen, 18. Ausgabe, Nummer 673-717, 1.9.39, S. 3.

<sup>33</sup> 8318 „Arbeitserleichterung im Haushalt“. In: DW, 196./65. Ausgabe, Nummer 8312-8337, 5.2.43, S. 14.

<sup>34</sup> 8580 „Die NSV, das nationalsozialistische Betreuungswerk Deutschlands“. In: DW, Jahrestage, 203./72. Ausgabe, Nummer 8574-8595, 26.3.43, S. 11.

<sup>35</sup> Vgl. 8542 „Mehr Kinder!“. In: ZD, Themen der Zeit, 202./71. Ausgabe, Nummer 8540-8573, 19.3.43, S. 2.

<sup>36</sup> Vgl. u.a. O.V.: „Die 4 Temperamente“. In: Mode und Heim, Heft 12, 14.7.40, S. 5; O.V.: „Klein=Helga und der Beißring“. In: Mode und Heim, Heft 26, 26.1.41, S. 12; O.V.: „Dein Kind braucht Luft und Sonne“. In: Das Buch für Alle, Heft 5, Juni 1943, S. 13; O.V.: „Junges Menschenglück“. In: Das Buch für Alle, Heft 7, September 1943, S. 13 und O.V.: Heidi und das Körbchen“. In: Das Buch für Alle, Heft 8, Oktober 1943, S. 13; O.V.: „Huah... bin ich müde“. In: Das Buch für Alle, Heft 3, Juni 1944, S. 4; (ohne Titel). In: Ebd., S. 13; O.V.: „Übung macht den Meister!“. In: Das Buch für Alle, Heft 4, 1944, S. 6.

<sup>37</sup> Vgl. O.V.: „Mit dem Nachwuchs in der Frühlingssonne“. In: Mode und Heim, Heft 4, 22.3.42, S. 4.

<sup>38</sup> Vgl. Ellen Fechner: „Im Mittelpunkt der NSV.-Arbeit steht die Familie“. In: Mode und Heim, Heft 8, 19.5.40, S. 6-7 und O.V.: „Welch ein Glück viele Kinder zu haben!“. In: Mode und Heim, Heft 10, 15.6.41, S. 4-5.

wirkt werden sollte.<sup>39</sup> Und bereits rund zweieinhalb Jahre zuvor werden im „Zeitschriften-Dienst“ in der Anweisung „Unsere Kinder sind unsere Zukunft!“<sup>40</sup> Artikelthemen speziell für Frauen- sowie Modezeitschriften aufgelistet wie beispielsweise „Schwangerschaft nicht vertuschungswürdig; schöne und zweckmäßige Umstandskleider“,<sup>41</sup> „Kinder machen die gesunde Frau nicht häßlich (Kampf gegen die falsche Auffassung, daß jede Schwangerschaft körperliche Schäden zurücklasse)“<sup>42</sup> und „Richtige Körperpflege während der Schwangerschaft“<sup>43</sup>. Keiner der insgesamt zehn Vorschläge wird in der „Mode und Heim“ umgesetzt. Hingegen erscheinen beispielsweise zum weiblichen Arbeitseinsatz in der „Mode und Heim“ zwischen September 1939 und Ende 1944 zahlreiche Artikel, die im Sinne der Presseanweisungen die Leserinnen zur Mithilfe auf dem sozialen Sektor unter dem Motto „Alle helfen mit – niemand ist allein – in der Front der Heimat!“<sup>44</sup> sowie zur Arbeit in Betrieben und der Rüstungsindustrie animieren sollten – wie u.a. die Artikel „Bislang hatte sie frisiert...“<sup>45</sup> im Juni 1940 und „Werkehrendienst in der Fabrik“<sup>46</sup> im September 1943.

Die Einzelanalyse von Artikeln im Vergleich mit den Presseanweisungen zeigt auf, dass in der „Mode und Heim“ sowohl allgemeine Richtlinien des RMVP als auch Einzelanweisungen konkret übernommen wurden. Als Beispiel soll an dieser Stelle die Auswertung der Anweisung „Volksgesundheit im Kriege“<sup>47</sup> aus dem „Zeitschriften-Dienst“ von Oktober 1939 dienen, die in der „Mode und Heim“ im Januar 1940 in Form des Artikels „Mütter müssen wissen: Unsere Kinder bleiben gesund!“ umgesetzt wurde. In diesem Artikel wird entsprechend der Anweisung propagiert, dass trotz des Krieges eine ausreichende und gesunde Ernährung der Kinder gewährleistet sei.<sup>48</sup> Zusätzlich wird im „Zeitschriften-Dienst“ ein Ersatzpräparat für Lebertran als Mittel zur Bekämpfung der kindlichen Rachitis angepriesen:

---

<sup>39</sup> Vgl. 8210 „Mehr Kinder!“. In: ZD, Anweisungen, 193./62. Ausgabe, Nummer 8187-8225, 15.1.43, S. 3; 8542 „Mehr Kinder!“. In: ZD, Themen der Zeit, 202./71. Ausgabe, Nummer 8540-8573, 19.3.43, S. 2 und 8542 „Mehr Kinder!“. In: DW, Themen der Zeit, 202./71. Ausgabe, Nummer 8540-8559, 19.3.43, S. 4-5.

<sup>40</sup> 3522 „Unsere Kinder sind unsere Zukunft!“. In: ZD, Themen der Zeit, 82. Ausgabe, Nummer 3515-3555, 15.11.40, S. 10-11.

<sup>41</sup> Ebd., S. 11.

<sup>42</sup> Ebd.

<sup>43</sup> Ebd.

<sup>44</sup> „Alle helfen mit – niemand ist allein – in der Front der Heimat!“ In: Mode und Heim, Heft 14, 11.8.40, S. 4-5.

<sup>45</sup> Vgl. O.V.: „Bislang hatte sie frisiert...“. In: Mode und Heim, Heft 9, 2.6.40, S. 2.

<sup>46</sup> Vgl. Frieda Radel: Werkehrendienst in der Fabrik. In: Mode und Heim, Heft 7, September 1943, S. 2 und 16.

<sup>47</sup> Vgl. 1038 „Volksgesundheit im Kriege“. In: ZD, Informationen, 26. Ausgabe, 28. Oktober 1939 Nummer 1033-1109, S. 5.

<sup>48</sup> Vgl. c.: „Mütter müssen wissen: Unsere Kinder bleiben gesund!“. In: Mode und Heim, Heft 25, 14.1.40, S. 7.

Im übrigen ist es der deutschen Chemie gelungen, im V i g a n t o l - O e l ein vollwertiges Austauschprodukt für den Lebertran zu entwickeln. Ganz geringe Mengen genügen, um beim Kleinkind die Rachitis zu verhindern.<sup>49</sup> [Hervorheb. i. O.]

In dem Artikel in der „Mode und Heim“ klingt das wie folgt:

(...) dazu eignet sich nichts besser als die sinngemäße Ernährung im Verein mit einigen Tropfen Vigantol, kleinen Mengen Lebertran und anderen Vitaminträgern. (...) Es ist im übrigen vorgesehen, daß während der Kriegszeit allen Säuglingen das Vigantol zugänglich gemacht wird, ein Präparat, das die Kinder vor einer der schwersten „Mangelkrankheiten“, der Rachitis, bewahrt.<sup>50</sup>

Grundsätzlich wurde in der „Mode und Heim“ auch im Verlauf des Krieges weiterhin so gut wie möglich versucht, eine intakte Welt zu inszenieren, u.a. durch die Ausklammerung von Kriegsschrecken, Verletzungen und Tod. Die Analyse der Presseanweisungen belegt, dass dies nicht etwa Ausdruck eines „weitgehend unpolitisch[en]“<sup>51</sup> Daseins oder eines „Maulwurf-Journalismus“<sup>52</sup> war, sondern Teil der nationalsozialistischen Propagandataktik mit dem deklarierten Ziel, Massendemonstrationen und Streiks wie im Ersten Weltkrieg zu vermeiden.

Entscheidend für die Gesamtuntersuchung ist jedoch nicht nur die Frage, welche Presseanweisungen in der „Mode und Heim“ umgesetzt wurden, sondern auch, welche ausgelassen wurden. Hier sticht vor allem die in der Zeitschrift kaum vorhandene Feindpropaganda hervor. Im „Zeitschriften-Dienst“ und „Deutschen Wochendienst“ wird zwischen September 1939 und 1945 vehement in fast jeder Ausgabe zur Feindpropaganda aufgerufen, insbesondere gegen Jüdinnen und Juden sowie gegen die Kriegsgegner England und die Sowjetunion.

Jede noch so kleine Zeitschrift sollte sich an der antisemitischen Propaganda beteiligen, mit dem deklarierten Ziel, eine „antijüdische Zeitschriftenpresse“<sup>53</sup> zu bekommen.<sup>54</sup> Dabei wer-

---

<sup>49</sup> 1038 „Volksgeundheit im Kriege“. In: ZD, Informationen, 26. Ausgabe, 28. Oktober 1939 Nummer 1033-1109, S. 5.

<sup>50</sup> c.: „Mütter müssen wissen: Unsere Kinder bleiben gesund!“. In: Mode und Heim, Heft 25, 14.1.40, S. 7.

<sup>51</sup> Wie Anna Zika etwa den Frauenzeitschriften „Die Modenschau“ und „Neue Moden“ zuschreibt. Vgl. Anna Zika: Ist alles eitel? Zur Kulturgeschichte deutschsprachiger Modejournale zwischen Aufklärung und Zerstreung 1750–1950. Weimar 2006.

<sup>52</sup> Wie etwa von Christian Ferber und Sylvia Lott (fälschlicherweise) über die Frauenzeitschrift „Die Dame“ angenommen. Vgl. Christian Ferber: „Die Dame: ein deutsches Journal für den verwöhnten Geschmack 1912 bis 1943“. Berlin 1980, S. 14 und Sylvia Lott: „Die Frauenzeitschriften von Hans Huffzky und John Jahr. Zur Geschichte der deutschen Frauenzeitschrift zwischen 1933 und 1970“. Berlin 1985, S. 188.

<sup>53</sup> 8838 „Das Ziel: Eine antijüdische Zeitschriftenpresse“. In: DW, 211./80. Ausgabe, Nummer 8838-8846, 21.5.43, S. 1-5.

<sup>54</sup> Vgl. u.a. 8613 „Kampf den Juden(...)“. In: ZD, Zur Lage, 204./73. Ausgabe, Nummer 8613-8647, 2.4.43, S. 1. „Antijüdische Front“. In: Vertrauliche Informationen, Reichspropagandaamt Sachsen, Dresden, 31.5.43; A 339 „Die Kriegsschuld der Weltjudentums“. In: ZD, Themen der Zeit, 266./135. Ausgabe, Nummer A 337-A 374, 9.6.44, S. 2.

den auch explizit Frauenzeitschriften-RedakteurInnen zu vermehrten antisemitischen Artikeln angehalten:

Der Einsatz der Frauen- und Familienzeitschrift bei der Behandlung der J u d e n f r a g e ist besonders wichtig; vor allem jetzt, da infolge der letzten Verfügungen sogar Mitleid mit den Juden aufkam. Die Zeitschrift muß hier Aufklärungsarbeit leisten und immer wieder auf die zersetzende und volksfeindliche Tätigkeit der Juden hinweisen.<sup>55</sup>

Dennoch gibt es in den 280 Ausgaben der „Mode und Heim“ nur einen antisemitischen Artikel im September 1943 über „entartete“ Kunst im Kontext der „Großen Deutschen Kunstausstellung“.<sup>56</sup> Das gleiche Bild zeigt sich ebenfalls bei der in den Presseanweisungen forcierten antibolschewistischen Propaganda,<sup>57</sup> denn auch hier gibt es in der „Mode und Heim“ lediglich einen Artikel im Oktober 1941, in dem die negative Lebenssituation von Frauen in der Sowjetunion propagiert wird.<sup>58</sup>

Auch England, die USA und Frankreich (bis zur Besetzung Mitte 1940) standen als Kriegsgegner im Visier der vom RMVP vorgegebenen Feindpropaganda. Obwohl sich auch hier in den Presseanweisungen konkrete Artikelvorschläge für eine weibliche Zielgruppe finden, wie beispielsweise „Die Hausfrau hilft mit im Kampf gegen England“,<sup>59</sup> „Die Rolle der Frau in der „Kultur“ der USA“<sup>60</sup> und „Die französische Mode als Mittel der Unterdrückung völkischer Werte“,<sup>61</sup> gibt es in der „Mode und Heim“ keinen einzigen diesbezüglichen Artikel. Allerdings ist an dieser Stelle auch das Nicht-Erwähnen der Länder der Kriegspropaganda zuzurechnen, denn vor Kriegsbeginn wird in der „Mode und Heim“ beispielsweise noch positiv über Amerika berichtet.<sup>62</sup>

---

<sup>55</sup> 5534 „Behandlung der Judenfrage“. In: ZD, Was uns gefiel, 129. Ausgabe, Nummer 5516-5561, 17.10.41, S. 18.

<sup>56</sup> Vgl. Horst Dankrat: „Das Bild ist scheusslich, aber wir brauchen das!“. In: Das Buch für Alle, Heft 7, September 1943, S. 4.

<sup>57</sup> Vgl. u.a. „Zustände im bolschewistischen Staat“. In: VI, Reichspropagandaamt Sachsen, Dresden, 7.7.41, S. 1. (v2); 8389 „Der Bolschewismus als System der Versklavung (...)“. In: ZD, Zur Lage, 198./67. Ausgabe, Nummer 8389-8431, 19.2.43, S. 1.

<sup>58</sup> Vgl. Lore Bauer-Hundsdörfer: So lebt die Genossin. Nach Berichten aus der Sowjetpresse. In: Mode und Heim, Heft 16, 5.10.41, S. 15-16.

<sup>59</sup> 1122 „Hausarbeit – geschickt und sparsam“. In: ZD, Einsatz der deutschen Frau, 27. Ausgabe, Nummer 1110-1152, 3.11.39, S. 12.

<sup>60</sup> 6321 „Die Rolle der Frau in der „Kultur“ der USA“. In: ZD, Themen der Zeit, 148/17. Ausgabe, Nummer 6317-6364, 6.3.42, S. 2 und 6321 „Die Rolle der Frau in der „Kultur“ der USA“. In: DW, Themen der Zeit, 148./17. Ausgabe, Nummer 6317-6337, 6.3.42, S. 6-7.

<sup>61</sup> 2579 „Brüchiges Frankreich. Unterdrückte völkische Minderheiten fordern ihr Recht“. In: ZD, Themen der Zeit, 60. Ausgabe, Nummer 2574-2626, 14.6.40, S. 10.

<sup>62</sup> Vgl. O.V.: „Kosmetik – Berufsnotwendigkeit der amerikanischen Frau“. In: Mode und Heim, Heft 5, April 1938, S. 10-11 und J.J.: „Mädchenerziehung bei Anderen“. In: Mode und Heim, Heft 11, 10.7.38, S. 26.

## Weitere zu erwartende Ergebnisse

Weshalb die Presseanweisungen zur Feindpropaganda in der „Mode und Heim“ nicht bzw. nur zweimal umgesetzt wurden, ist nicht einfach zu beantworten. Es sind keine Informationen über redaktionsinterne Vorgänge vorhanden, da diesbezüglich weder Unterlagen in dem rudimentären Archiv des Vobach-Verlages<sup>63</sup> noch Aufzeichnungen ehemaliger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter existieren. Um sich möglichen Thesen dennoch anzunähern, werden überblickshaft vier weitere Zeitschriften ab 1939 auf antisemitische, -bolschewistische, -britische, -amerikanische und -französische Artikel untersucht und mit der „Mode und Heim“ verglichen: Zum einen zwei Frauenzeitschriften anderer Verlage in Form der Hefte „Die junge Dame“/„Kamerad Frau“ (1933-1944) aus dem Constanze-Verlag und „Die Dame“ (1911-1943) aus dem Ullstein Verlag bzw. ab 1937 Deutscher Verlag.<sup>64</sup> Zum anderen zwei weitere Zeitschriften aus dem Vobach-Verlag in Form der Modezeitschrift „Mode und Wäsche“ (1919-1943) und der Familienzeitschrift „Das Buch für Alle“ (1935 vom Vobach-Verlag übernommen-1944, ab April 1943 als Gemeinschaftsausgabe u.a. mit der „Mode und Heim“).

Erste Analyseergebnisse zeigen, dass in Frauenzeitschriften anderer Verlage durchaus Feindpropaganda vorkam. So gibt es beispielsweise in „Die junge Dame“ im Zeitraum 1939 bis April 1943 drei antibritische<sup>65</sup> und jeweils einen antisemitischen,<sup>66</sup> -bolschewistischen,<sup>67</sup> -französischen<sup>68</sup> und -amerikanischen<sup>69</sup> Artikel.

Erste stichprobenhafte Untersuchungen der Gemeinschaftsausgabe „Kamerad Frau“ der Jahre 1943 und 1944 zeigen ein ähnliches Bild. Hingegen findet sich z.B. in dem Heft „Mode und Wäsche“ aus dem Vobach-Verlag zwischen 1941 und April 1943 überhaupt keine Feindpro-

---

<sup>63</sup> Der sechs laufende Meter an Akten umfassende Nachlass von Kurt Herrmann, Besitzer des Universalverlags W. Vobach & Co., befindet sich im Staatsarchiv Leipzig. Er besteht primär aus geschäftlichen Unterlagen wie Personal- und Steuerangelegenheiten und vereinzelt privaten Dokumenten.

<sup>64</sup> Zur Geschichte des Ullstein-Verlages und seiner „Arisierung“ siehe z.B. David Oels/Ute Schneider (Hg.): »Der ganze Verlag ist einfach eine Bonbonniere«. Ullstein in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Berlin; München [u.a.] 2015; Anne Enderlein (Hg.): Ullstein-Chronik 1903–2011, Berlin 2011 und 125 Jahre Ullstein. Presse- und Verlagsgeschichte im Zeichen der Eule. Berlin 2002.

<sup>65</sup> Vgl. O.V.: „So etwas gibt es: Politische Hüte! Englische Damenhüte werben für die Aufrüstung!“. In: Die junge Dame, Heft 25, VII. Jahrgang, 11.4.39, S. 2, O.V.: „Sie werden es kaum glauben: Churchill und Chamberlain kommen an die Front!“. In: Die junge Dame, Nr. 14, VIII. Jahrgang, 2.4.40, S. 2 und „Es bleibt nur noch ein Feind: England!“. In: Die junge Dame, Nr. 30, VIII. Jahrgang, 23.7.40, S. 16.

<sup>66</sup> Vgl. O.V.: „Jud Süß“. In: Die junge Dame, Nr. 41, VIII. Jahrgang, 8.10.40, S. 12-13.

<sup>67</sup> Vgl. O.V.: „Das wahre Gesicht des Bolschewismus: Frauen im Sowjet-Paradies“. In: Die junge Dame, Nr. 26, IX. Jahrgang, 29.7.41, S. 2.

<sup>68</sup> Vgl. O.V.: „Vorwärts, voran, voran ... Zur Beendigung des Feldzuges gegen Frankreich!“. In: Die junge Dame, Nr. 27, VIII. Jahrgang, 2.7.40, S. 3.

<sup>69</sup> Vgl. O.V.: „Wie geht's Ihnen eigentlich in USA, mylady?“. In: Die junge Dame, Nr. 34, IX. Jahrgang, 18.9.41, S. 2-3.

paganda, in „Das Buch für Alle“, ebenfalls aus dem Vobach-Verlag, gibt es zwischen Januar 1942 und März 1943 lediglich einen Beitrag, bei dem unter einem Soldatenfoto von einem „plutokratischen und bolschewistischen Weltherrschaftsanspruch“<sup>70</sup> die Rede ist.<sup>71</sup> Ob die Umsetzung bzw. Nicht-Umsetzung der entsprechenden Presseanweisungen verlagsabhängig war, soll die Untersuchung der übrigen Jahrgänge und weiteren Zeitschriften aufzeigen.

## **Zeitplan**

Das Dissertationsprojekt wurde Ende 2008 begonnen und befindet sich aktuell in der Endphase. Bei einem abschließenden Forschungsaufenthalt in der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig im September 2015 sollen die letzten noch offenen Fragen in Bezug auf die Feindpropaganda in den oben genannten Zeitschriften geklärt und vorhandene kleine Lücken geschlossen werden. Die Dissertation soll Ende 2015 fertig gestellt sein.

---

<sup>70</sup> (ohne Titel). In: Das Buch für Alle, Heft 3, 15.3.42, S. 1.

<sup>71</sup> Vgl. ebd.