

Schaukasten - Propaganda

Zu unseren Ausführungen „Genossen, wie sieht eure Werbetafel aus?“ in unserer Nummer 11 ist eine Anzahl von Zuschriften eingegangen, die beweisen, daß es den Parteiorganisationen in erfreulich vielen Fällen sehr am Herzen liegt, ihre Schaukästen und Werbetafeln möglichst wirksam auszunutzen. Unter den uns zugegangenen Berichten befinden sich auch einige recht interessante und einfallsreiche Beispiele, die manche Anregung geben, unsere Parteipropaganda vermittle der Schaukästen nachhaltig zu fördern. Wir greifen aus den Einsendungen zwei solcher Beispiele heraus und geben dazu den beiden Berichterstattern nachfolgend das Wort. Die Redaktion

Findig und originell

An der Straßenbahnhaltestelle in Konradshöhe (Berlin-Tegel) wurde ein mit Maschendraht versehener, verschließbarer Kasten aufgestellt, der, sauber gestrichen, die Aufschrift trägt: „Das kleine Presse-Brett.“ Diese Aufschrift wurde gewählt, um die Bevölkerung, die unter Hitler zu 85 Prozent nazistisch versucht war, an dem Schaukasten zu interessieren. Die ganze Aktion kam durch den Einfall des Genossen R. zustande.

In der ersten Woche wurde auf einem im Innern des Kastens angebrachten, aufziehbaren, aber noch geschlossenen Vorhang das aus Pappe ausgeschnittene Stadtwappen unserer Hauptstadt, der Berliner Bär, und rechts davon ein Schild mit der Aufschrift: „Eröffnung demnächst!“ festgeheftet.

Die Neugier der Bevölkerung war geweckt. In der zweiten Woche wurde die Ankündigung geändert. Der Berliner Bär erschien so, als sei er aus dem Stadtwappen herausgetreten und zeigte sich auf dem Vorhang mit dem Schild: „Am 1. Juni.“ Man konnte feststellen, daß Interesse und Neugier in der Bevölkerung Zunahmen, in der nun folgenden dritten Woche ging der Vorhang auf: Im Bett schläft der deutsche Michel. Vier Zwerge verkörpern die antifaschistischen Parteien, die sich um den Michel bemühen. Zwerg SPD klappert mit Topfdeckeln, Zwerg SED kitzelt den Michel an den Fußsohlen, Zwerg CDU kommt mit einer Gießkanne voll Wasser, und Zwerg LDP versucht, den Michel durch Kitzeln mit einem Strohalm an der Nase zu wecken. Daneben steht der Berliner Bär mit dem Transparent: „Ob sie ihn wachbekommen?“ Rechts oberhalb des Bettes sind die vier Außenminister der Großmächte dargestellt und verfolgen die Bemühungen der vier Parteien um den deutschen Michel. Die vierte Woche zeigte den Berliner Blätterwald auf. Sämtliche Berliner Presseerzeugnisse waren als Baumstämme dargestellt. Der Bär sagt dem Michel: „In diesem Blätterwald bin ich zu Hause. Nun sieh zu, wie du dich zurechtfindest. Mit wachen Augen und klarem Blick wirst du den richtigen Weg schon finden.“ Das Interesse der Beschauer steigerte sich; manche Diskutiergruppen vor dem Presse-Brett kamen zustande.

Allwöchentlich erschienen in dem Kasten nun Zeitungsnötizen, die ständig möglichst unaufdringlich unsere Stellung zu den brennendsten Tagesfragen aufzeigten und nicht mehr unbeachtet blieben. Ein Daueranschlag besagte:

„Allzuviel ist ungesund,
drum stehen an dieser Stelle
Kleinigkeiten, kunterbunt,
zum Lesen auf die Schnelle
und zum Nachdenken auf den Fahrten
der Straßenbahn, auf die wir warten.“

Witzige Notizen aus dem „Frischen Wind“, satirische Bemerkungen aus dem „Ulenspiegel“, „Wespennest“ usw. sowie krasse Gegenüberstellungen aus verschiedenen Zeitungen brachten der Bevölkerung zum Bewußtsein, wer den Schaukasten ausstattete. Ein Beispiel: Im Kasten ein Artikel, der — im Sinne der LDP — für die „freie Wirtschaft“ mit der Begründung eintritt, daß dann viel schneller bessere Lebensbedingungen für uns eintreten würden. Daneben die Notiz: In Amerika werden 40 Millionen Zentner Kartoffeln für den menschlichen Genuß unbrauchbar gemacht, damit die Preise hoch genug bleiben. So werden die Menschen durch die direkte Gegenüberstellung zum Nachdenken angeregt, die sonst solche Notizen gedankenlos übersehen würden.



Ein Schaukasten, der den Blick anzieht.

Jedenfalls ergab sich in den folgenden Wochen eine verblüffende Wirkung. Die politische Schlafmützigkeit war verflogen. Eifrig wird an der Haltestelle diskutiert. Mit Spannung werden in jeder neuen Woche die Aushänge verfolgt. An geeigneten Stellen geschickte Hinweise auf unsere Grundsätze und Ziele — und der ideologische Erfolg unserer Werbearbeit durch den Schaukasten ist gesichert. Rudolf Julke

Ein Schaukasten für die Jugend

Das Jugendsekretariat des Stadtkreises Eberswalde hat Anfang September einen besonderen Werbekasten für die Jugend eingerichtet. Er trägt die Aufschrift: „Hier spricht die SED zur Jugend.“ Im unteren Teil des Kastens werden Bücher oder Broschüren ausgestellt, die sich auf das alle zwei bis drei Wochen erneuerte, im mittleren Teil des Schaukastens behandelte Thema beziehen.

Bei der ersten Dekoration hatten wir fast ausschließlich Schrift verwannt. Der Hauptteil galt dem Thema: „Wir wollen Frieden halten.“ Dabei wurde ein Bild mit gefallenen Soldaten im Stacheldrahtverhau gezeigt. Dann die Schlußfolgerungen, in denen es hieß: „Soll es wieder so werden? Nein! Darum gilt es, ein friedliches, demokratisches und einheitliches Deutschland zu schaffen. Die Einheit der Arbeiterbewegung und die Einigkeit der Jugend in ganz Deutschland wird es möglich machen, einen demokratischen Staat zu schaffen, in dem der Wille des Volkes und seiner Jugend tatsächlich oberstes Gesetz ist.“ Kleine Texte rechts und links daneben erklärten, daß wir die Forderung der Jugend auf Herabsetzung des Wahlalters auf 18 Jahre voll unterstützen und daß ferner die SED-Stadtverordnetenfraktion beauftragt wird, durch das Stadtparlament bedeutende Mittel für Jugendpflege und Jugendförderung bereitzustellen u. a. m.

Diese Art der Propaganda zeigte allerdings nicht den gewünschten Erfolg. Obleich der Kasten in der Hauptstraße steht, so erlaubt die allgemeine Hast der Menschen doch nicht, sich auf der Straße eingehend mit dem schriftlichen Inhalt des Kastens zu befassen.

Die zweite Dekoration wurde daher überwiegend aus Bildmaterial zusammengestellt. Das erste Thema lautete: „Zwei Revolutionen — zwei Wege; 7. November 1917 — 9. November 1918.“ Die Bilder sollten die Erfolge der russischen Oktoberrevolution aufzeigen, während die Ergebnisse der deutschen Novemberrevolution in die bildlich gezeigten Trümmer, KZ und Galgen Hitlers mündeten, in den Schlußbildern wurden die schon errungenen Anfangserfolge des demokratischen Neuaufbaus (Bodenreform) gezeigt.

Eihe solche Schau eindrucksvoller Bilder erzielt eine bedeutend größere Wirkung auf die Jugend. Zwei Jungarbeiter z. B. standen vor dem Werbekasten. Da sagte der eine: „Sieh dir doch diese Gemeinheit an“, und er zeigte dabei auf die am Galgen hängenden Russen, „und die deutschen Soldaten sehen noch zu!“

Mir bewiesen diese wenigen, ehrlich gemeinten Worte, daß die Jugend den guten menschlichen Regungen zugänglich ist und daß diese Propaganda ihren Zweck voll erfüllt hatte, nämlich Abscheu zu erwecken vor den Scheußlichkeiten des Faschismus und den Grundstein zu legen für die Überzeugung, daß es so nie wieder kommen darf! Karl-Heinz Hoffmann