

Heroisierungsstrategien von  
Wehrmachtssoldaten und SS in  
deutschen Illustrierten des Zweiten  
Weltkriegs

*Heroisation strategies of Wehrmacht  
soldiers and SS in German magazines  
during World War II*

**von / by Vera Marstaller**

05	Kernaussage
07	Kontext
11	Analyse
23	Steckbrief



Größe ist relativ. Deshalb benötigt die Zuschreibung heroischer Größe Kontrastfiguren, denen eine solche Größe abgesprochen wird. In Kriegszeiten geschieht dies durch Freund-Feind-Polarisierungen. Durch einen Verweis auf zu beschützende Schwächere kann sie zu einer zweiten heroisierenden Polarisierung zwischen wehrhaften Männern und zu schützenden Frauen führen.

In der NS-Propaganda bildete die doppelte Polarisierung Freund - Feind und Beschützer - Schutzbedürftige in der Heroisierung von Wehrmacht und SS eine emotionale Grundlage für den Holocaust, den Porajmos, die Verbrechen an russischen Kriegsgefangenen und die Verbrechen an der Zivilbevölkerung in der Sowjetunion.



## HELDENKULT IM NATIONALSOZIALISMUS

Von der Antike bis ins 19. Jahrhundert war die Verehrung als Soldaten-Held meist einzelnen Heerführern vorbehalten. In den deutschen Staaten wurden erst mit den Freiwilligenverbänden der sogenannten Befreiungskriege und mit der Einführung der allgemeinen Wehrpflicht im 19. Jahrhundert auch Männer aus dem Volk als militärische Helden rezipierbar. Doch noch während des Ersten Weltkrieges blieb es, etwa im heroisierenden Kult um Generalfeldmarschall Hindenburg und General Ludendorff, auf deutscher Seite hauptsächlich bei der namentlichen Hervorhebung einzelner Offiziere.

Eine besondere Ausprägung der Verehrung von Militärangehörigen war die propagandistische Heroisierung der Wehrmacht und der Schutzstaffel (SS) während des Zweiten Weltkrieges. Sie wurden als Kollektiv in doppelt polarisierender Weise heroisiert: zum einen als überlegene Soldaten gegenüber einem gefährlichen, zugleich „minderwertigen“

## **De Kontext**

Feind, zum anderen als starke Beschützer der zwar ebenfalls starken, vor physischer Gewalt aber zu schützenden deutschen Frauen.

HEROISIERT ALS SOLDATEN UND ALS  
MÄNNER

Die nationalsozialistische Propaganda zielte in besonderer Weise gegen jüdische und osteuropäische Menschen. Sie seien angeblich brutale, unzivilisierte und unkontrolliert anwachsende Gruppen, eine Gefahr für die kulturell überlegenen Deutschen. Nach dem Kriegseintritt von Großbritannien und den USA wurden deren Bevölkerungen als eitel, selbstbezogen, egoistisch und rücksichtslos dargestellt, einer Gemeinschaft nicht fähig. Und in der Sowjetunion, dem anderen großen Kriegsgegner, falle das Individuum dem Erhalt des Kollektivs zum Opfer. Mit Diffamierungen wie diesen verband sich die Darstellung, dass angesichts solcher Feinde die angebliche natürliche Weiblichkeit deutscher Frauen besonders gefährdet sei und geschützt werden müsse.

So dienten zwei unterschiedliche Polarisierungen von Kriegsbeginn an der Mobilisierung im Deutschen Reich: Die Freund-Feind-Polarisierung beschrieb die militärische



Auseinandersetzung als Kampf der heroischen deutschen Soldaten gegen ehrlose Verbrecher. Die andere Polarisierung stellte Front und Heimat gegenüber: wehrhafte deutsche Männer und die in ihrer körperlichen Unversehrtheit bedrohten deutschen Frauen.

Die Angehörigen von Wehrmacht und SS wurden nicht nur als Soldaten, sondern auch als Männer heroisiert. Jeder einzelne Soldat war als Teil des Kollektivs aufgerufen, den Feind zu bekämpfen mit dem Argument, damit die Existenz des ganzen Volkes zu schützen. Das deutsche Volk könne langfristig nur durch die Eroberung und Sicherung von „Lebensraum im Osten“ und dessen „Germanisierung“ gesichert werden. Voraussetzung dieser Vorstellung waren die Ausbeutung und Dezimierung der dort lebenden Bevölkerungen. Sie wurden als „Untermenschen“ diffamiert. Die Dämonisierung und Dehumanisierung der sowjetischen Staatsangehörigen und der Europäer:innen jüdischen Glaubens und jüdischer Herkunft führten in letzter Konsequenz zu Kriegsverbrechen und Völkermord.

Die nationalsozialistische Rassenlehre entfaltete zusammen mit beiden Polarisierungen eine eskalierende Dynamik. Alles, was dem angeblichen Wohlergehen des „arischen deutschen Volkes“ und der Niederschlagung der Gegner diente, wurde für SS und Wehrmacht zur unabdingbaren heroischen Pflicht erklärt, selbst wenn es sich darum handelte, Millionen Menschen zu versklaven oder zu ermorden. Heroisch war deshalb nach Aussage des SS-Reichsführers Heinrich Himmler auch die Härte von Wehrmacht- und SS-Männern gegen sich selbst, wenn „fremdvölkische“ Säuglinge und Kinder zu töten seien. Die illustrierten deutschen Zeitungen erwähnten solcherart „Heldentum“ nicht. In der Verbindung der weiblich repräsentierten Heimat und der männlich visualisierten Kriegsfront beschworen sie die deutsche „Volksgemeinschaft“. Ihre Aufgabe lag in der Unterhaltung ihrer Leser:innen und darin, deren Glauben an einen harten, aber gerechten Kampf zu bestärken. Die Zeitschriften zeigten die deutschen Soldaten gleichermaßen als heroische Kämpfer gegen den Feind und als männliche Beschützer des gefährdeten weiblichen Teils der Volksgemeinschaft.

De

Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

„Infanterie / Königin der Waffen!“, illustrierte  
Wandzeitung der Reichspropagandaleitung  
der NSDAP, 22.-28.11.1942 (46/42).

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

„Über allem steht die Infanterie!“, illustrierte  
Wandzeitung der Reichspropagandaleitung  
der NSDAP, 29.11.-5.12.1942 (47/42).

De

Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

„Männer, Helden, Grenadiere!“, illustrierte  
Wandzeitung der Reichspropagandaleitung  
der NSDAP, 6.–19.12.1942 (49/42).

Propaganda-Großaktionen:

Zwischen November 1942 und März 1943 fand eine NS-Propaganda-Großaktion statt, die unter anderem durch Plakate die Aufmerksamkeit der deutschen Bevölkerung von anderen Truppengattungen auf die Infanterie lenken sollte. Vor allem Ritterkreuzträger, aber auch sorgsam ausgewählte einfache Stoßtrupp-Soldaten erhielten ein bis zwei Wochen Fronturlaub. Sie sollten im Sinne der Aktion in der Heimat öffentliche Reden halten oder persönliche Gespräche führen, etwa mit Arbeiter:innen in Rüstungsbetrieben. Die Heroisierung der Wehrmacht geschah hier gezielt durch die Herstellung von Nähe. Im Auftreten und in

den Darstellungen der Redner sollte das Publikum immer auch den eigenen Bruder, Vater, Freund, Liebhaber, Ehemann etc. erkennen können. Auf diese Weise wurde auch ein Männlichkeitsideal zur Schau gestellt: Die Infanteristen, die sich an der Front in Todesgefahr begaben, seien attraktiv, jung, mutig und ehrenvoll. Gleichzeitig schärfte auch diese Propaganda-Aktion die Annahme, dass das Leben der Frauen in der Heimat von den Taten der Männer an der Front abhing.

De

Analyse

*Die junge Dame*, 13.5.1941 (9.19), S. 3.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen  
kann die Abbildung in der  
Online-Publikation nicht gezeigt  
werden.***

***For licensing reasons, the image  
cannot be shown in the online  
publication.***

### Männliche Front, weibliche Heimat?

Das Foto wurde im Mai 1941 veröffentlicht, rund zwei Monate vor dem Überfall der Wehrmacht auf die Sowjetunion. Es zeigt einen deutschen Soldaten und eine deutsche Krankenschwester im Feldlazarett. Durch die aufeinander Bezug nehmenden Körper sowie Geste und Blickrichtung der Frau entsteht der Eindruck einer intimen und vertrauensvollen Verbindung. Die Hinwendung einer Krankenschwester zu einem verwundeten Soldaten war ein häufiges Motiv der NS-Kriegsfotografie. Kompositorisch befindet sich der Mann zwischen einer dunklen und einer hellen Sphäre. Die dunkle

ist von Kriegsgewalt geprägt, die helle von weiblicher Fürsorge. Die Platzierung der Kriegsausrüstung legt nahe, dass der Verwundete zuvor gekämpft hat und nach Genesung weiterkämpfen wird. Die im Foto dunkel gehaltene Seite steht in diesem Sinne für kriegerische Männlichkeit, die auch bei Verwundungen den Kampf nicht aufgibt. Die helle Sphäre bleibt hingegen von Gewalt verschont. Sie zeigt eine unversehrt, kräftige Frau, die sich um den verletzten Soldaten kümmert. Die helle Sphäre symbolisiert einen weiblichen, heilenden Gegensatz zur Kriegsgewalt. Im Dienst für die Soldaten sorgt sich die Krankenschwester um deren

Wohlergehen und für ihre Kampffähigkeit und bleibt zumindest in diesem Foto selbst von der Kriegsgewalt verschont.

Frauen waren, unter anderem als Krankenschwestern, direkt an der Kriegsfront im Einsatz. Die in deutschen Illustrierten zunächst errichtete Einteilung in männliche Front und weibliche Heimat ließ sich mit den Kriegsjahren zusehends weniger aufrechterhalten. Kriegsversehrtheit traf zunehmend auch Frauen. Am Ende blieb in den Fotoillustrierten als primäres Unterscheidungsmerkmal der Geschlechtergegensätze nurmehr, dass Männer im Gegensatz zu Frauen aktiv Gewalt anwandten.



De

Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

Die junge Dame, 13.5.1941 (9,19), S. 2-3.

### Heldinnen:

„Da werden Frauen zu Heldinnen“ – selbst dort, wo nationalsozialistische Frauenzeitschriften den Einsatz von Frauen als Schwerstarbeit von „Kameraden“ heroisierten, stellten sie klar, dass die eigentlichen Helden Männer waren. „Heldinnen“ konnten Frauen werden, indem sie die Kampfbereitschaft der Männer unterstützten. Zwar ist die Erzählung vom Tod der Hertha Tietz eine Heroisierung in Kurz- und Reinform: „Sie gab ihre Schwimmweste, obwohl sie nicht schwimmen konnte, einem Soldaten, dem dadurch das Leben gerettet wurde.“ Das Leben des männlichen Soldaten aber war wertvoller.

Dennoch trugen solche Artikel dazu bei, die Polarisierung zwischen männlichen Helden an der Kriegsfrente und weiblichen Verehrerinnen an der Heimatfront in Aushandlung zu bringen: Heroisches Verhalten war nicht mehr uninterfragt das Alleinstellungsmerkmal der Männer. In der Heimat arbeiteten während des Krieges viele Frauen in typischen Männerberufen. Dies konnte bei Männern auch zu der Befürchtung führen, dass die gesellschaftliche Stellung des Mannes nach Kriegsende eine andere sein werde.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

*Illustrierter Beobachter, 3.8.1939 (3.8.),  
S. 1206-1207.*

## Vernichtungskrieg und

### Antisemitismus:

Schon vor dem Überfall der Wehrmacht auf Polen am 1. September 1939 stellten deutsche Medien jüdische Menschen als Gefahr dar. Dieser antisemitische Bildbericht betont, dass viele von ihnen in Polen lebten. Er behauptet, sie seien unzivilisiert, würden in Schmutz und Verwahrlosung leben und „sich epidemisch ausbreiten“. Der Begriff „Europas Pestherd“ weckt Assoziationen an eine ansteckende Seuche, die

alle anderen europäischen Menschen in Gefahr bringe. Mit diesem fingierten Opfernarrativ aus menschenverachtenden Behauptungen begründete die nationalsozialistische Propaganda brutale und mörderische Gewalt gegen jüdische Menschen, die sie als Heldentat ausgab. Denn – so die Propaganda – sie diene nicht nur der Rettung Deutschlands, sondern der ganzen Welt.

De

Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

„Der Polenterror geht weiter!“, in: Berliner  
Illustrierte Zeitung, 7.9.1939 (48.36), S. 1482,  
Foto: Urheber uneindeutig.

Der Überfall auf Polen:

Die Berliner Illustrierte Zeitung schilderte den Überfall der deutschen Wehrmacht auf Polen am

1. September 1939 als Selbstverteidigung. Sie illustrierte die Behauptung mit Fotografien wie dieser, die volksdeutsche Frauen und Kinder in Begleitung von deutschen Ordnungspolizisten und einem SS-Mann zeigt. Bild und Beschriftung legen nahe, dass Frauen und Kinder vor Drangsalierungen durch Polen gerettet werden mussten.

Nicht zufällig sind hier Ordnungspolizisten und SS gemeinsam auf dem Foto zu sehen: Bereits im August 1939 waren Angehörige von Geheimer Staatspolizei, Sicherheitsdienst,

Ordnungspolizei und SS nahe der polnischen Grenze versammelt worden. Diese Einheiten bildeten fünf Einsatzgruppen, die dem Oberkommando des Heeres unterstellt und den fünf für den Polenfeldzug vorgesehenen Armeen zugeordnet wurden.

Die genaue Befehlslage der Einsatzgruppen ist in der Forschung umstritten. Ihr Auftrag war die „Bekämpfung aller reichs- und deutschfeindlichen Elemente im Feindesland“. Schon zu Kriegsbeginn ermordeten die Einsatzgruppen mehr als 60.000 polnische Zivilisten, gezielt Angehörige der akademisch gebildeten Elite und jüdische Menschen.

Über die Dauer des Krieges töteten Deutsche etwa 2,7 Millionen der rund 3,4 Millionen Menschen jüdischen Glaubens oder jüdischer Herkunft, die im Vorkriegspolen gelebt hatten. Damit zerstörten sie auch die polnische jüdische Kultur fast vollständig.

De

## Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

„Das sind Churchills Bundesgenossen/... und ihre Taten“ und „Das sind Vier/ die in 25 Minuten 16 Panzer zerschossen!“, in: Berliner Illustrierte Zeitung, 17.7.1941 (50.29), S. 764-767.

## Wohltäter und Übeltäter:

Vor allem Illustrierte kontrastierten in ausführlichen Bildstrecken heroisierende Darstellungen der Wehrmacht und dämonisierende Darstellungen der Kriegsgegner. Helden wirken noch heroischer in der direkten Gegenüberstellung mit einem als gefährlich oder verachtenswert dargestellten Gegenspieler.

Unter der Überschrift „Das sind Churchills Bundesgenossen ...“ machten z.B. vier diffamierende Porträts die Allianz gegen Deutschland als slawisch, debil und

jüdisch lesbar. Die Fotos der gegenüberliegenden Seite sollten auf drastische Weise veranschaulichen, was angeblich überall dort geschehe und geschehen werde, wo die deutsche Wehrmacht noch nicht einmarschiert war.



De

## Analyse

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

***Aus lizenzrechtlichen Gründen  
kann die Abbildung in der  
Online-Publikation nicht gezeigt  
werden.***

***For licensing reasons, the image  
cannot be shown in the online  
publication.***

*Illustrierter Beobachter, Sondernummer: Englands Schuld (1940), S. 26.  
Berliner Illustrierte Zeitung, 7.10.1943 (52.40), S. 472.*

### NS-Heldentum und britische Kolonialherrschaft:

Deutsche illustrierte Zeitschriften thematisierten und kommentierten den gesamten Zeitraum des Krieges hinweg die Verbrechen der britischen Kolonialherrschaft, vor allem in Indien. Mehrfach wurden Fotos von ausgehungerten Inder:innen publiziert, von 1939/40 bis zur großen Hungersnot in Bengalen im damaligen Britisch-Indien 1943, in deren Folge schätzungsweise 1,5 bis 4 Millionen Menschen starben.

Zynische Beiträge wie diese sollten Empörung über einen verbrecherischen Charakter der Kriegsgegner schüren und gleichzeitig andeuten, dass Deutsche zu einem vergleichbaren Umgang mit Menschen niemals in der Lage wären.



Alle sprechen von Held:innen und meinen oft Unterschiedliches. Heroisierung funktioniert nach immer gleichen Prinzipien. Heldenerzählungen setzen sich aus neun Bausteinen zusammen – wenn auch in unterschiedlichem Maß. Die „Steckbriefe“ verbinden alle Fallbeispiele dieser Ausstellung.

### PUBLIKUM

Das auf den ersten Blick einfache Schema – deutsche Soldaten kämpfen angeblich zum Schutz der Schwächeren gegen weltbedrohende Feinde – konnte sehr unterschiedliche Botschaften an sehr disparate Publika senden: 1) In der Heimat: Mobilisierung und Rekrutierung neuer Soldaten, emotionale Unterstützung und Bindung zwischen Heimat und Front. 2) In der Wehrmacht: Aufrechterhaltung der Moral; Steigerung der Bereitschaft, im Krieg bis zum Äußersten zu gehen. 3) In den besetzten Gebieten: Legitimierung der Besatzung. 4) Gegenüber den anderen kriegführenden Staaten Abschreckung; gegenüber Jüdinnen und Juden sowie Sinti\*zze und Rom\*nja in Europa eine furchtbare Drohung. 5) Gegenüber den Achsenmächten: Bündnisstärkung.

## De Steckbrief

### MEDIALISIERUNG

Zeitungen, Zeitschriften, Wochenschauen, Plakate, Spielfilme, Romane, Wunschkonzerte im Radio, Schaufensterdekorationen usw., aber auch Uniformen und Orden (auf Familien-, Privatfotos) oder Propagandagroßaktionen, Reden ausgewählter Soldaten (meist ideologisch treue Ritterkreuzträger), Helden-gedenktag, usw.

Nähe zu den Helden statt Distanz, Glanz und Größe der Helden bestimmten die Heroisierung der Wehrmacht, sodass in den Darstellungen immer auch der eigene Bruder, Vater, Freund, Liebhaber, Ehemann etc. erkannt werden konnte – so spiegelte sich die Heroisierung der Wehrmacht auch in privaten Erinnerungen in Fotoalben, Tagebüchern, Briefen etc.

HANDLUNGSMACHT

1) Legitimation entgrenzter Gewalt; 2) Massenmobilisierung; Ästhetik und Ethik von Abhängigkeiten im Sinne eines nationalsozialistischen Ideals privater Beziehungen: einer für alle und alle für einen; ohne den Einsatz des Einzelnen ist das Überleben der Nahestehenden in Gefahr als wirksame Narrative, damit die Unterstützung der Deutschen zum Massenvernichtungskrieg nicht nachlässt.

EINSATZ

Eigenes Leben – für die Liebsten in der Heimat, für die Volksgemeinschaft, aber vorgeblich auch für die Schwachen in der Welt

KAMPF

Physisch mit Waffen und ideologisch durch die Heroisierung der Wehrmacht und der SS

## De Steckbrief

### GRENZÜBERSCHREITUNG

1) Todesgefahr an der Front; 2) Durch die Kriminalisierung und Diffamierung der Gegner wurde Gewalt auch entgegen gültiger Rechtsordnungen oder traditioneller Militärethik gerechtfertigt und zur heroischen Tat verklärt; die Heroisierung der Wehrmacht wurde damit auch zu einer (von vielen) Voraussetzungen für Holocaust und Vernichtungskrieg und als fester Bestandteil der NS-Ideologie auch in den NS-Antisemitismus eingeschrieben.

### POLARISIERUNG

1) Gute Deutsche gegen kriminalisierte Feinde; 2) Wehrhafte Männer gegenüber starken Frauen: Gewaltausübung statt -erfahrung wird zum Unterschied zwischen den durch den Krieg erneut binarisierten Geschlechtern.

**VORBILD**

Vorbild für die Heroisierung der Wehrmacht war das Ideal des „politischen Soldaten“ aus der sogenannten Kampfzeit der NSDAP in der Weimarer Republik. Dieses auf Gewaltausübung fixierte politisch-soldatische Heldentum war vor dem Überfall auf Polen in der sogenannten Kampfzeit mit dem SA-Mann und unter Rückgriff auf den Frontsoldaten des Ersten Weltkriegs als politischem Soldaten auf die Wehrmachtssoldaten übertragen worden. Die Verbindung von Gewalt und Männlichkeit, die seit Kriegsbeginn alle wehrfähigen Männer zum heroischen Soldatentum verpflichtete, wurde in der NS-Propaganda bis Kriegsende im Bild des „Volkssturms“ schrittweise auf die gesamte NS-Gesellschaft übertragen; in der Frontzeitschrift *Der Panzerbär* galt dies kurz vor der Kapitulation auch für Frauen.

**MASKULINITÄT**

1) Kriegserfahrung wurde zu Beginn des Krieges zum Unterscheidungsmerkmal zwischen Männlichkeit und Weiblich-



## De            Steckbrief

keit; mit der Intensivierung des Luftkrieges gegen Deutschland und dem Näherrücken der Front teilten auch Frauen die Gewalterfahrung, während die Gewalttat den Männern vorbehalten blieb; 2) Patriarchale Struktur bleibt erhalten durch die Bringschuld der Frauen angesichts des höheren Todesrisikos der Männer an der Front, letztlich durch die allen Männern unterstellte Bereitschaft, zum Schutz der Frauen auch präventiv gewalttätig gegen Feinde zu werden.

- 12 Burkhard Sülzen, Berlin - [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de)
- 13 Burkhard Sülzen, Berlin - [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de)
- 14 MHM, BBAN6189
- 16 Oberpfälzer Volkskundemuseum Burglengenfeld
- 18 Oberpfälzer Volkskundemuseum Burglengenfeld
- 20 © Axel Springer SE
- 22 © Axel Springer SE
- 24 MHM (oben) / © Axel Springer SE (unten)
- 26 MHM, Z 612-1939,S2 (links) / © Axel Springer SE (rechts)



39	Key Statement
41	Context
43	Analysis
63	Profile



Size is relative. For this reason, the attribution of heroic greatness requires contrast figures which are deprived of such greatness. In times of war, this is done through friend-foe polarisations. By referencing those who are weaker and in need of protection, it can lead to a second heroic polarisation between powerful men and defenceless women in need of protection.

In Nazi propaganda, the double polarisation of friends – enemies and protectors – vulnerable persons in the heroisation of *Wehrmacht* and SS formed an emotional basis for the Holocaust, the Porajmos, the crimes against Russian prisoners of war and the crimes against the civilian population in the Soviet Union.



## HERO CULT IN NATIONAL SOCIALISM

From ancient times to the 19th century, the worship as a military hero was mostly reserved for individual commanders. In the German states, it was only with the volunteer units of the so-called Wars of Liberation and the introduction of universal conscription in the 19th century that common men were conceivable as military heroes. But even during World War I, for instance in the hero cult surrounding Field Marshal Hindenburg and General Ludendorff, the German side only mentioned individual officers by name.

A special manifestation of the worship of military personnel was the propagandistic heroisation of the *Wehrmacht* and the *Schutzstaffel* (SS) during World War II. As a collective, they were heroised in a two-fold-polarising manner: on the one hand as superior soldiers against a dangerous and at the same time “inferior” enemy, and on the other hand as strong protectors of the German women, who were said to be strong as well, but had to be protected from physical violence.





## HEROISED AS SOLDIERS AND AS MEN

National Socialist propaganda was particularly aimed at Jewish and Eastern European people. They were portrayed as brutal, uncivilised, uncontrollably growing groups, and a threat to the culturally superior Germans. After Great Britain and the United States joined the war, their populations were portrayed as vain, self-centred, egoistic and ruthless, unable to function in a community. And as far as the Soviet Union, the other great enemy, was concerned, the individual fell victim to the preservation of the collective. Defamations such as these were combined with the representation that in view of such enemies the alleged natural female nature of German women was particularly endangered and in need of protection.

Thus, from the beginning of the war, two different polarisations were used for mobilisation in the German Reich: The friend-foe polarisation described the military conflict as a fight of the heroic German soldiers against dishonourable criminals. The other polarisation compared the front and the

homeland: powerful German men in contrast to German women whose physical integrity was under threat.

The members of the Wehrmacht and the SS were not only heroised as soldiers but also as men. Every single soldier was called upon as part of the collective to fight the enemy with the argument to protect the existence of the entire people. According to this narrative, the German people could only be secured in the long term by conquering and securing "living space in the East" and "Germanizing" it. This idea was based on the exploitation and decimation of the populations living there. They were defamed as "subhumans". The demonisation and dehumanisation of Soviet citizens and Europeans of Jewish faith and origin ultimately resulted in war crimes and genocide.

The National Socialist racial ideology, coupled with both polarisations, set in motion an escalating dynamic. Everything that served the supposed well-being of the "Aryan German people" and the defeat of the opponents was declared an indispensable heroic duty for the SS and the Wehrmacht, even if it involved enslaving or killing millions of people. Therefore, according to Re-

*ichsführer* SS Heinrich Himmler, the harshness of *Wehrmacht* and SS men against themselves was heroic when “foreign” babies and children were to be killed.

The illustrated German newspapers did not mention such “heroism”. By intertwining the female-represented homeland and the male-visualised war front, they evoked the German “ethnic community”. Their task was to entertain their readers and to encourage the belief in a hard but just fight. The magazines portrayed the German soldiers both as heroic fighters against the enemy and as male protectors of the endangered female part of the community.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

*"Infanterie / Königin der Waffen!" (Infantry / Queen of Arms!), illustrated wall paper of the Reichspropagandaleitung (Central Party Propaganda Office of the NSDAP), 22-28 November 1942 (46/42).*

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

„Über allem steht die Infanterie!“ (Above all,  
there is the infantry!), illustrated wall paper  
of the Reichspropagandaleitung of the  
NSDAP, 29 November – 5 December 1942  
(47/42).

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

*“Männer, Helden, Grenadiere!” (Men, heroes,  
grenadiers!), illustrated wall paper of the  
Reichspropagandaleitung of the NSDAP, 6  
-19 December 1942 (49/42).*

### Large-Scale Propaganda

#### Actions:

A major propaganda campaign that took place between November 1942 and March 1943. It used posters to divert the attention of the German population from other branches to the infantry. Above all, bearers of the Ritterkreuz (Knights Cross), but also carefully selected simple assault team soldiers, were given one to two weeks of front leave. Their task was to give public speeches or engage in personal conversations in line with the campaign at home, for example with workers in armaments companies.

In this case, the heroisation of the Wehrmacht was carried out in a targeted

manner by establishing a sense of proximity. In their demeanour and presentations, the speakers always sought to make the audience recognize their own brother, father, friend, lover, husband etc. In this way, a masculine ideal was also displayed: the infantrymen who faced danger of death at the front were portrayed as attractive, young, courageous and honourable. At the same time, this propaganda campaign also reinforced the belief that the lives of women in their home country depended on the actions of men on the front.



En

## Analysis

Die junge Dame (The Young Lady), 13.5.1941  
(9.19), S. 3.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen  
kann die Abbildung in der  
Online-Publikation nicht gezeigt  
werden.***

***For licensing reasons, the image  
cannot be shown in the online  
publication.***

### Male front, female homeland?

The photo was published in May 1941, about two months before the Wehrmacht attacked the Soviet Union. It shows a German soldier and a German nurse in a field hospital. The interacting bodies as well as the gesture and the direction of the woman's gaze give the impression of an intimate and trusting connection. A nurse turning towards a wounded soldier was a frequent motif in Nazi war photography. In terms of composition, the man is located between a dark and a bright sphere. The dark sphere is characterised by the violence of war, the bright one by female care. The arrangement of the military equipment suggests

that the wounded soldier has fought before and will continue fighting after he has recovered. The dark side in the photograph symbolises military masculinity, which suggests that the soldier does not give up the fight, even when wounded. The bright sphere, on the other hand, is not affected by violence. It shows an unharmed, powerful woman who takes care of the wounded soldier. The bright sphere symbolises a female, healing contrast to the violence of war. In the service of the soldiers, the nurse takes care of their well-being and their combat capability and, at least in this photograph, is not affected by the violence of war.

Women were deployed

directly on the war front, including as nurses. The division into male front and female home, which was initially established in German magazines, became increasingly difficult to maintain as the years of war progressed. War-related injuries increasingly affected women as well. In the end, the primary distinguishing feature of gender differences that remained in the photo magazines was that, in contrast to women, men engaged actively in violence.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

Die junge Dame (The Young Lady), 13 May  
1941 (9.19), pp. 2-3.

### Heroines:

“Da werden Frauen zu Heldinnen” (Women becoming Heroines) – even where National Socialist women's magazines heroised the employment of women as hard working “comrades”, they made it clear that the actual heroes were men. Women could become “Heroines” by supporting the men's readiness for combat. The narrative of Hertha Tietz's death is a short and pure form of heroisation: “She gave her life jacket, although she could not swim, saving his life.” However, the life of the male soldier was more valuable. Nevertheless, such articles helped to negotiate the polarisation between male

heroes on the war front and female admirers on the home front: heroic behaviour was no longer the unquestioned exclusive characteristic of men. During the war, many women at home worked in typical male occupations. This could raise concerns among men that the social status of men would be different after the war.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die Abbildung  
in der Online-Publikation nicht gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be shown  
in the online publication.***

*Illustrierter Beobachter (Illustrated  
Observer), 3 August 1939 (3 August), pp.  
1206-1207.*

War of Annihilation and  
Anti-Semitism:

Even before the Wehrmacht attacked Poland on 1 September 1939, German media portrayed Jewish people as a threat. This anti-Semitic picture report emphasises that many of them lived in Poland. The article claims that they are uncivilised, live in dirt and “spread like an epidemic”. The term “Europas Pestherd” (Europe’s source of the Plague) evokes associations of an infectious disease that puts

all other Europeans at risk. The National Socialist propaganda used this fabricated victim narrative based on inhuman claims to justify brutal and murderous violence against Jewish people, which it portrayed as heroic. Because, according to the propaganda, it did not only serve to save Germany but the entire world.

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

*“Der Polenterror geht weiter!” (The Polish  
terror continues), in: Berliner Illustrierte  
Zeitung, 7 September 1939 (48.36), p. 1482,  
Photo: The author is unclear*

### The attack on Poland.

The *Berliner Illustrierte Zeitung* described the attack of the German *Wehrmacht* on Poland on 1 September 1939 as self-defence. It illustrated the claim with photographs such as this one, which shows German women and children accompanied by German police officers and an SS man. The picture and description suggests that women and children had to be saved from being harassed by Poles.

It is not by coincidence that uniformed policemen and SS are shown together in the photo: Already in August 1939, members of the Secret State Police, Security Service, Police and SS had been gathered near the Polish

border. These units formed five task forces, which were subordinate to the *Oberkommando des Heeres* (Army High Command) and assigned to the five armies earmarked for the Polish campaign.

The exact orders for the task forces is subject to controversy in research. Their mission was to “fight all elements opposed to the Reich and Germany in enemy territory”. Already at the beginning of the war, the task forces murdered more than 60,000 Polish civilians, targeting specifically members of the social elite, academics and Jewish people. Over the course of the war, Germans killed about 2.7 million of the

approximately 3.4 million people of Jewish faith or Jewish origin who had lived in Poland before the war. In doing so, they also almost completely destroyed Jewish culture in Poland.



En

## Analysis

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

*"These are Churchill's allies/... and their deeds" and "There is four of them who shot down 16 tanks in 25 minutes!" in: Berliner Illustrierte Zeitung, 17 July 1941 (50.29), pp. 764-767.*

### Benefactors and Culprits:

Illustrated magazines in particular contrasted heroic representations of the Wehrmacht with demonising representations of the enemies. Heroes appear even more heroic in their direct contrast with an adversary depicted as dangerous or despicable. Under the heading “These are Churchill's allies ...”, for example, four defamatory portraits depicted the alliance against Germany as

Slavic, feeble-minded and Jewish. The photos on the opposite side were intended to vividly illustrate what was happening and would happen everywhere where the German Wehrmacht had not yet invaded.

En

## Analysis

***Aus lizenzrechtlichen Gründen kann die  
Abbildung in der Online-Publikation nicht  
gezeigt werden.***

***For licensing reasons, the image cannot be  
shown in the online publication.***

***Aus lizenzrechtlichen Gründen  
kann die Abbildung in der  
Online-Publikation nicht gezeigt  
werden.***

***For licensing reasons, the image  
cannot be shown in the online  
publication.***

*Illustrierter Beobachter (Illustrated Observer), special issue: Englands  
Schuld (England's Guilt), (1940), p. 26.  
Berliner Illustrierte Zeitung, 7 October 1943 (52.40), p. 472.*

## Nazi Heroism and British Colonial Rule:

German illustrated journals discussed and commented on the crimes of British colonial rule, especially in India, throughout the entire war period. Photographs of starving Indians were published several times, from 1939–40 to the great famine in Bengal in British India in 1943, resulting in an estimated 1.5 to 4 million deaths. Cynical articles like these

were intended to stir up outrage about the allegedly criminal character of the enemies and at the same time suggest that Germans would never be able to treat people in a comparable way.

**En**

**Analysis**

Everyone talks about heroes and often means different things. Heroisation always works according to the same principles. Heroic narratives are made up of nine components – albeit to varying degrees. The "profiles" link all the case studies in this exhibition.

#### AUDIENCE

What at first glance appears to be a simple scheme – German soldiers supposedly fighting to protect the weak against enemies that threaten the world – could convey varied messages to a highly diverse audience: 1) At home: mobilisation and recruitment of new soldiers, emotional support and ties between home and front. 2) In the *Wehrmacht*: maintaining morale; increasing the willingness to go to the extreme in times of war. 3) In the occupied territories: legitimisation of the occupation. 4) Deterrence of the other warring states; a dreadful threat to Jews as well as Sinti and Roma communities in Europe. 5) In relation to the Axis powers: strengthening of the alliance.

## MEDIALISATION

Newspapers, magazines, newsreels, posters, feature films, novels, request concerts on the radio, shop window decorations, etc., but also uniforms and medals (on family and private photographs) or major propaganda campaigns, speeches given by selected soldiers (mostly ideologically loyal bearers of the Ritterkreuz [Knight's Cross]), Heldengedenktag (Day of Commemoration of Heroes), etc.

Proximity to heroes instead of distance, glory and greatness of heroes determined the heroisation of the *Wehrmacht*, so that also the own brother, father, friend, lover, husband, etc. could be recognised in the depictions – thus the heroisation of the *Wehrmacht* was also reflected in private memories in photo books, diaries, letters, etc.

AGENCY

1) Justification of unrestrained violence; 2) Mass mobilisation; aesthetics and ethics of dependencies in the sense of a National Socialist ideal of private relations: one for all and all for one. Without individual commitment, the survival of those close to us is at risk - effective narratives aimed at preventing waning German support for the war of mass annihilation.

COMMITMENT

Own life - for the loved ones at home, for the ethnic community, but allegedly also for the weak in the world.

FIGHTING

Physically with weapons and ideologically through the heroisation of the Wehrmacht and the SS.



**CROSSING BOUNDARIES**

1) Danger of death at the front; 2) The criminalisation and defamation of the enemies also justified violence contrary to established legal systems or traditional military ethics and elevated it to an act of heroism. Thus, the heroisation of the *Wehrmacht* became one (of many) preconditions for the Holocaust and the war of annihilation and served as an integral part of Nazi ideology, including their anti-Semitic beliefs.

**POLARISATION**

1) Good Germans against criminalised enemies; 2) Defensive men in contrast to strong women: using instead of experiencing violence becomes the difference between the genders once again binarised by the war.

## ROLE MODELS

The ideal of the “political soldier” from the so-called combat period of the NSDAP in the Weimar Republic served as a role model for the heroisation of the *Wehrmacht*. This type of politico-military heroism, which was focused on exercising violence, had been transferred to the *Wehrmacht* soldiers before the attack on Poland during the so-called combat period with SA men and using the front soldiers of World War I as political soldiers. The combination of violence and masculinity, which since the beginning of the war obliged all men capable of fighting to become heroic soldiers, was gradually transferred to the entire Nazi society in Nazi propaganda until the end of the war in the image of the *Volkssturm* (Home Guard); in the front journal *Der Panzerbär*, this also applied to women shortly before the capitulation.

## MASCULINITY

1) At the beginning of the war, experience of war became the distinguishing feature between masculinity and femininity. With the intensification of the air war against Germany and the approaching front, women also shared the experience of violence, while the act of violence remained reserved for men; 2) The patriarchal structure is maintained by the obligation of women given the higher mortality risk of men at the front, and ultimately due to the presumed willingness of all men to use preemptive violence against enemies in order to protect women.

## Credits

En

- 46 Burkhard Sülzen, Berlin - [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de)
- 47 Burkhard Sülzen, Berlin - [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de)
- 48 MHM, BBAN6189
- 50 Oberpfälzer Volkskundemuseum Burglengenfeld
- 52 Oberpfälzer Volkskundemuseum Burglengenfeld
- 54 © Axel Springer SE
- 56 © Axel Springer SE
- 58 MHM (top) / © Axel Springer SE (bottom)
- 60 MHM, Z 612-1939,S2 (left) / © Axel Springer SE (right)