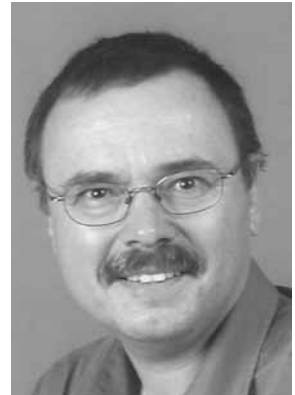


Dirk Schindelbeck

## In der Propaganda-Werkstatt Beeinflussungs-Alltag in den Junkers-Flugzeug- werken zwischen 1942 und 1944



*Dass das nationalsozialistische Unrechtssystem seine Macht zu erheblichem Teil effektiver Propaganda verdankte, ist allgemein bekannt. Martialische Aufmärsche und Paraden im öffentlichen Raum, der Führer Adolf Hitler als ebenso perfekt wie perfide inszenierte Ikone, die Instrumentalisierung neuer Medien wie Rundfunk und Film, an niedrigste Instinkte appellierende Kinomachwerke wie „Triumph des Willens“ oder „Jud Süß“ und nicht zuletzt die diabolische Figur des Propagandaministers Joseph Goebbels selbst – all das fügt sich ein in ein hermetisches System totaler Massenbeeinflussung in einem totalitären Staat. Weniger bekannt hingegen ist, wie präsent die NS-Propaganda selbst im Betriebsalltag war und welcher Mittel sie sich dabei bediente.*

Wir wollen uns einmal in eine solche „Propagandawerkstatt“ begeben und uns aus der Nähe anschauen, wie Beeinflussungsarbeit „vor Ort“ konzipiert und realisiert wurde, auch wenn sie in diesem Fall gar nicht Propaganda, sondern nur unverdächtig „Innerbetriebliche Werbung“ hieß. Was dabei zutage gefördert wird, offenbart eindrucksvoll, dass es keineswegs nur die gelenkte Massenbeeinflussung „von oben“ gab, sondern dass sie in den Betrieben durch die Aktionen jener Hunderte von „Hitlers willigen Vollstreckern“ (Daniel Goldhagen) ergänzt, variiert, komplettiert und in ihrer Wirkung vermutlich multipliziert wurde.

Schon lange vor Kriegsausbruch galten die Junkers-Flugzeugwerke in Dessau in Hinsicht auf den Standard ihrer sogenannten „innerbetrieblichen Werbung“ als musterhaft. Hier kam man der Vorgabe, den „Kampf um die Seele des Gefolgschaftsmitglieds“ anzugehen und mit den „eingesetzten werblichen Maßnahmen den Gefolgsmann werbend zu zwingen, bis zum letzten für das Werk seine Pflicht zu erkennen“, besonders engagiert nach („Junkersmann, auf dich kommt’s an!“). Ziel waren neben der Steigerung der Qualität der Erzeugnisse die Verbesserung der Arbeitsabläufe, das Vermeiden von Ausstoß sowie die Optimierung der betrieblichen Organisation.

Am Beispiel des Werbefachmanns Hans Robert Noske (1914-1992), der von Februar 1942 bis zur Jahreswende 1944/45 in diesem kriegswichtigen deutschen Großbetrieb tätig war, lassen sich erstmals Einblicke in eine solche Propagandawerkstatt

geben.<sup>1</sup> Noske sollte es über seine Tätigkeit als verantwortlichem Werbefachmann auch gelingen, bis wenige Monate vor Kriegsende in diesem Betrieb zu verbleiben. Dazu war freilich unumgänglich, seine Unentbehrlichkeit zu beweisen, was angesichts der immer aussichtsloseren Kriegslage stets steigende Anforderungen an ihn stellte, und ihn - bei zugleich schwindenden Mitteln - zu immer phantasievolleren und spektakuläreren Propaganda-Aktionen anspornte. Auf der Grundlage seiner detaillierten Aufzeichnungen<sup>2</sup> über seine Beeinflussungsarbeit lässt sich so ein differenziertes Bild aus der Sicht eines Werbefachmanns „vor Ort“ unter den Rahmenbedingungen des totalen Krieges zeichnen.

## Phase 1: Verdeckte Recherche im Gefolgschaftskörper

Zwischen dem 10. und dem 27. Februar 1942 war Hans Robert Noske zum ersten Mal in den Junkers-Flugzeug- und Motoren-Werken in Dessau beschäftigt – eingestellt als Hilfsarbeiter zu einem Stundenlohn von 0,70 RM. In Wahrheit jedoch war er in diesen zwei Wochen ein Agent, eingeschleust, um „einmal die Stimmung und die Arbeitsbedingungen von unten her zu untersuchen, um so einen besseren Weg zu den Gefolgsmännern zu finden, als er durch die Werbe- und Druckmittel von oben her eingeschlagen wird.“ Penibel protokollierte er seine Erlebnisse in einem Tagebuch unter dem Titel „14 Tage Hilfsarbeiter in der Jumo“. Für ihn sollten diese Unterlagen bald zu einer Fundgrube werden, aus welcher er sich während der folgenden knapp drei Jahre bediente, um diverse Propagandaaktionen daraus zu entwickeln. Von Haus aus Setzer, Drucker und Fachkaufmann, hatte Noske zuvor die Höhere Reichswerbeschule in Berlin besucht - mit dem Ziel, sich zum Werbefachmann ausbilden zu lassen und den Lehrausweis zu erhalten.<sup>3</sup> Mit Bedacht hatte er

<sup>1</sup> Hans Robert Noske, am 10. 9. 1914 in Borna geboren, starb am 11. 1. 1992 nach längerer Parkinson-Erkrankung in Stuttgart. Nach Berufsausbildung als Setzer, Drucker und Fachkaufmann besuchte er die Höhere Reichswerbefachschule in Berlin und erlangte 1938 den Lehrausweis. Anschließend trat er in die Werbeabteilung der Kupperberg-Sektkellerei in Mainz ein. Nach eigener Aussage machte er sich 1944 als Werbeberater selbständig, was er auch nach dem Zweiten Weltkrieg blieb. Als Werbeberater BDW war er von 1958 bis 1972 Mitinhaber der Europa-Werbeagentur Stuttgart.

<sup>2</sup> Es handelt sich im Einzelnen um: Tagebuch „14 Tage Jumo“ Februar 1942; Schnellhefter „Wir verbessern weiter“ September 1942; zwei Klemm-Mappen „Die Werbemittel der innerbetrieblichen Werbung, Junkers-Flugzeug- und Motorenwerke AG Dessau“, 1942/43; Exposé „Junkers Bummelanten-Aktion“ 1943; Exposé „Wäge deine Worte“, 17. Juni 1944; Tagebuch Vierloch-Ordner „Wo liegt Werk X“, September 1944; Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg kwaf.

<sup>3</sup> Vgl. Alexander Zschiedrich: Die höhere Reichswerbeschule 1932-1945. Hausarbeit zur Erlangung des Akad. Grades „Diplom-Kommunikationswirt“ an der Universität der Künste Berlin, Berlin 2005.

bei seinem Eintritt zu Junkers als angeblichen Beruf „Buchdrucker“ - nicht allzu weit von seinem eigentlichen Werdegang entfernt – gewählt. Als solcher, so wird nun gegenüber den Arbeitskollegen verlautbart, sei er vom Arbeitsamt Borna hierher dienstverpflichtet worden. Unterkunft findet Noske auf eigenen Wunsch im Werkheim (auch hier will er Studien über das Denken und Fühlen der Kameraden anstellen), sein Arbeitsplatz ist zunächst das Stamm-Motorenwerk in Dessau. Schon beim ersten Kontakt am Arbeitsplatz wird dem angeblichen Buchdrucker, da ja „dienstverpflichtet“ - und schon deswegen allgemein bedauert – ein hohes Maß an Vertrauen entgegengebracht. Umgekehrt fällt sein erster Eindruck vom Geist der Belegschaft auch recht positiv aus. Zumindest oberflächlich herrschen große Disziplin und Ruhe, auch wenn darunter vieles zu gären scheint. Dass die Kollegen im Werkheim in ihren Spinden ungeniert Aktfotos neben Führerbilder geklebt haben, sie auf Messer und Gabel verzichten und sich die Wurst mit dem Taschenmesser lieber aus der Pelle kratzen, verzeichnet er zwar, doch es stört ihn nicht. Noske erfährt aber auch schon am ersten Tag, welche Tücken sein Inkognito für ihn bereit hält. Schon die einfache Frage eines Meisters, wie viel er denn zuvor als Buchdrucker verdient habe, bringt ihn in Erklärungsnot. Hastig nennt er einen Betrag, der dem Reallohn eines Druckers offensichtlich in etwa entspricht - der Meister scheint keinen Verdacht geschöpft zu haben. Abends im Werkheim die nächste Klippe: Als er seinen Schlafanzug aus dem Koffer holt, erregt dies ungläubiges Staunen bei den Kollegen. Hier schläft jeder in seiner Unterwäsche. Doch Noskes Befürchtungen, sein Verhalten könnte ihn verdächtig machen, bestätigen sich nicht. Er notiert: „Ich unterhalte mich, wo möglich, weiter mit den Kameraden und erfahre manches interessante Schicksal. Der Endeffekt fast jeder Unterhaltung ist die Frage nach dem Ende des Krieges“. Diese Frage scheint viele im Tiefsten zu bewegen - offene Zweifel am „Endsieg“ freilich werden (Februar 1942!) nie formuliert.

Nach nur zwei Tagen wird er angesprochen: „Sag mal, Kamerad, es heißt, du wärst als Verwundeter von Formosa hierher gekommen?“ Noske ist über diese Frage geradezu verblüfft, doch er hütet sich, seine Verwunderung zu zeigen. Hier scheint er auf ein Phänomen gestoßen zu sein, das ihn bis zum Ende seiner Tätigkeit bei Junkers nicht mehr loslassen und dessen Bekämpfung zu seiner wichtigsten Aufgabe werden wird: Gerüchte, Geschwätz und deren gefährliche Folgen. Gleich versucht er, die Entstehung des Gerüchts zu rekonstruieren: Der Meister hat irgendeinem erzählt, dass ein ‚Neuer‘ angekommen sei, wobei ihm eine Bemerkung herausgerutscht sein muss, nach der angenommen werden musste, dass mit dem Neuen nicht alles stimme. Es galt ja als ausgemacht, dass er – in den Augen seiner Kame-

raden - als gelernter Buchdrucker ungerechterweise zum Hilfsarbeiter erniedrigt worden war. Vielleicht mag auch undeutlich das Wort „dienstverpflichtet“ gefallen sein. Noske schließt: „Der nächste weiß es dann schon ganz gewiss, dass ich verwundet und frontdienstuntauglich entlassen wurde. Durch einen weiteren Hörfehler, der sich von Mann zu Mann ständig vergrößert und ausgeschmückt wird, entsteht aus Borna einfach Formosa, eine Insel, die jetzt in der Zeitung öfters genannt wird. Wo sie liegt, interessiert niemand. Jedenfalls ist dort Krieg – das genügt. So entsteht (innerhalb zweier Tage!) aus dem Dienstverpflichteten aus Borna ein Verwundeter aus Formosa. Und zwar hat das Gerücht schon derartigen Umfang angenommen, dass sich einer entschließt, mich selber zu fragen.“

Noske registriert vieles, was ihm reichhaltige Ansatzpunkte gibt, in Zukunft Maßnahmen im Bereich der innerbetrieblichen Werbung voranzutreiben. So hört er zum Beispiel verschiedene Ansichten über die seit längerem laufende Kampagne „Eisernes Sparen“. Sie kommt überhaupt nicht an; auch bei Verheirateten ist sie so gut wie wirkungslos, selbst die Steuerbefreiung („Wenn Sie die Prämie auf Ihr ‚eisernes‘ Sparkonto überweisen lassen, dann kommt nach Kriegsende ein schöner Betrag zusammen. Mancher großer Wunsch geht dann in Erfüllung...“) bietet keinen Anreiz, sich daran zu beteiligen.<sup>4</sup> Nach wenigen Tagen geben die Gespräche an diesem Arbeitsplatz für Noske nicht mehr viel her: Hauptthema sind – „die Weiber“. Politik, Krieg, Arbeit oder gar Fortbildung werden kaum erörtert. Um an einer anderen Stelle im „Gefolgschaftskörper“ womöglich ergiebigeren Recherchen machen zu können, betreibt er nach einer Woche mithilfe eingeweihter Vorgesetzter seine Versetzung in die Revolverdreherei. Gegenüber seinen Ex-Kameraden muss sein schnelles Ausscheiden natürlich plausibel begründet werden. Also wird über ihn ausgestreut, dass er sich nicht bewährt habe, da er als Hilfseinholer nicht mit dem Geld zurecht gekommen sei. Diese Argumentation aber wird seinen Wechsel an einen anderen Arbeitsplatz kompliziert machen. Sein neuer Vorgesetzter ist skeptisch. Diesen Mann nehme er nur, wenn er dafür einen anderen (schlechteren!) von seinen Leuten abgeben könne. Das Versetzungsprojekt scheitert daran, weil schon Gerüchte über ihn, den Neuen, im Umlauf sind. Im Vorbeigehen hört er Bemerkungen der Sekretärin über ihn, die ihren Grund in seinem angeblichen Versagen (unter anderem wird kolportiert, er habe auf dümmliche Art einen Besenstiel abgebro-

<sup>4</sup> Die absolute Wirkungslosigkeit dieser Kampagne mag ein Indiz dafür sein, dass dem Versprechen, nach dem (siegreich beendeten) Krieg sei durch die verzinnten Spareinlagen die Erfüllung eines großen Wunsches möglich, in Wahrheit schon im Frühjahr 1942 kaum Glauben geschenkt wurde.



*Unausgesetzte Beeinflussung auf dem Werksgelände: Noske-Entwurf für einen Werbekiosk (1942)*

chen) am ersten Arbeitsplatz haben: „Sieht zwar ganz intelligent aus – kann aber eben doch nichts. Nicht mal kehren – toll!“

Auch ein zweiter Versuch, ihm im Entwicklungsbau eine Stelle als Materialausgeber zu verschaffen, scheitert an seinem nun schon „schlechten Ruf“. Schließlich wird er Hilfsarbeiter „Ajust“ zugeordnet. Dieser, ein einfacher Mann, meint es herzlich gut mit ihm. Also gibt er Noske gleich ein paar praktische Tipps und Tricks mit auf den Weg, die diesem das Leben bei Junkers etwas erleichtern könnten. Grundregel sei, stets stark beschäftigt auszusehen, dann habe

man die besten Chancen, so wenig wie möglich arbeiten zu müssen, natürlich in den vorgegebenen Grenzen: „Aber wenn der Meister etwas will, muss man alles stehn und liegen lassen und sofort seinen Wunsch erfüllen. Dann freut er sich und man kann später tun und lassen, was man will.“ Ein anderes ‚Gesetz‘, welches „Ajust“ ihm ebenfalls warum ans Herz legt, lautet: „Tu ja den Kameraden keinen Gefallen, denn dann kannst du immer nur springen für die und bist der Ochse.“ Schließlich teilt August ihm die Quintessenz seiner langjährigen Erfahrung als Hilfsarbeiter mit: „Bei Junkers musst du frech sein, dann bringst du's zu was!“ Abends hält Noske in seinem Tagebuch sämtliche Drückeberger-Strategien seiner Kollegen penibel fest. Deren praktische Solidarität gegen die rigiden Leistungs- und Disziplinvorgaben von oben aufzubrechen wird in den kommenden Jahren sein Hauptarbeitsgebiet werden. Umso intensiver wird er hier und jetzt noch in die Kunst eingewiesen, „wie viel Zeit man unbedingt auch zum kleinsten Gang brauchen muss, wie man es möglich macht, private Dinge nebenher zu erledigen. Man ermahnt mich, mich ja nicht zu sehr anzustrengen.“

Was Noske aber ebenso sorgfältig seinem Tagebuch anvertraut, ist die Qualität der Kantinenverpflegung; in Anbetracht der kriegsbedingten Umstände erscheint ihm das Essen bei Junkers überaus akzeptabel („Bratwurst mit eingerösteten Kartoffeln und Kraut, stets sehr reichlich auf unbeschädigten Porzellanschüsseln. Sehr ordent-

lich und schmackhaft...“). Hier lässt es sich aushalten. Nur als er einmal zwei Nachschichten hintereinander schieben muss, stellt sich Unmut ein: „Wieder kein Mittagessen, nur Brot – Brot – Brot!!!“.

Alles, was ihm die „kleinen Leute“ an ehrlichen und gutgemeinten Ratschlägen mitgaben, da sie ihn für einen der ihren gehalten haben, wird Noske in den kommenden zwei Jahren gnadenlos ausnutzen und verwerten – um seine eigene Position gegen „die da unten“ zu stärken und auszubauen. Gleichwohl sind die meisten Menschen, die er im Arbeitsprozess trifft, ehrlich bemüht, dem NS-System treu zu dienen. Der Zellenobmann der DAF (Deutsche Arbeitsfront) beispielsweise tut sich mit Eifer hervor, Meckerer zu erziehen, sowohl in politischer Hinsicht als auch in Bezug auf eine bessere Arbeitsleistung.

Einen weiteren höchst interessanten und zugleich beruhigenden Befund hält Noske in seinem Tagebuch fest: Immer dann, wenn seine Versetzung an einen anderen Arbeitsplatz betrieben wird, kommt es in Gesprächen zwangsläufig dahin, dass er sein Inkognito lüften muss. Seine Befürchtungen jedoch, fortan im Ruch eines „Agenten“ im Dienste des Propagandaapparats zu stehen und das ganze weitere Vorhaben als bedroht ansehen zu müssen, erweisen sich als völlig unbegründet. Denn da jeder der nunmehr neu Eingeweihten selbst eine kleine Führungsposition innehat, mithin wohlfunktionierender Teil der Befehlspyramide ist, findet die Idee seiner getarnten Recherche zur Erforschung des „wahren Fühlens und Denkens“ der Belegschaft stets Beifall und Bewunderung. Ja, die Kenntnis von Noskes wahrer Tätigkeit wird von den neu Eingeweihten als Bestätigung ihrer eigenen Bedeutung als Geheimnisträger empfunden: Man zwinkert sich fortan im Flur zu...

## **Phase 2: Neuer Schwung in der „innerbetrieblichen Werbung“**

Zwischen März 1942 und Ende 1944 krempelt Hans Robert Noske die innerbetriebliche Werbung in den Junkers-Werken völlig um. Dabei entwickelt er immer effizientere, der sich verschärfenden Kriegslage exakt angepasste Methoden und Formen, die Gefolgschaft sowohl zu Produktionshöchstleistungen zu motivieren als auch ideologisch „auf Linie“ zu halten.

Hauptarbeitsgebiet des Fachmanns für innerbetrieblichen Werbung in einem Rüstungsbetrieb ist von jeher das klassische Vorschlags- und Verbesserungswesen: „Es

besteht bei Junkers schon seit etwa acht Jahren. Nach anfänglichen Erfolgen ist es stark zurückgegangen. Erst zu Beginn des Krieges wurde sein Wert neu erkannt.“ Noske betrachtet es als seine vordringliche Aufgabe, „es zu neuem Leben zu erwecken“. Jedoch: „Die Widerstände dagegen waren groß, weil die Gefolgschaft noch aus früherer Zeit dem Vorschlagswesen misstrauisch gegenüber stand. Verschleppte Bearbeitung der Vorschläge, unsachgemäße Prämierung, ja schließlich das Aufhören jeglicher Anerkennung hatten der Gefolgschaft die Lust genommen, weitere Verbesserungen vorzuschlagen...“ Vom Frühjahr 1942 bis Ende 1943 entwickelt Noske drei große Kampagnen, angefangen von der Aktion „Es ist so einfach und man denkt nicht dran“ (Mai 1942) über „Wir verbessern weiter“ (Oktober 1942) bis hin zu „Einfacher und schneller“ (September 1943). Schon sein erstes Konzept (Frühjahr 1942) fußt auf sechs verschiedenen Elementen: Neben einem Aufsatz in der Werkzeitschrift „Der Propeller“ wird ein „Grundplakat ‚Es ist so einfach und man denkt nicht dran!‘“ ausgehängt, ergänzt durch Anschläge, Appelle der Abteilungsleiter, Werkfunk-Kurzdurchsagen sowie eine Schlagerschallplatte. Schenkt man seiner durchgeführten Werberfolgskontrolle Glauben, so sei eine Steigerung der eingereichten Verbesserungsvorschläge um 260 % erfolgt. Gleichwohl sackt das Interesse an der Aktion schon im Sommer 1942 wieder deutlich ab, sodass sich der Werbefachmann Gedanken um nachhaltigere Beeinflussungsmethoden macht. Er kommt zu dem Schluss, dass diese Werbung noch „zu allgemein“ gewesen sei und in

einer folgenden Aktion durch eine „persönliche“ vertieft und in ihrer Wirkung potenziert werden müsse. Schließlich gebe es ja auch kein Arbeitsgebiet, wo sich nichts verbessern ließe (selbst in der Verwaltung), wobei der Hauptanreiz



*Propagandaparole  
am Werktor der  
Junkers Motoren-  
werke (1943)*

zur Beteiligung stets das Lob durch den Betriebsführer darstelle. Als geeignete Methode schwebt Noske eine Ausstellung vor, die den Wert des Verbesserungswesens anschaulicher präsentiert sowie ein „Sonderleistungs-Buch“ für außergewöhnlich engagierte Gefolgschaftsmitglieder („Erwirb es Dir!“). Die Kosten dieser Aktion, zu welcher er auch einen Werbeplan ausgearbeitet hat, veranschlagt er mit etwa 13.000 RM.

Dieses Konzept liegt auch seiner im September 1942 verfertigten Prüfungsarbeit zur Erlangung des Lehrausweises der Nationalsozialistischen Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute (NSRDW) unter dem Titel „Innerbetrieblicher Werbeplan zur Belegung des Verbesserungs-Vorschlag-Wesens der Junkers Flugzeug- und Motorenwerke AG“ zugrunde. Programmatisch führt er darin aus: „Nicht um eine Ware soll hier geworben werden, sondern um eine Leistung: um die Vermehrung brauchbarer Verbesserungsvorschläge aus der Gefolgschaft. Diese Leistung soll nicht der Umworbene kaufen oder bezahlen, sondern der Werbende belohnt sie. Der Erfolg zeigt sich nicht als steigender Umsatz, sondern im Gegenteile im Anschwellen der Prämien-Ausschüttung an die Verbesserer. Diese aber steigern durch ihre Vorschläge die Leistung ihres Betriebes.“ Er schließt mit dem wohlkalkulierten Hinweis: „Dies rechtfertigt jeden Werbe-Etat.“

Schon einen Monat später, im Oktober 1942, ist Noske in der Lage, seine Ideen werbe- und publikumswirksam vorzuführen. Die große „Sonderleistungsschau“ im Junkers-Sozialhaus dokumentiert in Form einer großen Ausstellung anhand von Schautafeln und Fotos den Weg eines Verbesserungsvorschlags bis zu seiner Übernahme in den Betriebsablauf, zeigt Statistiken und Musterstücke oder stellt verdiente Gefolgschaftsmitglieder heraus. Büsten von Prof. Junkers, Adolf Hitler und Hermann Göring flankieren eine Auswahl jener Verbesserungen, die schon als Reichspatent anerkannt wurden. Die Ausstellung („ein Markstein in der Entwicklung des Junkers-Vorschlagwesens...“) stellt überdies den Auftakt dar zu einer Werbewoche vom 5. bis zum 9. Oktober 1942 unter dem Titel „Wir verbessern weiter!“ Allein in diesen fünf Tagen werden 312 weitere Verbesserungsvorschläge eingereicht - für Noske ein überwältigender persönlicher Erfolg. Selbst die Betriebsführung, so stellt er zufrieden fest, habe nun erkannt, „wie viel ein stark entwickeltes Verbesserungs-Vorschlagwesen zur kriegsnotwendigen Leistungssteigerung beizutragen vermag“. Selbstverständlich hat sich die Kampagne auch „gerechnet“. Noske beziffert die Einsparungen für die Junkers-Werke mit insgesamt 45.300 RM: „Damit ist auch der Werbe-Aufwand und der Einsatz besonderer Kräfte selbst im





*Gefolgschaft angetreten: Einladung zur Ausstellung (1942)*

vierten Kriegsjahr zu verantworten, ja geradezu kriegsbedingte Notwendigkeit.“

Eine Übersicht über die Gesamtentwicklung des Verbesserungswesens zwischen Januar 1942 und Dezember 1943 (sowie der drei großen innerbetrieblichen Werbeaktionen) gibt Noske in zwei

Mappen, welche, durch Fotos, Tabellen und Werbebezzettel ergänzt, zugleich ein Lehr- und Nachschlagewerk für die Werksbibliothek sein sollen. Sie dokumentieren unter anderem Kampagnen wie die Propagierung der „zehn Gebote des Energieeinsparens“, die Aktion „Helft den Neuen“, die Belebung des Betriebsports, (insbesondere für Frauen), die Organisation und Durchführung von Dienstjubiläen, Aufrufe zur

Materialeinsparung bzw. -schonung wie die Aktion „Bohrer sparen!“ („Wer den Bohrer nicht ehrt, ist seines Lohnes nicht wert!“)<sup>5</sup> ebenso Versuche, das Vorschlagswesen auf Fremdarbeiter auszudehnen, allerdings nur auf diejenigen niederländischer und französischer,



*Bilder einer Ausstellung: Sonderleistungsschau im Junkers Sozialhaus (Oktober 1942)*

<sup>5</sup> Bemerkenswert ist der unterschiedliche Ton gegenüber Fremdarbeitern verschiedener Herkunftsländer. So charmant und einfühlsam sich die französische Version (den Bohrer abbrechen ist soviel wie den Ballon = das Rotweinglas zu zerbrechen) gibt, so drakonisch erscheint die russische Variante („Brichst du den Bohrer, folgt die Strafe!“)

nicht aber russischer (ihnen gegenüber hielt man die rohe Drohung für angemessener: „Brichst du den Bohrer, folgt die Strafe!“) Herkunft.

Es bleibt nicht aus, dass Noskes Arbeit auch höheren Orts wahrgenommen wird und reichsweit Furore macht. Auf der „Reichsausstellung Vorschlagswesen“ in Berlin vom 5. bis zum 13. September 1943 ist der Junkers-Stand so groß wie noch niemals zuvor; auch die Gau-Ausstellung in Magdeburg mit dem Titel „Wer tüchtig, ist, verbessert auch!“ vom 9. bis 31. Dezember 1943 verrät einen deutlichen Einfluss der Aktionen, die bei Junkers liefen. Selbst die Medien zeigen jetzt Interesse; für die Sendereihe „Zeitgeschehen“ wird die Folge produziert: „1 Kameradin und 10 Junkers-Männer sprechen im Großdeutschen Rundfunk über den Erfolg unseres Wettbewerbs ‚einfacher und schneller‘“, gesendet am 27. Oktober 1943.



Anschlagblatt zur Aktion „Bohrer sparen!“ in deutsch, niederländisch, französisch und russisch. Bemerkenswert der unterschiedliche Ton gegenüber den Fremdarbeitern. So charmant sich die französische Version (den Bohrer abbrechen ist soviel wie den Ballon = das Rotweinglas zu zerbrechen) gibt, so drakonisch ist die russische Variante („Brichst du den Bohrer, folgt die Strafe!“)

### Phase 3: „Innerbetriebliche Werbung“ als Wettbewerb und Gesellschaftsspiel

Doch damit ist der Ideenreichtum des Fachmanns für innerbetriebliche Werbung noch lange nicht erschöpft. Noske sinnt auf neue Aktionen, die sich mit der Propaganda „von oben“ aus dem Goebbelschen Ministerium zwanglos verzahnen. Zunehmend fasziniert ihn der Gedanke, Propaganda spannender und effizienter zu gestalten, sie mit Unterhaltungselementen zu kombinieren oder als Wettspiel aufzuziehen, das auch über viele Wochen attraktiv und wirkungsvoll bleibt. Im Frühjahr 1944 ersinnt er die „Junkers Bummelanten-Aktion“. Sie ist reine Produktionspropaganda in Form eines Gänsespiels, das zur Jagd auf faule und säumige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bläst (wie schon bei der Bohrer-Spar-Aktion gibt es auch hier ein „Ausländer-Erläuterungs-Blatt“: „Hans und Liese, die unverbesserlichen Bummelanten, sind längst erkannt! Nachsicht und gütiges Zureden sind nicht mehr am

Platze. Deshalb wird jetzt Jagd auf die beiden und auf jeden, der es ihnen gleich tut, gemacht...“). Damit zahlt Hans Noske auf seine Weise all jenen „Aujusts“ zurück, was diese ihm vor Jahresfrist an Drückebergertricks verraten haben. Oberflächlich durch lustige Zeichnungen und launige Verse sympathieheischend liegt der Sinn des Spiels in Wirklichkeit darin, den Druck auf die Belegschaft massiv zu erhöhen – gemäß der im totalen Krieg angesagten Maximierung der Rüstungsproduktion. Über vier Wochen (= 24 volle Arbeitstage) hin wird das Anwesenheits-„Spiel“ durchexerziert und jedem Gefolgschaftsmitglied die Lektion erteilt, ja nicht so zu sein wie die Feindbild-Figuren „Schlaf-Hans“ und „Bummel-Liese“. Als Kontrollinstrument erhält jede Betriebsgruppe eine „Tabelle zur Bummelanten-Jagd“, nach welcher die prozentuale Fehlquote ermittelt werden kann. Deren wahrheitsgetreue Angaben haben die jeweiligen Leiter der Arbeitsgruppen durch Unterschrift zu bestätigen. Wenn von 70 Mitarbeitern eines Betriebsteils beispielsweise



*Bummelanten-Jagd als Gänse-Spiel: Schlechteste Betriebs-Abteilung an den Pranger (1943)*

einer (=1,4 %) unentschuldigt fehlt, können immerhin noch neun von möglichen zehn gelben Papierstreifen auf die entsprechenden Leerfelder geklebt werden, bei fünf fehlenden (= 7,1 %) noch drei, fehlen sieben Gefolgschaftsmitglieder (=10 %), darf nichts mehr aufgeklebt werden. Nach vier Wochen sind die Fehlzeiten aller Abteilungen offenbar und am schwarzen Brett abzulesen. Sieger sind jene Betriebsgruppen, die eine möglichst durchgehende „gelbe Straße“ vorweisen können. Der Pranger-Effekt ist erreicht und es ist Noske seinerseits gelungen, den Druck von oben geschickt in den Druck des Kollektivs gegenüber den säumigen oder faulen Mitgliedern umzumünzen. Und dabei sieht alles aus wie ein harmloses, unterhaltendes Spiel...<sup>6</sup>

## Phase 4: „Spielend“ das totale Schweigen lernen - Wo liegt Werk X?

Die Idee, Propagandaaktionen nicht langweilig-belehrend, sondern über viele Wochen hin unterhaltsam, spannend und darum umso wirkungsvoller als Wettbewerb oder Wettspiel zu gestalten, lässt Noske nicht mehr los. Im Juni 1944 hat er sich ein neues Projekt mit dem Titel „Wäge Deine Worte! Wo entsteht das neue Werk?“ ausgedacht. Es ist ein Reflex auf die zusehends sich verschärfende allgemeine Kriegslage. Längst sind ja Bombenangriffe, insbesondere auf einen Rüstungsbetrieb wie Junkers, alltäglich geworden, längst sind viele Fabriken verlagert und produzieren an geheim gehaltenen Orten unter Tage weiter. Dieses Thema transformiert er zu einem „unterhaltsamen“ Wettspiel für die gesamte Gefolgschaft („Der Gewinner erhält eine interessante Broschüre...“). Die Idee dazu mag von jenem tollen Gerücht angeregt worden sein, welches Noske innerhalb von zwei Tagen von einem Dienstverpflichteten aus Borna zu einem Verwundeten aus Formosa werden ließ. Schließlich geht es auch in diesem Spiel um Gerüchte, Geschwätz, Gerede und deren unkalkulierbare Folgen als „Landesverrat“. Im ausgehängten Erläuterungsplakat wird die fiktive und doch so alltägliche Ausgangs-

<sup>6</sup> Im Gegensatz zu den Verbesserungskampagnen der Jahre 1942/43 fällt die „humorige“ Verpackung der Bummelanten-Aktion durch Verse und Graphiken auf: Noske verfolgt hier deutlich auch eigene schreiberische Ambitionen. Wie so viele seiner Kollegen ist auch er ein passionierter Verseschreiber. Mitten im zweiten Weltkrieg hatte dies durchaus Konjunktur. Vermeintlich lustige Reime nach dem Motto: „Davon geht doch die Welt nicht unter...“ wurden als wohlfeiles Mittel angesehen, den doch immer harscher werdenden Befehlston gegenüber der Zivilbevölkerung zu kaschieren und womöglich die Stimmung zu heben.

ge so dargestellt: „Am 20. September 1944, vormittags zwischen 9 und 10 Uhr, griff ein nordamerikanischer Bomberverband planmäßig das Rüstungswerk x bei Vesperburg (Name geändert) an. Gebäude- und Maschinenschäden waren die Folge, die Belegschaft hatte 32 Tote und Schwerverletzte zu beklagen. Woher hatte der Feind so genaue Kenntnis über den Standort des erst seit kurzem in Betrieb genommenen und ausgezeichnet getarnten Werkes X?“



Handgezeichnetes Plakat zur Aktion  
„Wo liegt Werk X? – Wäge Deine  
Worte!“

Eingehende Ermittlungen der Geheimen Staatspolizei hätten in diesem angenommenen Fall volle Klarheit erbracht:

„1. Die Gefolgschaft des Werkes x hatte die unter dem Kennwort ‚Pst!‘ stehende Warnung nicht genügend befolgt und weiterhin leichtsinnig Lage und Aufgabe ihres Werkes ausgeplaudert.

2. Namentlich sechs Gefolgschaftsmitglieder und zwar Oberingenieur P, Sekretärin H., Schlosser M., Transportmeister T., Arbeiterin Anna D. und der Lehrling Fritz L. haben – wenn auch wider ihren Willen – scheinbar nichtssagende Äußerungen über den Standort des Werkes X getan, nach denen der feindliche Nachrichtendienst auf die tatsächliche Lage des Werkes schließen konnte.

3. Als gerechte Strafe wurden fünf der ‚Verräter wider Willen‘ zu 2 bis 6 Jahren Zuchthaus verurteilt. Der Lehrling Fritz L. kam bei dem Bombenangriff ums Leben und wurde somit ein unmittelbares Opfer seiner eigenen Schwatzhaftigkeit.“

Aufgabe der Preisfrage sei nun, die im einzelnen belanglos scheinenden Äußerungen der sechs „Verräter wider Willen“ herauszufinden. Dazu würden im Spielzeitraum von sechs Wochen insgesamt sechs verschiedene „Ermittlungsbögen“ ausgeteilt, mal das Protokoll eines Telefongespräch, mal der Brief eines Lehrlings. Die sich mit deren Hilfe einstellenden Teilergebnisse seien am Ende so zusammensetzen, dass auf der zur Preisfrage gehö-

renden Landkarte die Lage des Werkes X ermittelt werden könne: „Wer glaubt, das richtige Kartenquadrat gefunden zu haben, der schreibe Zahl und Buchstabe des von ihm ermittelten Quadrates (z.B. „A 1“ für das Kartenquadrat oben links) auf eine 6 Pfg.-Postkarte (mit deutlicher Absenderangabe!) und sende diese bis spätestens 31. Oktober 1944 an den Sicherheitsbeauftragten seines Werkes. Jeder Einsender der richtigen Lösung erhält eine reichhaltige Sammlung hochinteressanter Tatsachenberichte aus dem Arbeitsgebiet der Geheimen Staatspolizei....“

Der Aufwand, den diese Aktion bedingte, stellte alles in den Schatten, was bei Junkers im Bereich der innerbetrieblichen Werbung jemals stattgefunden hatte. Allein die zur Durchführung des Spiels nötigen Elemente bedingten einen Einsatz von Material, das in dieser späten Kriegsphase kaum mehr zu beschaffen war: Neben einer wetterfesten Landkarte zum Ausspannen an den Hauptausgängen des Werkes (165 x 220 cm) waren vorgesehen: ein großes „Bild-Telegramm ‚an Alle!‘“ zum Aushängen in den Werkhallen (DIN A 1), ein Erläuterungsblatt „Wo liegt Werk X?“ an besonders dafür freigemachten Schwarzen Brettern (DIN A 2), sechs verschiedene „Ermittlungsblätter“ (entsprechend den sechs fiktiven Personen, die durch unbeachtete Äußerungen Hinweis auf die Lage des Werks gegeben haben) zur Verteilung an die Belegschaft, ferner Handzettel mit Erläuterungen zur innerbetrieblichen Aktion, Plakate, Aushanglisten für die Namen der sich aktiv am Spiel beteiligenden Einsender. Zusätzlich hatte Noske, um die Spannung während des sechswöchigen Spielverlaufs in der Gefolgschaft wachzuhalten, sechs Propaganda-Kurzgeschichten verfasst, die in Form von Faltbroschüren unter den Mitarbeitern kursieren sollten und außerdem noch Drehbücher zu sechs vorgesehenen Propaganda-Kurzfilmen.

## Phase 5: Heim ins Reich? – „Vesperburg“ ist überall

Alle Indizien deuten darauf hin, dass dieses Spiel letztlich nicht mehr durchgeführt werden konnte.<sup>7</sup> Mehrfach wurde sein geplanter Start in den Junkers-Werken verschoben, vermutlich weil die Werbemittelzentrale der Arbeitsgemeinschaft für innerbetriebliche Werbung in Berlin-Lichterfelde im Spätherbst 1944 das benötigte

<sup>7</sup> Trotz intensiver Recherchen sowohl im Stadtarchiv Dessau als auch im dortigen Junkers-Museum konnte nicht mit letzter Sicherheit eruiert werden, ob das Spiel letzten Endes doch noch durchgeführt wurde. Alles spricht jedenfalls dagegen. Auch die Junkers-Werkszeitung „Der Propeller“ gab keinen Aufschluss, da diese im Frühsommer 1944 ihr Erscheinen einstellte. Brief Hans R. Noskes an Rudolf Schiffmann vom 12. Januar 1982, Kultur- und werbegeschichtliches Archiv kwaf Freiburg



Lange Agenten-Ohren überall: Plakat von Theo Matejko im Rahmen der Kampagne „Feind hört mit!“ (1939)

Material nicht mehr liefern konnte. Was hat Noske, der sich natürlich darüber im Klaren war, dass sein Spiel, wenn dessen Lösung einmal publik geworden war, nicht wiederholbar war, in dieser Lage getan? Solange es hingegen noch nicht gelaufen und die Lösung noch nicht bekannt war, war es noch aktuell und „propagandistisch wertvoll“, nicht nur für die Junkers-Werke, sondern auch andernorts im Reich.

Noske trat die Flucht nach oben an und machte sich für den reichsweiten Einsatz seines Spiels stark („für alle verlagerten Betriebe besonders empfehlenswert“). Um die

einzelnen Betriebsleiter mit der Aktion vertraut zu machen, konzipierte er ein Werbefaltblatt, dem auch gleich eine „Einsatzanweisung“ beilag: „Die Sonderaktion ‚Wo liegt Werk X?‘ beginnt für alle Betriebe einheitlich am 31. Oktober 1944. Die Aktion erstreckt sich sechs Wochen und macht unbedingt erforderlich, dass sie von allen Betrieben gleichartig und gleichzeitig durchgeführt wird... Am besten beauftragen Sie (also der jeweilige Betriebsführer bzw. Unternehmer) mit der Gesamtdurchführung ihren Werbeleiter, ihren Arbeits-Einsatz-Ingenieur oder Ihren Sicherheitsbeauftragten...“

Natürlich war eine so groß angelegte Propaganda-Aktion nicht zu Nulltarif zu haben. Die beigefügte Kostenaufstellung sprach eine deutliche Sprache – auch im Hinblick auf das Selbstbewusstsein eines Werbefachmannes auf einer formal eher nachgeordneten Ebene. Wer sonst hätte es gewagt, noch im Oktober 1944 vom Speer’schen Rüstungsministerium 50 Tonnen Papier zur Realisierung einer solchen Kampagne zu fordern? Neben 15.000 Landkarten sah Noskes Plan die Produktion von 180.000 Stück Aufrufen, Ermittlungsblättern, Überklebern, Lösungsblättern usw. zum Gesamtpreis von 676.500 RM vor. Allein 8.000 RM davon waren an Honoraren für den Autor der Geschichten und die Graphiker eingeplant! Noske konnte sich sicher sein, dass die Aktion den Beifall nicht nur im Propagandaministerium selbst, sondern auch im Reichssicherheitshauptamt und andernorts fand; nirgendwo sonst musste ja das propagandistische Ziel der Aktion, „die bisherige Abneigung der Gefolgschaft gegenüber dem Sicherheitsdienst und seinen Aufga-

Deutsches Plakatmuseum Essen: Das politische Plakat der Welt (in Zusammenarbeit mit dem Bundesarchiv Koblenz) Ausstellungskatalog zur Ausstellung vom 14. Juni bis 29. Juli 1973

ben in Vertrauen und Zusammenarbeit umwandeln zu helfen“ auf fruchtbareren Boden fallen als hier, nur: Mittel zu ihrer Realisierung gab es nicht mehr.

Einen letzten zaghaften Versuch, sein Spiel doch noch umzusetzen, machte Noske unter Einbeziehung der NS-Presse. In eine Nummer der Berliner Illustrierten Zeitung vom 21. Dezember 1944 klebte er probeweise die „Wäge-deine-Worte“-Aktion ein, nunmehr unter dem Titel „Fünf verrieten Fünftausend: Wo liegt Werk X?“, offenbar gedacht als eine Fortsetzungsserie nun auch für den zivilen Bereich. Auch dieses Projekt kam nie zustande.

## **Bilanz: als Propagandist in „Vesperburg“ überlebt**

In der Endphase des Zweiten Weltkriegs bietet Hans Robert Noskes „innerbetrieblichen Werbung“ unter der Schlagzeile „Wäge Deine Worte!“ in den Junkers Flugzeugwerken ein ebenso beeindruckendes wie bedrückendes Dokument einer Haltung, die, von tiefstem Opportunismus getragen, sich anschickte, die staatliche NS-Propaganda schlichtweg zu überholen. Den nächsten Arbeitskollegen, ja den langjährigen Freund, von nun an als potenziellen Agenten wahrzunehmen, ihn also immer mit Vorbehalt, ja mit abgrundtiefem Misstrauen zu begegnen – bei gleichzeitiger gnadenloser Ableistung von (Arbeits-) Disziplin - diese in seinem Spiel realisierte Zielstellung dürfte das Maximum an Perfidie des NS-Systems und zugleich der Endpunkt einer Propaganda sein, die jeden einzelnen Adressaten nur noch zu absolutem Schweigen verdammen wollte. Für Noske selbst hingegen blieb als zählbares Ergebnis: er hatte in „Vesperburg“ (Nomen est omen) überlebt.

Denn nur ein einziges Mal sollte es für ihn in den Tagen des Zusammenbruchs noch einmal brenzlich werden, wie er in einem Brief vom Januar 1982 an Rudolf Schiffmann, dem Initiator des 1980 gegründeten Freundeskreises der Senioren der Werbung, gestand: „Der Höhepunkt meines Lebens waren zweifellos sieben Tage im März 1945. Da war ich eine Woche lang oben Major und unten Gefreiter. Man hatte mich nämlich zum Volkssturm eingezogen und mir eine zweiteilige Montur verpasst: Uniformjacke von einem Major, ohne Achselstücke natürlich, und die Hose von einem einfachen Moschkot. Das alles hinter Stacheldraht in Lichterfelde, weil man uns wohl nicht recht traute. Dafür durfte ich nachts mit einer ungeladenen Panzerfaust, also mit einer Attrappe, gegen die Russen Wache schieben. Dann stellte ein mich ausbilden sollender SS-Mann fest, dass ich nicht einmal wusste, wo



beim Gewehr das Schloss (er meint: Verschluss!) ist – und entließ mich mit einer entsprechenden Bemerkung. Das hat mir das Leben gerettet, denn alle die andern ‚armen Schweine‘ mit mir wurden nie wieder gesehen.“

Das Propaganda-Spiel als Unterrichtseinheit

Das von Hans Robert Noske erarbeitete und hinterlassene Material erlaubt es, das Spiel „Wo liegt Werk X“ im Geschichts-Unterricht nachzuspielen. Auf diese Weise erhalten die Schüler einen plastischen Eindruck von den Propaganda-Anstrengungen eines totalitären Systems in der Endphase seines Bestehens. Dazu gibt dieses Heft von FORUM-Schulstiftung das dazu erforderliche Spielmaterial als Kopiervorlage wieder (Karte, Ermittlungsbögen, Lösungsweg). Es empfiehlt sich, für die Unterrichtseinheit die Landkarte „Vesperburg“ mittels Fotokopierer in doppelter Größe wiederzugeben (von DIN A 5 auf DIN A 4 heraufkopieren). Fünf Fragen zum tieferen Verständnis der Sache beschließen das Thema.

### **Fragenkatalog für Schüler der 12./13. Klasse**

Wie hat sich die Propaganda des Nationalsozialismus angesichts der sich immer aussichtsloser darstellenden Kriegslage verändert? Nennen Sie Beispiele.

Beschreiben Sie den Unterschied von Propaganda im Nationalsozialismus und der sogenannten „innerbetrieblichen Werbung“ in einem kriegswichtigen Betrieb?

Worin sieht das Regime die größte Gefahr? Wie und mit welchen Mitteln versucht der Fachmann für innerbetriebliche Werbung sie abzuwenden?

Halten sie die beschworene Allgegenwart von Spionen und Agenten für eine reale Gefahr?

Welcher psychologische Effekt ist beabsichtigt? Wie steht es um die vom NS-Regime immer wieder beschworene „Volksgemeinschaft“, wenn jeder dem andern misstraut und ihn für einen potenziellen Spion hält?

## Ermittlung 1

Diese Bezirkskarte benutzte Oberingenieur P. auch an dem Tage, an dem er das verhängnisvolle Gespräch mit seinem Kollegen Müller im Eisenbahnabteil führte. Der Wortlaut dieses Gesprächs konnte nach Aussagen von P. und M. wie folgt rekonstruiert werden;



- P.: **Großartig, daß ich Sie gerade treffe, Herr Müller! Sie sind doch sicher heute abend wieder zu Hause?**
- M.: **Ja, ich fahre mit dem 6-Uhr-Zug wieder zurück.**
- P.: **Sehr schön! Würden Sie mir bitte einen Gefallen tun? Ich muß nämlich plötzlich auf mehrere Tage in unser neues Werk . . .**
- M.: **Unser neues Werk? Wo liegt denn das?**
- P.: **Mann, das ist doch Staatsgeheimnis!!**
- M.: **Oh, entschuldigen Sie vielmals, mich als Elektriker interessierte nur, wie Ihr da mit dem Strom zurechtkommt. Nach dem, was ich gehört habe, muß das Werk ja in einer trostlosen Gegend liegen.**
- P.: **Trostlos ist nicht ganz richtig - landschaftlich ist es sogar ganz schön dort! Aber das mit der Stromzuführung, da haben Sie recht. Das war eine harte Nuß. Gott sei Dank ist die jetzt geknackt!**
- M.: **So? Wie denn? Ist das etwa auch Geheimnis?**
- P.: **Ach wo? Im Grunde war's einfach. Ein paar Kilometer vom Werk weg geht nämlich eine Überlandleitung vorbei. Nach vielem Hin und Her durften wir sie endlich anzapfen und unsere Zuleitung quer durch den Wald legen. Alles andere war dann nur noch halb so schlimm.**
- M.: **Dann wünsche ich weiter viel Glück beim Aufbau! Ich muß jetzt aussteigen. Was wollten Sie denn eigentlich von mir?**
- P.: **Richtig - lieber Herr Müller, Sie wohnen doch gleich neben mir. Würde es Ihnen was ausmachen, wenn Sie heute abend meiner Wirtin ausrichten, daß ich wohl kaum vor Montag abend wieder zurück sein werde?**
- M.: **Aber selbstverständlich, wird besorgt. - Gute Reise!**

## Ermittlung 2

Die beiden durchgelaufenen Arbeitsschuhe des Schlossers M. veranlaßten seine Frau am Montag, den soundsovielten, vormittags gegen 10 Uhr, in der Werkstatt des Schuhmachermeisters K. in Karlstadt und im Beisein zahlreicher Kunden einige scheinbar harmlose aber doch folgenschwere Hinweise auf den Standort des neuen Werkes X zu geben.



**Frau M.** Hier, Meister, sind schon wieder durch!

**Schuster** Nanu, die habe ich doch erst vor vier Wochen neu besohlt, Frau M.! Ihr Mann ist wohl unter die Landbriefträger gegangen?

**Frau M.** Ja, wissen Sie, der baut doch jetzt das neue Werk mit auf und kann immer nur sonntags nach Hause kommen . . .

**Schuster** Was hat den daß mit den Schuhen zu tun?

**Frau M.** Das ist's ja eben! Wissen Sie, mein Mann muß in solchem Dorf wohnen und hat's weit zur Arbeit. Er ist immer schon ganz müde von dem scheußlichen Weg .

**Schuster** Da muß er aber schon ein paar hundert Meter runtergetippelt sein, ehe mein e Sohlen so kapputt gehen können!

**Frau M.** Genau weiß ich es nicht, aber so seine 2 Stunden hat er wohl jeden Tag zu laufen. Aber wissen Sie, bald soll's besser werden, da kriegen sie nämlich Omnibus-Verbindung.

**Schuster** Und jetzt brauchen Sie die Schuhe wieder ganz dringend, was?

**Frau M.** Ach bitte, er hat nur noch ein Paar, und die drücken ihn immer so am großen Zeh.

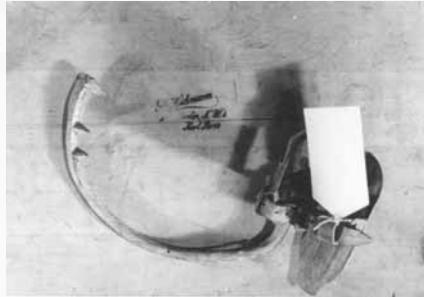
**Schuster** Ich will sehen, was ich tun kann, Frau M. Kommen Sie Ende nächster Woche mal vorbei!

**Frau M.** Vielen Dank auch – Wiedersehen!

**Schweigt und warnt jeden, der schwatzt: pst!**

## Ermittlung 3

Am 19. August wurde auf Polizeirevier 6 in Wiedenberg ein Steigeisen, wie es Telefonarbeiter zum Ersteigen der Masten benutzen, abgegeben. Solartige Nachforschungen führten zur Festnahme des Qu., der zugab, am Tag vorher unter anderen auch ein Ferngespräch zwischen der Sekretärin H., tätig im Werk X, und ihrem Freund Kurt in Vesperburg abgehört und an seine Auftraggeber weitergeleitet zu haben.



**Frl. H.:** Hallo, Kurt bist Du's?

**Kurt:** Inge! Fein, daß Du anrufst! Wie geht's?

**Frl. H.:** Prima! Ich fühle mich wie neu geboren . . .

**Kurt:** Das klingt ja direkt gefährlich! Duuu, mach' mir keine Geschichten! Seit Du da draußen bist, kommst Du mir überhaupt so übermütig vor.

**Frl. H.:** Hier ist aber auch das richtige Paradies! Denk' mal, ich geh' jeden Tag baden!!

**Kurt:** Was denn? Baden?? Wie ich Dich kenne, bist Du doch immer früh die Letzte und abends, nach Feierabend, noch baden gehen? Entschuldige, Inge, aber das kann ich mir bei Dir auch nicht recht vorstellen.

**Frl. H.:** Wer spricht denn von Feierabend? Mittags baden wir!

**Kurt:** Mittags? Ach so, verstehe! Ihr verlängert einfach Eure Mittagspause — oder habt Ihr etwa schon ein Schwimmbad im Werk?

**Frl. H.:** Keins von beiden! Aber hier ganz in der Nähe . . .

**Kurt:** Richtig, Du hast schon mal so'n Fluß oder Teich erwähnt . . .

**Frl. H.:** Klar! Über 'ne halbe Stunde haben wir Zeit. Fünf Minuten bis zum Wasser, fünf zum Aus- und Anziehen und fünf wieder zurück, bleibt nach Adam Riese mindestens eine Viertelstunde zum Baden. Herrlich sage ich Dir!

**Kurt:** Schade, da möchte ich mit dabei sein . . .

**Frl. H.:** Ach ja, liiiieber Kurt, sieh doch zu, daß Du auch bald hierher versetzt wirst. Das wäre doch so schööön . . .

## Ermittlung 4

Im Schubfach vom Arbeitstisch des Werkmeisters L. wurde der hier im Original wiedergegebene Brief seines Sohnes, des Lehrlings L., vorgelunden. Der Brief steckte in einem Umschlag, der offensichtlich von fremder Hand vorher geöffnet und wieder verschlossen worden war. Nach Aussagen von Werkmeister L. ist der Brief erst am soundsovielen bei ihm eingetroffen, obwohl er schon 5 Tage vorher abgestempelt worden war.

Lieber Vater!

Bei Dir wars gestern knorke. Die Gegend gefällt mir prima. Hier wird erzählt, daß unsere Lehrwerkstatt schon Anfang nächsten Monat zu euch verlegt werden soll.

Ich schicke Dir hier Deine Kuchenkarte wieder. Mutter hat sie gestern aus Versehen mitgenommen. Wir sind dann noch ein bisschen in der Gegend rumgelaufen. Da kamen wir auch an so einen komischen Turm. Ich bin darauf rumgeklettert und sah auf einmal zwischen den Bäumen Dampf aufsteigen wie von einer Dampftramme. Aber der Schlag war jedes Mal erst 9 Sekunden später zu hören. Ich habe genau aufgepasst, weißt Du, ich hatte doch die Taschenuhr von Onkel Max mit.

Lieber Vater, warum das so ist mit dem Dampf und dem Schlag, das mußt du mir erklären, wenn du wieder mal bei uns bist. Herzliche Grüße, auch von Mutter und Mieke,

Dein Fritz

**Schweigt und warnt jeden, der schwatzt: pst!**

**Schweigt! Und warnt jetzt jeden, der immer noch schwatzt!**

**Schweigt und warnt jeden, der schwatzt: pst!**

**Schweigt! Und warnt jetzt jeden, der immer noch schwatzt!**

## Ermittlung 5

An dem Tag vor ihrem Arbeitsbeginn im Werk X, tat die Arbeiterin Anna D. vor der hier abgebildeten Abfahrtstafel des Bahnhofs Karlstadt (ob. Bhf.) einige unbedachte Äußerungen, die den neben ihr stehenden, harmlos aussehenden Herrn, wichtige Aufschlüsse über den Standort des Werkes X gaben.

ABFAHRT			
Karlstadt (ob. Bhf.)			
Zeit	Zug-Nr.	Richtung	Bahnsteig
4 <sup>05</sup>	632	<b>Achberg</b>	2 a
4 <sup>43</sup> w	1001	<b>Vesperburg</b> <small>(Anschluß nach Bad Sophienhöhe)</small>	1
5 <sup>27</sup>	E 122	<b>Süderstadt</b> <small>über Achberg – Geisenbach – Wiedenberg</small>	2
6 <sup>10</sup>	952	<b>Vesperburg</b>	1
8 <sup>52</sup>	724	<b>Brachstedt</b>	2 a
11 <sup>01</sup>	D 27	<b>Hermstedt</b> <small>Bad Sophienhöhe über Vesperburg</small>	1
13 <sup>35</sup>	791	<b>Achberg</b>	2 a
14 <sup>13</sup>	E 92	<b>Wiedenburg</b>	1
17 <sup>20</sup>	1629	<b>Brachstedt</b>	2 a
18 <sup>41</sup>	218	<b>Geisenbach</b> <small>über Achberg</small>	2
19 <sup>07</sup>	1106	<b>Vesperburg</b> <small>(Anschluß nach Bad Sophienhöhe)</small>	1
21 <sup>22</sup>	902	<b>Wiedenburg</b> <small>über Achberg – Geisenbach</small>	2
22 <sup>48</sup> w	1082	<b>Vesperburg</b>	1

D-Zug = verkehrt nur an besonderen Tagen; W = nur werktags;  
NS = nur nach Sonntagen; Sbd = nur sonnabends; S = nur sonntags.

Anna D.: Zu dumm, vier Uhr dreiundvierzig! Da muß ich ja schon um vier aufstehen!

Herr: Ist denn das so schlimm, mein Fräulein?

Anna D.: Na klar, wo's doch erst um sieben losgeht.

Herr: Dann fahren Sie doch mit dem Zug sechs Uhr zeh'n.

Anna D.: Nein, das geht eben nicht. Der hat ja keinen Anschluß.

Ich muß ja noch zwei Stationen weiter mit der Bimmelbahn – und dann soll's noch 'ne dreiviertel Stunde zu Fuß sein . . .

Herr: Ja, dann werden Sie wohl mit dem ersten Zug fahren müssen, da hilft alles nichts!

Anna D.: Leider, wenn's auch schwer fällt. . .

## Ermittlung 6



*Diese Fotografie wurde dem als Zuträger des feindlichen Nachrichtendienstes entlarvten Kellner F. ehemals tätig im Gasthaus „Roter Hirsch“ Vesperburg, abgenommen. Er hatte sie eines Abends vom Stammtisch des Transportmeisters T. und seiner Freunde entwendet, nachdem er zuvor auf das hier rekonstruierte Gespräch aufmerksam geworden war:*

**Theo:** Dolle Sache, bei der Betriebsverlagerung die unzähligen Materialtransporte klarzuhalten!

**Paul:** Wie ich Dich kenne, Theo, schaffst Du's zuletzt aber immer wieder, was?

**Theo:** Klar, muß doch! Aber transportiere Du mal 'ne schwere Werkzeugmaschine, wenn die da auf ihrer Kleinbahn keine über-schweren Waggonen fahren lassen können. Wäre außerdem noch 'ne dolle Schinderei geworden, die Maschine durch den ganzen Wald zu schleppen.

**Hans:** Und wie habt Ihr's gemacht?

**Theo:** Meinte zuerst, ginge einfach nicht ohne Eisenbahn — Ober, das Helle kommt hierher! — bis mir auf einmal ein Seifensieder aufging. Wißt Ihr, die Autobahn Hermstadt-Wiedenberg geht doch da vorbei.

**Max:** Ja — und . . .

**Theo:** Gleich bei Handorf ist doch die Abzweigung und dahinter der kurze Waldweg war besser als ich dachte.

**Hans:** Das habt Ihr nur mit Spezialwagen machen können, was?

**Theo:** Klar! Vierachs-Tiefrahmenwagen mit zwei schweren Zugmaschinen davor. Wäre trotzdem beinahe schief gegangen. Die verdammte Holzbrücke über den kleinen Fluß fing plötzlich an, abzusacken.

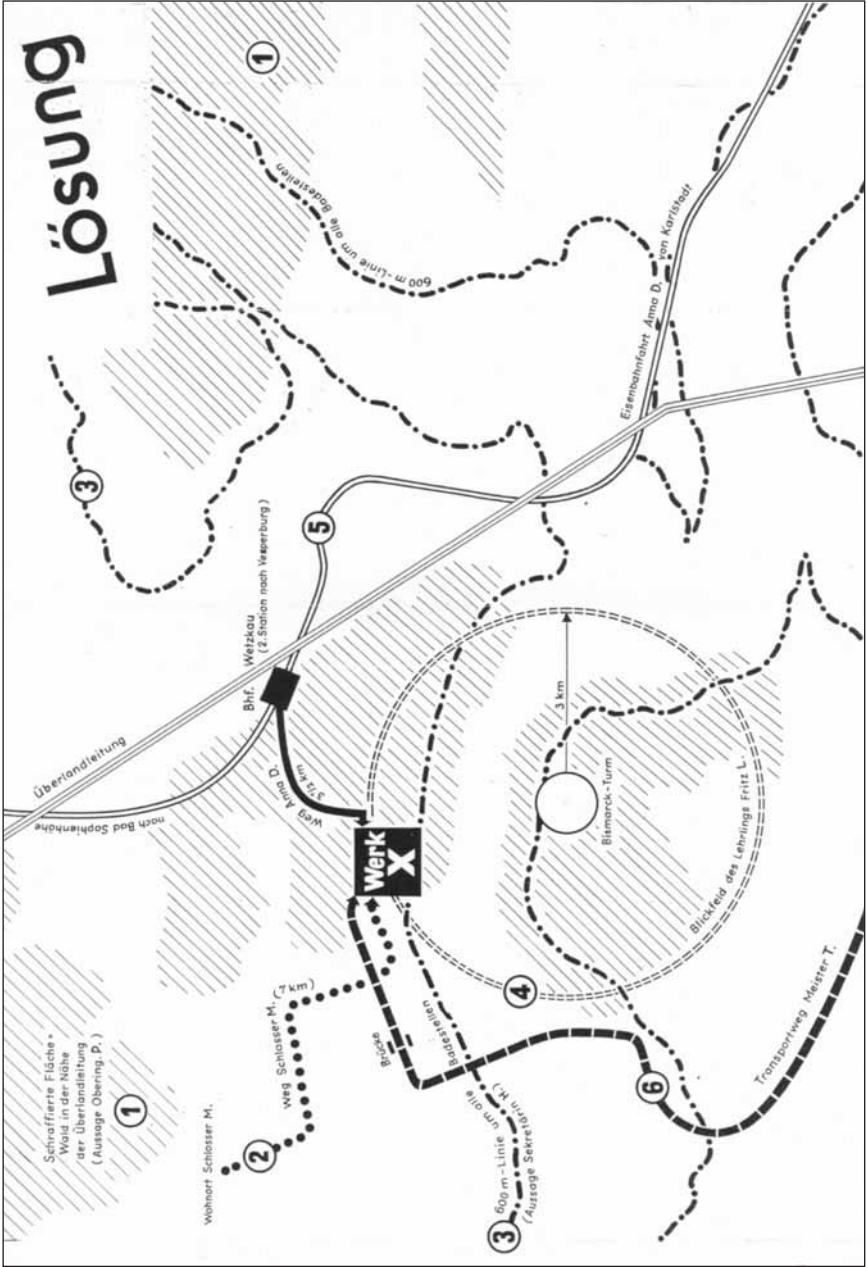
**Max:** Verflucht!!

**Theo:** War'n doller Augenblick, kann ich Euch sagen. Hab's gleich als ewiges Andenken fotografiert. Hier seht mal . . .





Kultur- und werbegezeichnetes  
Archiv Freiburg KWAF



## Lösung:

### Ermittlung 1:

Oberingenieur P. erwähnt eine Überlandleitung, von der eine Abzweigung quer durch den Wald zu Werk X gelegt wurde. Das Werk muss daher innerhalb der schraffierten Fläche rechts oder links der Überlandleitung liegen.

Ermittlung 2: – folgt am Schluss

### Ermittlung 3:

Sekretärin H. braucht vom Werk aus nur 6 Minuten bis zur nächste Badestelle. Badestellen können Seen, die Vesper und ihre Nebenflüsse sein. Eine der punktierten Linien, die in 600 m Abstand alle Badestellen umziehen, muss durch Werk X führen.

### Ermittlung 4:

Lehrling Fritz L. sieht von einem Turm (Bismarckturm!) Dampf Wolken aufsteigen. Jeweils erst 9 Sekunden später hört er die Schläge der im Walde arbeitenden Dampfhamme. Da der Schall in einer Sekunde 0,33 Kilometer zurücklegt, muss Werk X auf einem Kreisbogen um den Bismarckturm liegen.

### Ermittlung 5:

Arbeiterin Anna D. fährt von Karlstadt über Vesperburg nach Wetzkau zur Arbeit. (Strecke: Bad Sophienhöhe – siehe Landkarte und Abfahrtstafel). Vom Bahnhof Wetzkau aus erreicht sie nach einer Dreiviertelstunde (= 4 km Wegstrecke!) Werk X.

### Ermittlung 6:

Transportmeister T. biegt mit seinem Schleppzug von der Autobahn Hermstadt-Wiedenburg auf die Landstraße Handorf-Erlbach ab. Er überquert einen kleinen Fluss (Moosbach!) und hat nur noch einen „ganz kurzen“ Waldweg zu passieren. Also muss Werk X im Quadrat F6 liegen, worauf auch die anderen Ermittlungen hinzielen.

### Ermittlung 2 (Probe):

Schlosser M. hat täglich 2 ½ Std. von einem Dorf zum Werk X und zurück zu marschieren, etwa 14 km. Tatsächlich trifft auf ein Dorf die Entfernung von 7 km bis zum Werk zu: für Erlbach! Dort ist Schlosser M. untergebracht.

Die Probe ist aufgegangen, die Lösung lautet:  
Werk X liegt im Kartenquadrat F 6!

## Jugend und Wirtschaft

**Schüler schreiben:**

**Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und des Bundesverbandes deutscher Banken**

*Spannende Wirtschaftsthemen entdecken, recherchieren, Unternehmen besuchen, Interviews führen, Beiträge schreiben und vielleicht sogar einen eigenen Artikel in der Zeitung wiederfinden. Das erlebten Schülerinnen und Schüler des Neigungsfaches Gemeinschaftskunde Klasse 12 des Ursulinen-Gymnasiums Mannheim bei „Jugend und Wirtschaft“, dem Gemeinschaftsprojekt des Bankenverbandes und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.*

*Wer wirtschaftliche Zusammenhänge erkennt und versteht, kann auch politische Entscheidungen besser beurteilen. In diesem Sinne will das Projekt bei jungen Leuten Interesse für wirtschaftliche Fragestellungen und Zusammenhänge wecken, sie wollen ihnen Wirtschaft verständlich machen.*

*60 (aus über 200!) sorgfältig ausgewählten Schulen aus ganz Deutschland nehmen an diesem Projekt teil. Schüler und Schülerinnen schreiben Wirtschaftsartikel, die von den Redakteuren der FAZ und einem eigenen pädagogischen Institut betreut und kommentiert werden. Die besten Artikel werden jeden 1. Donnerstag im Wirtschaftsteil auf der Sonderseite „Jugend und Wirtschaft“ der F.A.Z. veröffentlicht.*

*Im Projektjahr 2007 ist es dem Ursulinen-Gymnasium gelungen, vier Artikel (siehe Beispiel unten) in der FAZ zu veröffentlichen. Nähere Informationen zu diesem hervorragenden und anspruchsvollen Projekt finden Sie unter [www.jugendundwirtschaft.de](http://www.jugendundwirtschaft.de).*

*Ingo Umstätter*