

# Das Kunstwerk des Monats

Oktober 2011



Hans Rudi Erdt (1883–1925)  
„Bei unseren Helden an der Somme“  
Plakat für den ersten deutschen Kriegsfilm, 1916/1917  
Farblithografie, 140,0 x 94,5 cm (Druck in zwei Teilen)  
Inv.-Nr. C-19092 LM

**LWL**

Für die Menschen.  
Für Westfalen-Lippe.

Fast ein Jahrhundert nach dem Ausbruch der „Jahrhundert-Katastrophe“ des Ersten Weltkrieges erwacht auch in Deutschland wieder ein verstärktes Interesse an Plakaten, Fotos und Filmen aus den Jahren 1914 bis 1918. Unabhängig vom bevorstehenden Gedenkjahr 2014 ist der „Grande Guerre“ oder „Great War“ bei unseren westlichen Nachbarn, den damaligen „Erzfeinden“ Frankreich und England, bis heute tief im kollektiven Bildgedächtnis präsent geblieben. Eine Ursache dafür liegt in dem sehr erfolgreichen Einsatz der westalliierten Bildpropaganda. Dabei stellte der erste „echte“ Dokumentarfilm zu den Kämpfen der Briten gegen die Deutschen – „Battle of the Somme“ – bei seiner Londoner Premiere im August 1916 zunächst alle konkurrierenden Medien von Freund und Feind in den Schatten.

Am 31. August 2011 informierte die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* an prominenter Stelle auf einer Sonderseite „Filme auf DVD“ über den geglückten Versuch, den 74-minütigen englischen Originalstreifen zur Sommeschlacht durch Experten des Londoner Imperial War Museums restaurieren zu lassen. Neben der klassischen Stummfilm-Version kommen gleich drei Soundtrack-Varianten unter dem deutschen Titel „Die Schlacht an der Somme“ auf den hiesigen (offenbar sehr aufnahmefähigen) Cineasten- bzw. Militaria-Sammlermarkt.

Über die direkte filmische „Gegenoffensive“ der deutschen Kriegsführung „Bei unseren Helden an der Somme“, die seit Januar 1917 in den Kinos der verbündeten Mittelmächte (Deutschland, Österreich-Ungarn, Türkei) anlief und gleichzeitig auf dem hart umkämpften Filmmarkt der neutralen Länder (Schweiz, Schweden, Niederlande) im Wettbewerb gegen das englische Konkurrenzprodukt antrat, berichtete die *FAZ* hingegen nichts. Auch deshalb soll an dieser Stelle versucht werden, mit Hilfe einer geradezu herausfordernden Plakat-Ikone zu den „Somme-Helden“ (das erste ambitionierte deutsche Kriegsfilmplakat überhaupt) einige ergänzende Informationen und Einschätzungen zu liefern.

Autor von allen beiden hier vorgestellten Plakat-Druckvarianten – von denen die mit einem stümperhaften Kino-Texteindruck verunzierte Fassung offenbar absichtlich nicht signiert ist (Abb. 1) – war zweifellos der junge Hans Rudi Erdt. Schon in den letzten wirtschaftlich boomenden Vorkriegsjahren um 1910 hatte er neben Lucian Bernhard, Julius Gipkens und Paul Scheurich zur Spitzengruppe der ultramodernen Berliner Sachplakatgestalter um die führende Druckerei Hollerbaum & Schmidt gehört. Merkwürdigerweise entstammten alle hier aufgezählten Plakatkünstler demselben für die Zukunft des deutschen Plakates goldenen Geburtsjahrgang 1883. Nachdem Erdt in Bayern das grundlegende Lithografenhandwerk erlernt hatte, beendete er seine frühen Münchener Jahre als Meisterschüler an der dortigen Kunstgewerbeschule, bevor er wie viele andere junge Talente schließlich 1908 in die „Reklame-Metropole“ Berlin übersiedelte.

Mit dem jungen Hans Rudi Erdt hatten die Militärs ziel sicher den Berliner Spezialisten für „schneidige“ Themen zwischen Produktwerbung und Kriegsbegeisterung

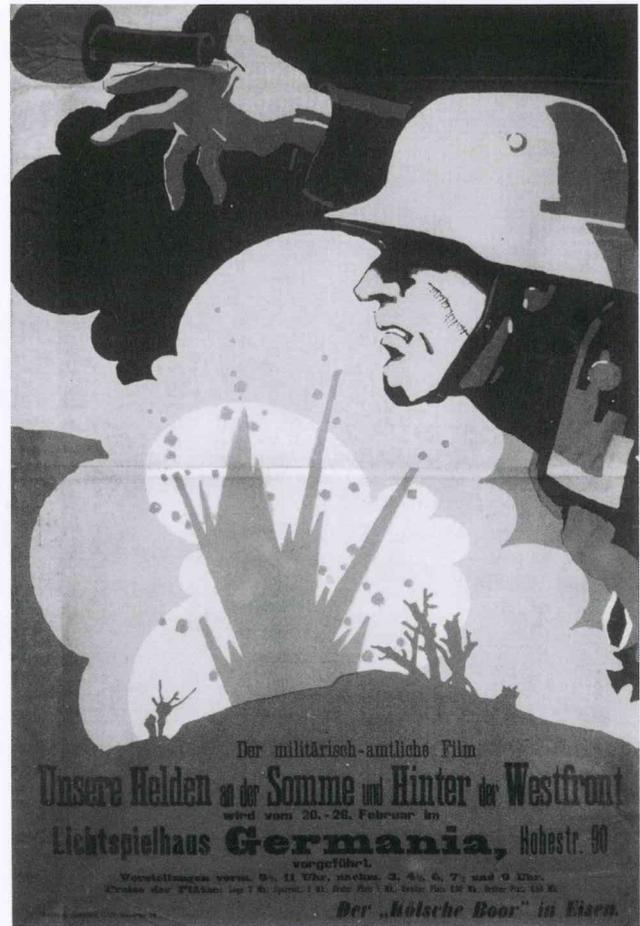


Abb. 1: Hans Rudi Erdt, Der amtlich-militärische Film, Unsere Helden an der Somme (sic!) und Hinter der Westfront, Zweitfassung ohne Erdts Typografie, Farblithografie, 140,0 x 94,5 cm; Abb. nach: Galerie Gerda Bassenge, Berlin, Auktions-Kat. *Historische Plakate 1880–1980*, 17. April 2010, Los-Nr. 3750

engagiert. Kein anderer Plakatkünstler ließ fesche Fliegerhelden oder tollkühne U-Boot-Fahrer derart lässig (in Neudeutsch: lifestylemäßig „cool“) an Zigaretten der Kultmarke „Manoli“ ziehen, während im Hintergrund jeweils allerneuestes deutsches Kriegsgerät als dekorativ-machtvolle Silhouette glänzte.

Die an sich banale Frage nach dem exakten Auftraggeber des Somme-Heldenfilmes und des Somme-Heldenplakates führt in Wahrheit schon auf den zentralen wunden Punkt der gesamten deutschen Weltkriegspropaganda: Ihren verschlafenen Start in den Händen oberlehrerhafter und professoraler Langweiler bis spät ins Jahr 1916 hinein und die darauf folgende hastige Aufholjagd in dem hartnäckig quälenden Bewusstsein, aus einer Defensiv-Position den Erfolgen der Westalliierten nachlaufen zu müssen. Wer heute die Kriegsjahrgänge des weltweit führenden Berliner Fachorgans *Das Plakat* (1910 bis 1921) aufschlägt, kann sich nur über die schonungslose Manöverkritik beim offenen Bildvergleich von einheimischen mit „feindlichen“ Erzeugnissen wundern. Ein Vierteljahrhundert später im Zweiten Weltkrieg unter dem Zensurterror des NS-Regimes wäre diese „sportliche“ Liberalität gegenüber „Feindpropaganda“, wie sie der spätwilhelminische Beamtenapparat erlaubte, völlig undenkbar gewesen (innerhalb der staatlichen Elite im kaiserlichen Deutschland gab es zudem zahlreiche kenntnisreiche Plakatsammler wie etwa den Westfalen Walter von Zur Westen).

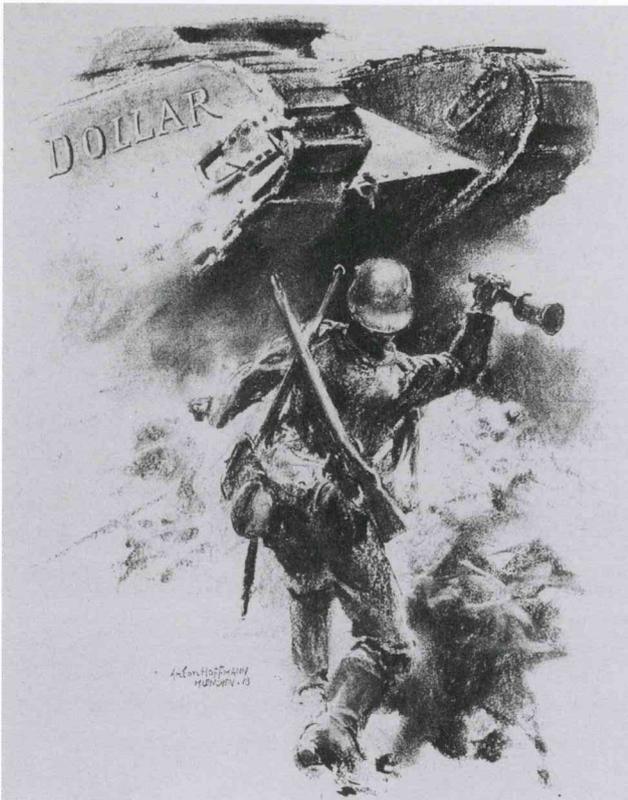


Abb. 2: Anton Hoffmann, Illustration zu einem Werbeblatt für die 8. Kriegsanleihe, 1918, LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, Plakat-Abteilung, „Kriegssammlung“ K 2032

Um endlich das bürokratische Chaos unterschiedlicher ziviler und militärischer Behörden zu beenden, gründete die Oberste Heeresleitung (OHL) am 30. Januar 1917 in der Nachfolge der kurzfristigen „Militärischen Film- und Fotostelle“ ein „Bild- und Filmamt“ (BuFa), das wiederum binnen weniger Monate auf Drängen General Ludendorffs schließlich am 4. Juli 1917 in die nachmalig berühmte Universum Film AG (UFA) umgetauft wurde. Jeweils gleichbleibende Aufgabe war die Koordination aller Aktivitäten in Sachen der neuen und neuesten Medien Kriegsplakat und Kriegsfilm, bis hinab zur Betreuung der Front- und Etappenkinos für die gute Kampf-moral und Freizeitunterhaltung der Truppe (vgl. Abb. 3). Max Aurichs bizarre Vision einer selbstironisch „Flimmerkiste“ genannten Kinobude im französischen Cambrai des Jahres 1917 – mitsamt exotischer Filmdiva als Lockvogel und im Hintergrund herbeistürzenden Soldaten – sollte für einen Augenblick eine schwerelos-heitere Ablenkung vom todbringenden Fronteinsatz suggerieren.

Wie weit die Dominanz der militärischen Auftraggeber bis in jede Einzelheit der Plakatproduktion reichte, lässt der eingangs schon kurz angedeutete Streit um die beiden Druckvarianten von Erdts Somme-Entwurf ahnen. Der Künstler hatte offenbar zuerst das typografisch harmonische Blankoplat abgeliefert mit allerdings nur wenig Platz für den Veranstaltungs-Aufkleber der einzelnen Kinobesitzer. Und wie nicht anders zu erwarten, ver-

hunzten diese etwa auf der bei Greven & Bechtold in Köln gedruckten Zweitfassung (Abb. 1) eigenmächtig die Komposition durch ein typografisches Chaos. Erdt wollte dafür seinen Namen nicht hergeben und zog seine offen ablesbare Autorschaft demonstrativ zurück.

In diese schnelle, unübersichtliche Umbruchphase der deutschen Propagandamaschine fällt die Inszenierung von „Bei unseren Helden an der Somme“, zusätzlich angestachelt durch das Tempo des britischen Konkurrenzproduktes, das unmittelbar nach Beginn der alliierten Offensive in Nordfrankreich am 1. Juli 1916 tatsächlich überwiegend „live“ an der Front gedreht worden war. Erstmals in der Filmgeschichte wurden dabei unverblümt Tote und Verwundete der eigenen Seite (natürlich neben den üblichen Jubelszenen und der Gefangennahme von deutschen Soldaten etc.) gezeigt. Der Erfolg: Angeblich mehr als 20 Millionen Kinobesucher im britischen Machtbereich wussten seit der Londoner Uraufführung diese neue von Stärke zeugende Authentizität (soweit dies im Propagandakrieg überhaupt möglich war) zu schätzen.

Dieser Triumph ist rückblickend fast unglaublich, war doch der im Film viel gepriesene britische „big push“ zwischen den Städten Albert und Bapaume ein teuer erkaufter Pyrrhussieg, der schon am ersten Tag der Offensive 60.000 Alliierte tötete oder verwundete und die Deutschen letztendlich nicht dauerhaft aus ihren Stellungen vertrieb, bis das Unternehmen am 18. November 1916 sang- und klanglos fast ohne Geländegewinn abgebrochen wurde.

Ein knappes halbes Jahr nach der Londoner Uraufführung von „The Battle of the Somme“ stand die Berliner Premiere von „Unsere Helden an der Somme“ am 19. Januar 1917 unter einem ungeheuren Erwartungsdruck. Um die Wahrheit vorwegzunehmen: Der Film wurde trotz des staatlichen Güteprädikates „Militärisch-Amtlich“ (ein im kaiserlichen Deutschland stets publikumswirksames Erfolgsrezept) durch und durch hinter der Front, auf Manöverplätzen und in Ateliers „gestellt“. Einerseits geschah dies aus technischer Rückständigkeit (lichtschwache Kameras), andererseits aus krankhafter Spionagefurcht der deutschen Generalität.

Was Authentizität, Zeitgeist und auch nie gekannte Brutalität der Darstellung angeht, so könnte man verleitet sein, Erdts Plakat eher für eine Illustration der dokumentarischen „Somme“-Schlachtenversion der Feindseite zu halten. Geschickt arrangierte Erdt expressionistische und kubistische Formelemente als Spiegelbild eines modernen, technisierten Massenkrieges, etwa bei der im Bildmittelpunkt explodierenden Granate (die andererseits ein zackenreiches, zierliches Art Déco-Ornament in den blassen Himmel zu zeichnen scheint). Die gnadenlos verkrüppelten Bäumchen, die erdfarbenen Dreckfontänen, zuletzt die wie von düsterem Gewölk verstellte Schreckenslandschaft der „Verbrannten Erde“ lassen fast an eine wagnereske Endzeitstimmung denken. Hier werden schon mentale und visuelle Exzesse greifbar, an die sich später auch die Nazi-Bildpropaganda in ihrer finalen Auflösungsphase 1944/1945 klammern sollte.

Abb. 3: Max Aurich, „Flimmerkiste“, 1917, Farblithografie, 62,5 x 50,0 cm, LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, Plakat-Abteilung, Inv.-Nr. C-19001 LM

Bildbeherrschend bleibt trotzdem der heroische Einzelkämpfer, ein konstant in beiden Weltkriegen beschworener Mythos der deutschen Kriegspropaganda. Das markante, narbige Profil mit dem gerade erst 1916 eingeführten elegant „designten“ Stahlhelm und dem demonstrativ präsentierten Eisernen Kreuz wurde schnell

zur Verklärung des mörderischen Grabenkrieges missbraucht. Weit über den Ersten Weltkrieg hinaus diente Erdts Bild des fanatischen Widerstandes den Feinden der Weimarer Republik, beispielsweise dem rechten Veteranenverband „Der Stahlhelm“, als Ikone der Kriegsverherrlichung.

Auf die Spitze getrieben erscheint diese – fast an den „Bushido“-Kampfgeist der japanischen Armee erinnernde und gerade in Deutschland gefeierte Todesverliebtheit – in einer Bildszene des Münchener Zeichners Anton Hoffmann (1863 bis 1938) für einen Kriegsanleihe-Opferappell aus den letzten Kriegsmonaten 1918 (Abb. 2).

Wie bei Erdt ist der Moment der männlich-einsamen Entscheidung, das Abziehen der Handgranate, inszeniert. Bei Hoffmann aber wird der Erzfeind im Bild sichtbar und auf den Begriff gebracht: Das „Dollar-Monster“ des internationalen Finanzkapitals in Form einer „seelenlosen“ Panzer-Maschinerie soll als vermeintlich wahrer Massenmörder der Menschheit entlarvt werden, den der auf den ersten Blick hoffnungslos unterlegene, aber „seelenstarke“ deutsche Selbstmord-Einzelkämpfer zu stoppen versucht. Man vergesse nicht: Hitlers Lieblingsbild vom Ersten Weltkrieg war Elk Ebers verzweifelte Endkampf-szene „Die letzte Handgranate“, konzentriert auf das zum Tode bereite Bild eines stahlhelmbewehrten „Landser“ mit der einzig ihm verbliebenen Waffe in der Hand.

Ohne abschließend den Bogen gewaltsam bis in die Gegenwart überspannen zu wollen, bleibt doch die erschreckende Einsicht, mit wie wenig Retuschen Erdts Filmplakat zum „Fronterlebnis“ des todesverachtenden, auf sich selbst gestellten Einzelkriegers an heutige globale Kampfszenarien anzupassen wäre.

Jürgen Krause

#### Literatur in Auswahl:

Die Internet-Seiten *Imperial War Museum Collections* spiegeln die vorbildlich erschlossenen Bestände (z. B. auch zur Somme-Schlacht, Hans Rudi Erdt etc.) der Londoner Sammlung, die auf das Kriegsjahr 1917 zurückgeht.

*Das Plakat. Zeitschrift des Vereins der Plakatfreunde*, Berlin 1910–1921 (durchgehend alle Jahrgänge ab 1914).

James Aulich, *War Posters. Weapons of Mass Communication*, London: Thames & Hudson/Imperial War Museum 2007.

Bernd Küster (Hrsg.), *Der Erste Weltkrieg und die Kunst. Von der Propaganda zum Widerstand*, Gifkendorf: Merlin 2008 (vgl. Ausst.-Kat. Oldenburg, Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte 2008).

Fotos: Hanna Neander, LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, Münster

Druck: Merkur Druck, Detmold

© 2011 Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL), LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte (Westfälisches Landesmuseum), Münster