

ARCHIV-VERSION

Dokserver des Zentrums für Zeithistorische Forschung  
Potsdam e.V.

<http://zeitgeschichte-digital.de/Doks>



Marian Kulig

### **Plakate im „Ruhrkampf“ 1923. Die Darstellung des passiven Widerstands**

<https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1775>

Archiv-Version des ursprünglich auf dem Portal *Visual-History* am 02.06.2020 mit der URL: <https://visual-history.de/2020/06/02/plakate-im-ruhrkampf-1923/> erschienenen Textes

Copyright © 2020 Clio-online – Historisches Fachinformationssystem e.V. und Autor/in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist zum Download und zur Vervielfältigung für nicht-kommerzielle Zwecke freigegeben. Es darf jedoch nur erneut veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der o.g. Rechteinhaber vorliegt. Dies betrifft auch die Übersetzungsrechte. Bitte kontaktieren Sie: <[redaktion@zeitgeschichte-digital.de](mailto:redaktion@zeitgeschichte-digital.de)> Für die Neuveröffentlichung von Bild-, Ton- und Filmmaterial, das in den Beiträgen enthalten ist, sind die dort jeweils genannten Lizenzbedingungen bzw. Rechteinhaber zu beachten.



2. Juni 2020

Marian Kulig

Thema: Gesellschaft

Rubrik: Fotothek Zeitgeschichte

## PLAKATE IM „RUHRKAMPF“ 1923

Die Darstellung des passiven Widerstands

Folgende Beiträge könnten Sie auch interessieren:  
**Zeithistorische Forschungen:**  
 Thomas Sandkühler: Europa und der Nationalsozialismus. Ideologie, Währungspolitik, Massengewalt  
**Zeithistorische Forschungen:** Ewald Frie: 100 Jahre 1918/19. Offene Zukünfte  
**Zeithistorische Forschungen:** Gerd Kühling: Schullandheim oder Forschungsstätte? Die Auseinandersetzung um ein Dokumentationszentrum im Haus der Wannsee-Konferenz (1966/67)  
**Zeithistorische Forschungen:** Till Kössler: Arbeiter und Demokratiegründung in Westdeutschland nach 1945. Das Beispiel der kommunistischen Bewegung  
**Zeitgeschichte-online:** Robert Heinze: „It recharged our Batteries“. Medien in der Dekolonisierung Afrikas

### Einleitung

Als französische und belgische Truppen am 11. Januar 1923 damit begannen, Teile des Ruhrgebiets zu besetzen, löste dies einen „Sturm der nationalen Entrüstung“ aus,<sup>[1]</sup> der durch nahezu alle Bevölkerungsschichten ging.<sup>[2]</sup> Obwohl der Erste Weltkrieg mit der Unterzeichnung des Versailler Vertrags zwar juristisch-administrativ beendet wurde, war der Konflikt aus den Köpfen der Menschen noch längst nicht verschwunden.<sup>[3]</sup> Stattdessen flammte dieser erneut in Wort und Bild auf:<sup>[4]</sup> Wohl zu keinem anderen politischen Ereignis wurden so viele Flugblätter und Plakate produziert wie im sogenannten Ruhrkampf von 1923.<sup>[5]</sup>

In diesem Aufsatz sollen drei ausgewählte politische Text-Bild-Plakate der deutschen Propaganda betrachtet werden, die sich thematisch dem passiven Widerstand zuordnen lassen und gegen den „Erbfeind Frankreich“<sup>[6]</sup> agitierten.<sup>[7]</sup> Dabei soll schlaglichtartig beleuchtet werden, wie und mit welchen bildrhetorischen Mitteln der passive Widerstand im Plakat gestalterisch umgesetzt werden konnte. Dazu werden drei illustrierte Plakate aus dem Bestand des Bundesarchivs ausgewählt, die im Anschluss an eine kurze theoretische Einführung anhand eines eigens erstellten Analyseschemas untersucht werden sollen.

### Plakate in der Weimarer Republik

Als „Geburtsstunde“ des politischen Plakats wird nicht selten die Novemberrevolution von 1918 gesehen, da sie die alten Zensurvorschriften des Kaiserreichs abschaffte, was zu einem regelrechten „Boom“ des politischen Plakats führte.<sup>[8]</sup> Infolgedessen erlebte es seine Blütezeit im ideologischen Kampf der Weimarer Republik.<sup>[9]</sup> Eine derartige Brisanz und Massenwirksamkeit hatte das politische Plakat zuvor nie besessen und sollte es in diesem Maße auch nach 1933 nicht mehr besitzen, da andere Kommunikationsmedien wie der Rundfunk hinzutraten und das Plakat nach und nach verdrängten.<sup>[10]</sup> Dementsprechend hoch ist die Bedeutung von Plakaten für den „Ruhrkampf“.

Aufgrund der neuen technischen Verfahren, die den massenhaften Druck von Plakaten ermöglichten, könnte man annehmen, dass ihre Überlieferung durch die hohen Auflagenzahlen gesichert sei. Die Überlieferungssituation von Plakaten erweist sich jedoch als paradox: Zwar wurden sie mit zum Teil riesigen Auflagenzahlen gedruckt, dennoch haben Plakate mittlerweile einen recht hohen Seltenheitswert, da sie kaum verwahrt wurden.<sup>[11]</sup> Dies war einerseits je nach Situation zu riskant und auch zu aufwendig. Andererseits wurden Plakate von der zeitgenössischen Gesellschaft als derart flüchtig beurteilt, dass nur wenige diese für so wichtig erachteten, um sie für die Nachwelt zu konservieren.

Für die Plakate im Kontext des „Ruhrkampfes“ können drei Funktionen festgehalten werden, die sich bei fast allen wiederfinden: erstens der Protest gegen die Besetzung, zweitens der Aufruf zum passiven Widerstand sowie der Ansporn zur Fortführung desselben und drittens der Aufruf zu finanziellen Spenden.<sup>[12]</sup>

Plakate waren beziehungsweise sind eine überwiegend städtische Erscheinung.<sup>[13]</sup> Angeschlagen wurden sie entweder an eigens für diesen Zweck bestimmten

Plakatw änden, Litfaßsäulen, Propagandaw agen, Umhängetafeln („Sandwichmen“) oder an Mauern, Bretterzäunen/Bauzäunen, Hausw änden/Fassaden und Schaufenstern, also an allen erdenklichen Orten, wo sie gut sichtbar w aren.<sup>[14]</sup> Kurzum: Plakate w aren in der Weimarer Republik allgegenw ärtig; man konnte ihnen kaum aus dem Weg gehen,<sup>[15]</sup> sie w urden zum „Gesicht der Straße“.<sup>[16]</sup> Folglich w ar es durch sie möglich, w eite Teile der Bevölkerung zu erreichen.

In erster Linie w aren die Zeichner der Plakate von Beruf Gebrauchsgrafiker und Plakatkünstler,<sup>[17]</sup> w obei in den seltensten Fällen eine Identifizierung der Urheber möglich ist. Es gibt mehrere Gründe dafür, w arum sich bei einem Großteil der „Ruhrkampf“-Plakate keine Angaben zum Künstler finden lassen. Vorstellbar w äre, dass der Künstler eher die *Sache* in den Vordergrund stellen und das Plakat nicht wie ein Kunstwerk, sondern wie eine Momentaufnahme der Realität inszenieren w ollte, in der eine Künstlersignatur nur gestört hätte. Plausibler lässt sich die Zurückhaltung der Künstler jedoch damit erklären, dass sie sich durch die Anonymität effektiv gegen Maßregelungen der Besatzungstruppen schützen konnten. Im schlimmsten Fall hätte dies die Ausw eisung aus dem Ruhrgebiet bedeuten können.<sup>[18]</sup> Diese Maßnahmen w urden später auch offiziell in einer am 1. März 1923 erlassenen Verordnung des französischen Oberkommandos festgelegt, die jegliche Gefährdung der öffentlichen Ordnung oder Schädigung des Ansehens der Besatzungstruppen unter Strafe stellte.<sup>[19]</sup>

Demnach kann über die Künstler der Plakate im Einzelnen keine Aussage betreffend ihrer Intention, politischen Gesinnung oder Herkunft getroffen w erden. Dennoch sei der Plakatkünstler Otto Baumberger an dieser Stelle zitiert, der treffend feststellte: „Entgegen dem Wort, Kunst steht über Politik, muß der Urheber eines politischen Plakates sich mit der Idee, in deren Dienst er sich stellt, identifizieren können. Kein nur halbwegs anständiger Mensch w ird sein Können im Dienst einer ihm widerstrebenden Idee prostituieren.“<sup>[20]</sup>

Infolge mangelnder Zusatzinformationen können ebenso w enig genaue Aussagen über die Auftraggeber der Plakate getroffen w erden, außer dass zu jenen im Allgemeinen die Regierung, einzelne Parteien, aber auch regierungsunabhängige Organisationen zählten.<sup>[21]</sup> In den ersten zwei Monaten des „Ruhrkampfes“ w ar die Propaganda in Deutschland noch nicht zentral gesteuert und w urde von privaten Vereinen und Organisationen getragen, w as auf den enormen Rückhalt in der Bevölkerung hinw eist; erst ab März 1923 erfolgte eine vollständige Zentralisierung.<sup>[22]</sup>

„Ihr könnt uns nicht aus der Ruhe bringen!“ – drei Plakate aus dem „Ruhrkampf“

Auf Plakat 1 w ird eine ganze Schar französischer Soldaten gezeigt, die einen Arbeiter von hinten bedrängen. Dieser ist als Bergmann unmissverständlich durch den Förderwagen im Hintergrund und die am Boden liegende Spitzhacke zu erkennen, w as als Metapher für die Arbeitsniederlegung im Bergbau verstanden w erden kann. Verstärkt w ird die streikende Haltung dadurch, dass er sich mit seinem rechten Stiefel demonstrativ auf das vor ihm niedergelegte Arbeitsgerät stellt und mit dieser Geste seine Verw eigerung zum Ausdruck bringt. Aufrecht und selbstbew usst mit herausgestreckter Brust und verschränkten Armen steht er vor der französischen Soldatenschar. Insbesondere das Verschränken der Arme kann als Geste der Ablehnung verstanden w erden. Indem sich der Bergmann mit ernstem und entschlossenem Blick von dem französischen Soldaten abw endet, w ird die Widerstandskraft und „patriotische [...] Abwehrhaltung des zähen ‚Ruhrbergmanns‘“<sup>[23]</sup> verbildlicht. Durch sein leuchtend w eißes Oberteil sticht er gegen die französischen Soldaten deutlich hervor, die lediglich schraffiert und so als „graue Masse“ kaum voneinander zu unterscheiden sind.



Plakat 1: „Merk Dir das! Feiger Gedanken bängliches Schwanken Weibisches Zagen, ängstliches Klagen Wendet kein Elend, macht Dich nicht frei.“ Ohne Angabe des Grafikers, 1923. Quelle: Bundesarchiv Plak 002-012-048

Während die Darstellung des vorderen französischen Soldaten, der scheinbar versucht, den Arbeiter durch das Anbieten von Nahrung zu bestechen und für sich zu gewinnen,<sup>[24]</sup> durch seinen schmeichelnden Blick und seine gebeugte Haltung einer Karikatur ähnelt, wird der Rest der Gruppe breitbeinig stehend, mit aufgerissenen Mündern und verzerrten Gesichtern von Zorn bis Entsetzen, wütend und aufgebracht sowie bereit zum Einsatz von Gewalt dargestellt. Die Ausrufe der Soldaten sind durch ihre onomatopoeische Zeichnung vom Betrachtenden nahezu zu hören. Ihre Drohgebärden äußern sich dabei durch die gezückten und einsatzbereiten Bajonettgewehre in ihren Händen (Soldaten links und rechts außen), eine auf den Arbeiter gerichtete Pistole aus der hinteren Reihe, einen angedeuteten Peitschenhieb auf den Rücken des Arbeiters, der damit wie Vieh angetrieben wird, sowie geballte Fäuste, die als Geste der Gewaltandrohung verstanden werden können. Auf einer abstrakteren Ebene stehen die dargestellten, mannigfaltigen Gewaltandrohungen symbolisch für die Gewalt der Besatzungssoldaten im „Ruhrkampf“. Dass die deutsche Propaganda die Ruhrgebietsbesetzung nicht nur als Gewalttat, sondern als geradezu kriegerischen Akt inszenierte,<sup>[25]</sup> der sowohl gegen das Völkerrecht als auch den Versailler Vertrag verstoße, wird anhand des französischen Panzers vom Typ Renault FT-17 deutlich, der auf diesem Plakat im Hintergrund platziert wurde.

Der Text nimmt fast die Hälfte (ca. 40 %) der gesamten Plakatfläche ein; er ist gesetzt in einer größtenteils serifenlosen Antiqua-Schrift im Blocksatz. Überschrift und Unterschrift sind jeweils rechtsbündig und in roter Farbe, wodurch sie besonders hervorgehoben werden. Damit der Plattext auch von weitem gut lesbar war, wurde insgesamt eine relativ große Schriftgröße gewählt, wobei die in Majuskeln gestaltete Überschrift herausragt.

Der Kerntext des Plakats ist ein Auszug aus dem zweiten Aufzug aus Goethes

Singspiel „Lila“ (1777). In der ersten Strophe wird all das aufgezählt, was – so die Botschaft – in der verfahrenen Situation des „Ruhrkampfes“ nicht getan werden sollte: „Feiger Gedanken bängliches Schwanken / Weibisches Zagen, ängstliches Klagen / Wendet kein Elend, mach Dich nicht frei“. Nach einer Zäsur folgt die zweite Strophe, in der zum Durchhalten trotz der Belastungen aufgerufen wird: „Allen Gewalten zum Trotz sich erhalten, / Nimmer sich beugen, kräftig sich zeigen / Rufet die Arme der Götter herbei.“ Im Kontext des passiven Widerstands sind mit „allen Gewalten“ eben auch alle politischen Gewalten sowie die Repressalien der Besatzer gemeint.

Insgesamt handelt es sich bei diesem Texttyp um einen Appell: Die Bergarbeiter werden durch die im Imperativ stehende Überschrift „MERK DIR DAS!“, die sie kumpelhaft duzt, dazu aufgerufen, weiterhin standhaft zu bleiben und den Angeboten der Besatzer zu widerstehen. Da Goethes Worte an sich selbstverständlich in keiner Weise mit dem passiven Widerstand des „Ruhrkampfes“ in Verbindung stehen, muss die Illustration die sinnhafte Übertragung dieser poetischen Worte auf den „Ruhrkampf“-Kontext übernehmen. Die Vorbildfunktion des dargestellten Bergarbeiters wird dabei zusätzlich dadurch hervorgehoben, dass dieser quasi auf dem Text steht, das Zitat also nicht nur sinnbildlich, sondern realiter seinen Standpunkt ausdrückt.

Das zweite Plakat zeigt einen Arbeiter, der sich mindestens vier französischen Soldaten in den Weg stellt. Für die 1920er Jahre typisch wird er mit offener Jacke und Ballonmütze gezeigt.<sup>[26]</sup> Genau wie auf dem ersten Plakat ist er durch sein charakteristisches Arbeitsgerät, die Spitzhacke, sowie die schemenhaft angedeuteten Fördertürme im Hintergrund dem Bergbau zuzuordnen. Auch hier liegt die Spitzhacke vor seinen Füßen und kann als Symbol für den passiven Widerstand gesehen werden. Seine breitbeinige Haltung wirkt entschlossen und selbstbewusst. Mit nach unten gezogenen Mundwinkeln, eng zusammengekniffenen Augen und ernstem, beinahe „holzschnittartig gezeichnetem Gesicht“<sup>[27]</sup> stellt sich der Arbeiter den französischen Soldaten entgegen; er wirkt damit geradezu wie ein „Prellbock“<sup>[28]</sup>. Dieses „massive [...] Bild der Verweigerung“<sup>[29]</sup> wird dabei zusätzlich unterstützt von seiner lässigen Haltung, indem er die Hände in seinen Hosentaschen vergraben hat. Dies kann als Geste für Arbeitsverweigerung gedeutet werden. Andererseits wird damit die Gewaltlosigkeit des passiven Widerstands seitens der Arbeiter symbolisiert, da der wehrlose Arbeiter trotz der französischen Bajonette, die auf ihn gerichtet sind, standhaft bleibt und weiterhin friedlich verharrt.



Plakat 2 „Nein! Mich zwingt Ihr nicht!“ Ohne Angabe des Grafikers, 1923. Quelle: Bundesarchiv Plak 002-012-036

Auffällig ist vor allem die relative Größe des Bergmanns im Verhältnis zu den zwei Soldaten, die nur teilweise im Bildausschnitt zu sehen sind und in ihrer Bewegungsrichtung von der Seite sich hin zum Arbeiter drängen. Damit wird der Vorgang der Besetzung in eine Momentaufnahme übertragen und kann als Allegorie der Ruhrbesetzung verstanden werden.<sup>[30]</sup> Neben der Androhung von Gewalt sind bei den Soldaten weitere Zeigegebungen zu erkennen. Während der linke auf den Förderturm im Hintergrund zeigt, weist der rechte Soldat mit seinem Zeigefinger auf die am Boden liegende Spitzhacke, was als gestische Aufforderung zur Wiederaufnahme der Arbeit verstanden werden kann. Durch die perspektivische Obersicht auf die Soldaten wirken diese zusätzlich einzig im Vergleich zu dem im Zentrum stehenden Arbeiter und als nicht ernstzunehmende Gegner für diesen, obwohl die französischen Soldaten deutlich in der Überzahl sind. Auch hier ist der Arbeiter durch die dunkle Färbung von den in hellen Blautönen schraffierten Soldaten abgesetzt.

Zeichnermäßig weist das zweite Plakat den geringsten Textanteil von allen drei Plakaten auf. Hier nimmt das Bild den Hauptteil der Plakatfläche ein, wobei der Text nur zur Amplifizierung der Bildaussage dient, sozusagen die körperliche wie auch geistige Haltung des Bergmanns versprachlicht und damit zeitgleich die Antwort auf die Arbeitsaufforderung der französischen Soldaten darstellt: „Nein! Mich zwingt Ihr nicht“. Durch die Platzierung des ersten Imperativs in der oberen linken Bildecke und des zweiten – wie auf Plakat 1 – unter den Füßen des Arbeiters, umrahmt der Text die Illustration. Hier kann weniger von einem Appell als von einer Parole der Arbeiterschaft gesprochen werden, da nicht direkt eine Handlungsanweisung gegeben wird, sondern implizit durch Aufzeigen eines vorbildlichen Verhaltens zur Nachahmung aufgefordert wird. Insgesamt wurde auch bei der Gestaltung dieses Plakats um der Lesbarkeit und

Signalwirkung w illen eine relativ große Schrift in roter Farbe verwendet.<sup>[31]</sup>

Das dritte Plakat zeigt einen Bergmann, der durch den typischen Fahrhut deutlich zuzuordnen ist, und einen Beamten der Deutschen Reichsbahn, der an seiner Uniform mit der charakteristischen Schirmmütze zu erkennen ist. Der Bergmann, rechts, stützt sich mit seiner linken Hand auf ein Fördergerüst neben ihm ab und bringt dies damit zum Stillstand, indem er das Förderrad anhält. Seine rechte Hand stützt er dabei demonstrativ auf seiner Hüfte ab. Dies kann als Geste des Trotzes und Ausharrens verstanden werden. Der Bahnbeamte hat die Arme in seinem Schoß verschränkt und die Beine abwartend übereinander geschlagen, während er auf seinem Arbeitsgerät, einer Dampflok, sitzt. Es wirkt so, als wolle er den passiven Widerstand buchstäblich aussitzen.



Plakat 3: „Ihr könnt uns...nicht aus der Ruhe bringen! Fiche-moi la paix...!“ Grafiker: P.A. Lich, 1923. Quelle: Bundesarchiv Plak 002-012-024

Der Plakattext wird dabei in die Körpersprache der abgebildeten Figuren übersetzt: „Ihr könnt uns nicht aus der Ruhe bringen!“ In beiden Fällen sind die Augen der Arbeiter kaum zu erkennen, da sie nicht nur im w örtlichen, sondern im metaphorischen Wortsinn auf die Soldaten herabblicken. In beiden Fällen wird der Vorgang des passiven Widerstands allegorisch dargestellt; einmal durch das Festhalten des Förderrads (Metapher für den Stillstand im Bergbau) und parallel durch das „Aufsitzen“ auf der Lok (Metapher für den Streik der Reichsbahnbeamten). Unterstützend dazu kann der Plakathintergrund gedeutet werden, da aus den abgebildeten Schloten nicht explizit Rauch emporkommt, sondern nur noch eine große, schraffierte Rauchwolke am Himmel den Qualm der letzten Arbeitstage vor der Besetzung des Ruhrgebiets anzudeuten scheint.

Besonders auffällig ist die proportionale Gestaltung der Soldaten: Im Vergleich zu den

beiden Arbeitern wirken sie wie Spielzeugsoldaten. Diese Darstellung erinnert an eine Karikatur, da ihre Versuche, die Arbeiter zur Wiederaufnahme ihrer Tätigkeit zu bewegen, nicht nur hilflos und vergeblich, sondern geradezu lächerlich erscheinen. Dementsprechend ungefährlich wirken die Soldaten trotz ihrer Bewaffnung. Auch farblich schlägt sich dieses Machtgefälle nieder. Die beiden übergroßen Arbeiter wirken durch ihre starke Konturierung und dunkle Färbung noch monumentaler, wohingegen die französischen Soldaten regelrecht im Schatten der „riesigen“ Arbeiter stehen, da sie durch die Kontrastarmut kaum vom Hintergrund zu unterscheiden sind und darin geradezu verschwinden.

Wie auch auf den anderen Plakaten wurde für eine gute Lesbarkeit eine recht große Schrift verwendet, gepaart mit roter Färbung, wobei die unteren beiden Schriftzüge etwas kleiner gehalten und vor allem aufgrund ihrer leichten Transparenz sowie dem dunklen Hintergrund kaum zu erkennen sind. Ebenso wie auf dem davor beschriebenen Plakat ist der Text in zwei Blöcke aufgeteilt und rahmt dadurch die Illustration. Interessant ist dabei, dass der Plakattext bilingual ist; der äußere Text ist in deutscher Sprache („Ihr könnt uns ... nicht aus der Ruhe bringen!“), der innere auf Französisch verfasst: „Fiche-moi la paix ...! / Cambronne!“. Übersetzt bedeutet diese Imperativkonstruktion so viel wie „Lass mich in Frieden ...! / Cambronne!“ und meint im Französischen eine familiäre Art, jemandem zu signalisieren, dass er sich entfernen möge. Dies kann auch als Parole mit dem impliziten Appellcharakter, dass sich Frankreich aus dem Ruhrgebiet zurückziehen soll, verstanden werden. Möglicherweise ist die Personenanrede „Cambronne“ eine Anspielung auf den französischen General Pierre Cambronne zur Zeit des Ersten Kaiserreichs<sup>[32]</sup> und damit eine Metonymie für ganz Frankreich, wobei eine genauere Ausdeutung aufgrund mangelnder Hinweise an dieser Stelle nicht geleistet werden kann.

Der deutsche Text ist zwar durch seinen Ausrufcharakter auch als eine Art Parole der Arbeiter zu deuten, jedoch kann in der Aufteilung und dem damit einhergehenden Zeilensprung ferner auch ein gewisser Witz gelesen werden: „Ihr könnt uns ...“ suggeriert gedanklich beim Leser die sprachlich häufig zusammen auftretende Fortsetzung: „Ihr könnt uns ... mal“. Dies würde gut passen, deutet man die körperliche sowie geistige Haltung der Figuren. Somit korrespondiert der Text mit der Illustration, indem die Handlung sowie die Attitüde der Figuren versprachlicht werden.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die menschliche Figur, das „personale [...] Bildzeichen“,<sup>[33]</sup> das wichtigste Bildelement auf den illustrierten Plakaten darstellt.<sup>[34]</sup> Das symbolische Setting gibt bereits Aufschluss bei der Identifizierung, jedoch weisen die Figuren durch ihre Darstellung selbst weitere Merkmale auf, durch die sie für den zeitgenössischen Betrachter/der Betrachterin klar als „Eigene“ oder aber als „Feinde“ zu erkennen waren. Für die Darstellung dieser Figurentypen verwendet die Bildsprache bestimmte Attribute beziehungsweise Requisiten (Fahrrut, Spitzhacke etc.), um ihnen eine symbolische Bedeutung zuzuwenden.<sup>[35]</sup>

Verbindend ist auch das Gestaltungsmittel der Monumentalisierung,<sup>[36]</sup> mit dem die machtvolle Position des Arbeiters auf der einen Seite und die Machtlosigkeit der Besatzer auf der anderen Seite symbolisiert werden. Insgesamt kann diesem Stilmittel ebenso eine solidarisierende Funktion zugesprochen werden, da die Größe des Arbeiters eine gewisse Sicherheit ausstrahlt, die vermittelt, dass die Arbeiter nichts zu befürchten haben, wenn sie gemeinsam als „Riese“ auftreten. In diesem Kontext kann geradezu von einer Motivtradition des „Riesen Proletariat“ gesprochen werden.<sup>[37]</sup>

Ungeachtet der auf sie gerichteten Bajonettgewehre bleiben die Arbeiter trotz ihrer Übergröße gewaltlos und lassen sich nicht zu aktivem Widerstand hinreißen.<sup>[38]</sup> Häufig wird auf Propagandaplakaten mit dieser Kontrastierung gearbeitet, indem sich des Täter-Opfer-Motivs<sup>[39]</sup> bedient wird: Während der Feind zu einem „mordenden Ungeheuer“<sup>[40]</sup> stilisiert wird, werden die Eigenen als unschuldige Opfer beziehungsweise heldenhafte Verteidiger dargestellt. Dieser Topos war für die deutsche Widerstandskampagne während der Ruhrbesetzung von großer Bedeutung, da die Opferrolle Deutschlands so prägnant sichtbar gemacht und Frankreich als Alleintäter angeprangert werden konnte.<sup>[41]</sup>

Durch ihre Widerstandskraft und beinahe stoische Ruhe werden die abgebildeten Arbeiter somit zu Heldenfiguren stilisiert und fungieren als Identifikationsangebot sowie Vorbild für die Betrachtenden. Damit dies gelingt, werden die Figuren des Arbeiters zu Vertretern ihrer Zunft typisiert und stark entindividualisiert. Auf allen drei Plakaten weisen die Arbeiter folglich kaum individuelle Merkmale wie markante Gesichtszüge auf, stattdessen haben sie vielmehr „Allerweltsgesichter“. Auffallend ist, dass die Arbeiter jeweils durch eine starke Kontrastierung zeichnerisch von den restlichen Figuren abgehoben werden; sie bilden in allen Fällen das „Kontrastzentrum“<sup>[42]</sup> der Plakate. Die Figurenzeichnung besitzt damit eine metaphorische Dimension, da die

französischen Soldaten den Arbeitern durch ihre Ausgestaltung zeichnerisch untergeordnet sind. Gut und Böse werden also auch auf ästhetischer Ebene getrennt.<sup>[43]</sup>

Gemeinsam ist der Darstellung der Soldaten mit der der Arbeiter, dass auch sie – allerdings im negativen Sinne – keine Individualisierungen aufweisen, da sie entweder nur wenig konturiert gezeichnet oder ihre Gesichter teilweise erst gar nicht zu sehen sind. Auch in diesem Fall stehen die Soldaten dadurch stellvertretend für die gesamte Besatzungsmacht und werden deutlich als Antagonisten der Arbeiter, als Feinde derselben, markiert. Dass es sich dabei um französische Besatzungssoldaten handelt, kann neben den Bajonettgewehren an ihrer Uniform mit den typischen Wickelgamaschen sowie dem Stahlhelm mit der mittleren Längswulst („Adrianshelm“) ausgemacht werden. Für das zeitgenössische Publikum waren die Soldaten wohl unmissverständlich als Franzosen zu identifizieren. Auch wenn die französischen Soldaten auf allen Plakaten insgesamt zwar zahlenmäßig überlegen sind,<sup>[44]</sup> wird diese Überzahl durch die genannten Gestaltungsmittel aufgehoben und überdeckt.

Was den Text der Widerstandsplakate betrifft, kann festgehalten werden, dass die Aussagen häufig einen exklamatorischen Charakter besitzen, der durch Imperative und Aufforderungssätze hervorgerufen wird. Die primäre und offensichtliche Botschaft ist der Ansporn zur Aufrechterhaltung des passiven Widerstands: Sie richtet sich an die gesamte Ruhrarbeiterschaft des Bergbaus. Neben den Arbeitern aus dem Bergbau waren vor allem die Eisenbahner des Gütertransportwesens eine wichtige Zielgruppe für die deutsche Propaganda, da so Versorgungsengpässe für belgische und französische Soldaten ausgelöst werden konnten.<sup>[45]</sup>

Da unkooperatives Verhalten das Kernelement des passiven Widerstands war,<sup>[46]</sup> die Sanktionen der Besatzungssoldaten immer drastischer wurden und sich die Lage der Ruhrgebietsbevölkerung mehr und mehr verschlechterte,<sup>[47]</sup> musste die deutsche Propaganda einem Abnutzungseffekt durch Resignation entgegenarbeiten.<sup>[48]</sup> Daneben wurde auch Frankreich beziehungsweise die französische Regierung aufgefordert, die Besetzung aufzugeben und sich zurückzuziehen. Sekundär adressierten die Plakate die Bevölkerung in den unbesetzten Gebieten, indem das Unrecht der Besatzungspraxis thematisiert wurde. Diese Darstellung der Ruhrbesetzung als gewaltvollen, kriegerischen Akt impliziert die dritte Zielgruppe, das ausländische Publikum, da man neben der Innenpropaganda auch die Wichtigkeit der Auslandspropaganda für die internationale Stärkung der eigenen Position bemerkte und sich in der Hoffnung, die Weltmeinung zu gewinnen, auf eine offene Konfrontation mit Frankreich einließ.<sup>[49]</sup>

## Schluss

Die anfangs erwähnte ungeheure Vielfalt der (Plakat-)Propaganda kann kaum erschöpfend erfasst werden, da es neben den thematischen Plakaten mit dem Aufruf zum passiven Widerstand zahlreiche andere Plakattypen im Kontext des „Ruhrkampfes“ gab, die beispielsweise gegen den Versailler Vertrag polemisierten, die Gewalt der Besatzungssoldaten anprangerten, um Spenden zum „Deutschen Volkopfer“ baten, zum Boykott von belgischen und französischen Waren aufriefen oder ganz allgemein Frankreich für sein angebliches Expansionsstreben schmähten. Der Stellenwert des Mediums Plakat in der deutschen Propagandakampagne des „Ruhrkampfes“ wird allein schon durch die Menge und Vielfalt ersichtlich, die sie hervorbrachte. Insbesondere für die Darstellung des Aufrufs zum passiven Widerstand existierten scheinbar über die Plakatgrenzen hinweg gültige Gestaltungsprinzipien und regelrechte Motivtraditionen, die diesen Typus von „Ruhrkampf“-Plakat charakterisieren.

Trotz der dargestellten Überlegenheit des „Arbeiters“ musste die Bevölkerung zur Fortsetzung des passiven Widerstands gerade wegen der wirtschaftlichen Not mobilisiert werden. Dazu spielte die deutsche Propaganda bewusst mit kriegerischer Rhetorik, die Assoziationen mit den Ideen von 1914 hervorrufen und die Ruhrbesetzung als illegalen Akt darstellen sollte,<sup>[50]</sup> dabei aber durch die zur Schau gestellte Gewaltfreiheit der „Eigene“ versuchte, das Weltpublikum für sich zu gewinnen. Die eigene Bevölkerung anfänglich zu gewinnen, war gar nicht erst notwendig, da der „Franzosenhass“ bereits vorhanden war, wenn nicht sogar eine regelrechte Tradition in Deutschland besaß.<sup>[51]</sup> Die Ruhrbesetzung bot damit für die Propaganda einen „fruchtbaren Nährboden“,<sup>[52]</sup> dessen Stimmung durch deutschnational geprägte Medien geschürt wurde und die deutsche „Trotzmentalität“<sup>[53]</sup> verstärkte. Es ist augenscheinlich, dass das repressive Vorgehen der Alliierten „Wasser auf den Mühlen der nationalen Propagandisten“<sup>[54]</sup> war und vor allem

[1] Benjamin Schulte, Das Scheitern „kultureller Demobilisierung“ nach dem Ersten Weltkrieg. Die Ruhrkrise 1923, in: Historisch-Politische Mitteilungen 19 (2012), S. 109-136, hier S. 115, online unter [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=751c00b8-2631-8340-324f-ac50ebd6a223&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=751c00b8-2631-8340-324f-ac50ebd6a223&groupId=252038) [25.05.2020].

[2] Vgl. dazu Klaus Wisotzky, Die Ruhrbesetzung 1923 bis 1925 im Spiegel von Flugblättern und Karikaturen, in: ders./Ingrid Wölk (Hg.), Fremd(e) im Revier!? Zuwanderung und Fremdsein im Ruhrgebiet, Essen 2010, S. 260-265, hier S. 260.

[3] Vgl. dazu Schulte, Das Scheitern „kultureller Demobilisierung“, S. 109f.

[4] Vgl. dazu ebd., S. 131.

[5] Siehe dazu Wisotzky, Die Ruhrbesetzung, S. 260.

[6] Gabriele Unverferth, Vom „perfiden Albion“ zum „Cordon Douanier“. Plakate und Flugblätter als Instrument der politischen Propaganda. Beispiele aus den Beständen des Westfälischen Wirtschaftsarchivs, in: Karl-Peter Ellerbrock (Hg.), Erster Weltkrieg, Bürgerkrieg und Ruhrbesetzung. Dortmund und das Ruhrgebiet 1914/18-1924, Dortmund 2010, S. 121-196, hier S. 141.

[7] Mark Haarfeldt weist darauf hin, dass sich die deutsche Propaganda in erster Linie auf Frankreich bezogen habe, da man Belgien nur als Beiwerk der französischen Außenpolitik betrachtete. Siehe dazu Mark Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland 1918-1936, Essen 2017, S. 192.

[8] Vgl. dazu Hessisches Landesmuseum Darmstadt (Hg.), Politische Plakate der Weimarer Republik 1918-1933, Darmstadt 1980, S. 6f.

[9] Vgl. Thomas Trumpp, Das politische Plakat als historische Quelle, in: Deutsches Plakat-Museum (Hg.), Das politische Plakat der Welt; Begleitband zur Ausstellung vom 14. Juni 1973 bis 29. Juli 1973, Essen 1973, o.S.

[10] Vgl. Hanspeter Rings, Politische Plakate. Von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik, in: Politik & Unterricht 35 (2009), Nr. 2-3, S. 3-10, hier S. 7, online unter [http://www.politikundunterricht.de/2\\_3\\_09/plakate.pdf](http://www.politikundunterricht.de/2_3_09/plakate.pdf) [25.05.2020].

[11] Siehe dazu Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen, Absicht und Wirkung des politischen Plakates, in: Deutsches Plakat-Museum (Hg.), Das politische Plakat der Welt, beiliegende Broschüre, S. 1.

[12] Vgl. dazu auch Unverferth, Vom „perfiden Albion“ zum „Cordon Douanier“, S. 171.

[13] Siehe dazu Christine Brocks, Bildquellen der Neuzeit, Paderborn 2012, S. 25.

[14] Vgl. dazu Hessisches Landesmuseum Darmstadt, Politische Plakate der Weimarer Republik, S. 6, und Brocks, Bildquellen der Neuzeit, S. 25.

[15] Siehe dazu Kai Artinger, Das politische Plakat. Einige Bemerkungen zur Funktion und Geschichte, in: ders. (Hg.), Die Grundrechte im Spiegel des Plakats. 1919-1999, Berlin 2000, S. 15-22, hier S. 21, online unter <https://www.dhm.de/archiv/ausstellungen/grundrechte/katalog/15-22.pdf> [25.05.2020].

[16] Geleitwort zur Ausstellung von Hermann Schardt, in: Deutsches Plakat-Museum (Hg.), Das politische Plakat der Welt, o.S.

[17] Vgl. dazu Brocks, Bildquellen der Neuzeit, S. 26.

[18] Siehe zu Ausweisungen weiterführend: Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland, S. 233ff.

[19] Vgl. dazu Hans Jürgen Müller, Auswärtige Pressepolitik und Propaganda zwischen Ruhrkampf und Locarno (1923-1925). Eine Untersuchung über die Rolle der Öffentlichkeit in der Außenpolitik Stresemanns, Frankfurt a.M. 1991, S. 109.

[20] Otto Bamberger zit. nach Geleitwort zur Ausstellung von Hermann Schardt, in: Deutsches Plakat-Museum (Hg.), Das politische Plakat der Welt, o.S.

[21] Vgl. dazu Artinger, Das politische Plakat, S. 18.

[22] Siehe dazu Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland, S. 94, 207.

[23] Moritz Föllmer, Der Feind im Salon. Eliten, Besatzung und nationale Identität in Nordfrankreich und Westdeutschland 1914-1930, in Militärgeschichtliche Zeitschrift

(MGZ) 61 (2002), S. 1-24, hier S. 17, online unter <https://www.degruyter.com/view/journals/mgzs/61/1/article-p1.xml> [25.05.2020].

[24] Tatsächlich versuchte die französische Besatzung, den passiven Widerstand durch Angebote wie improvisierte Lebensmittelläden und Suppenküchen zu brechen. Siehe dazu Conan Fischer, Soziale Verwerfungen im Ruhrkampf durch Hunger und Evakuierung, in: Gerd Krumeich/Joachim Schröder (Hg.), Der Schatten des Weltkriegs. Die Ruhrbesetzung 1923, Essen 2004, S. 149-167, hier S. 156ff.

[25] Vgl. dazu Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland, S. 192.

[26] Siehe dazu Michael Sauer, Auffällig, verbreitet und meinungsmachend. Plakate als Quellen im Geschichtsunterricht, in: Geschichte lernen 14 (2006), S. 2-11, hier S. 7. Betrachtet man zeitgenössische Fotografien, fällt auf, dass Stahlarbeiter, Hafendarbeiter etc. diese Mützenart häufig trugen. Jedenfalls galt sie als Mütze der unteren Klasse, als typisches Kleidungsstück der Arbeiter.

[27] Michael Sauer, „Nein! Mich zwingt Ihr nicht!“. Interpretation eines Ruhrkampf-Plakates, in: Geschichte lernen Nr. 77/2000, S. 43-45, hier S. 44.

[28] Ebd.

[29] Ebd.

[30] Vgl. dazu ebd.

[31] Rot ist die häufigste aller Plakatfarben, da sie durch ihre physischen/optischen Gegebenheiten vom menschlichen Auge stärker wahrgenommen wird als andere Farben. Siehe dazu Frank Kämpfer, „Der rote Keil“. Das politische Plakat. Theorie und Geschichte, Berlin 1985, S. 127f.

[32] Siehe dazu „le Mot de Cambroune“, in: Oxford Reference online: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095544191> [25.05.2020].

[33] Kämpfer, „Der rote Keil“, S. 128-132.

[34] Vgl. dazu ebd., S. 128.

[35] Siehe dazu Hessisches Landesmuseum Darmstadt (Hg.), Politische Plakate der Weimarer Republik, S. 15, sowie Kämpfer, „Der rote Keil“, S. 147.

[36] Zum Stilmittel der „Monumentalisierung“ schreibt Gabriele Unverferth: „Das Stilmittel der Monumentalisierung ist in der Plakatkunst der Weimarer Republik über alle Parteigrenzen hinweg häufig anzutreffen. Es diente zum einen der heroisierenden Verkörperung der eigenen Ziele und Leitbilder, zum anderen der Diffamierung und Dämonisierung des politischen Gegners [...]“. Unverferth, Vom „perfiden Albion“ zum „Cordon Douanier“, S. 196, FN 128.

[37] Der „Riese Proletariat“ steht allegorisch für die vereinte Gesamtheit der Arbeiterschaft, die durch ihre Menge zum – im wahrsten Sinne – überragenden Akteur wird. „Allgemein zur Motivtradition: Hans-Jürgen Pandel, Karikaturen. Gezeichnete Kommentare und visuelle Leitartikel, in: ders./Gerhard Schneider (Hg.), Handbuch Medien im Geschichtsunterricht, Schwabach/Ts. 2001, S. 269-290, hier S. 278.

[38] Dass der passive Widerstand nicht so passiv war, wie er dargestellt wurde, zeigt Gerd Krüger, „Wir wachen und strafen!“ Gewalt im Ruhrkampf von 1923, in: Gerd Krumeich/Joachim Schröder (Hg.), Der Schatten des Weltkriegs. Die Ruhrbesetzung 1923, Essen 2004, S. 233-255.

[39] Vgl. dazu Schulte, Das Scheitern „kultureller Demobilisierung“, S. 131.

[40] Sauer, Auffällig, verbreitet und meinungsmachend, S. 7.

[41] Vgl. dazu ebd.

[42] Ebd., S. 123.

[43] Vgl. dazu Hessisches Landesmuseum Darmstadt (Hg.), Politische Plakate der Weimarer Republik, S. 17.

[44] Jaennesson spricht von ca. 45.000 Soldaten zu Beginn der Besetzung des Ruhrgebiets, das zu diesem Zeitpunkt rund 1,5 Mio. Einwohner zählte. Vgl. Daten bei Stanislas Jaennesson, Übergriffe der französischen Besatzungsmacht und deutsche Beschwerden, in: Gerd Krumeich/Joachim Schröder (Hg.), Der Schatten des Weltkriegs. Die Ruhrbesetzung 1923, Essen 2004, S. 207-231, hier S. 207.

[45] Vgl. dazu Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland, S. 203.

[46] Vgl. dazu ebd., S. 200.

[47] Insbesondere die Frauen und Kinder der Arbeiter hatten unter dem passiven Widerstand zu leiden.

[48] Siehe zur Problematik des Abnutzungseffekts der deutschen Propaganda ebd., S. 229ff.

[49] Siehe zu diesem Aspekt ebd., S. 204ff, und Gabriele Unverferth, Das Plakat als Waffe. Der Ruhrkampf 1923, in: dies./Ottfried Dascher/Wilfried Reininghaus (Hg.), Soll und Haben. Geschichte und Geschichten aus dem Westfälischen Wirtschaftsarchiv, Dortmund 1991, S. 116-117.

[50] Siehe dazu Haarfeldt, Deutsche Propaganda im Rheinland, S. 211.

[51] Weiterführend dazu z.B. Michael Jeismann, Das Vaterland der Feinde. Studien zum nationalen Feindbegriff und Selbstverständnis in Deutschland und Frankreich 1792-1918, Stuttgart 1992, oder auch Karen Hagemann, Aus Liebe zum Vaterland. Liebe und Hass im frühen deutschen Nationalismus, in: Birgit Aschmann (Hg.), Gefühl und Kalkül. Der Einfluss von Emotionen auf die Politik des 19. und 20. Jahrhunderts, Stuttgart 2005, S. 101-123.

[52] Unverferth, Das Plakat als Waffe, S. 171.

[53] Hans Mommsen, Die politischen Folgen der Ruhrbesetzung, in: Gerd Krumeich/Joachim Schröder (Hg.), Der Schatten des Weltkriegs. Die Ruhrbesetzung 1923, Essen 2004, S. 305-312, hier S. 306.

[54] Wisotzky, Die Ruhrbesetzung, S. 262.

[55] Adam Ferguson, Das Ende des Geldes. Hyperinflation und ihre Folgen für die Menschen am Beispiel der Weimarer Republik, hg. von Max Otte, München 2011, S. 200.

#### Zitation

---

Marian Kulig, Plakate im „Ruhrkampf“ 1923. Die Darstellung des passiven Widerstands, in: Visual History, 02.06.2020, <https://visual-history.de/2020/06/02/plakate-im-ruhrkampf-1923/>

DOI: <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1775>

Link zur [PDF-Datei](#)

#### Nutzungsbedingungen für diesen Artikel

Copyright (c) 2020 Clio-online e.V. und Autor\*in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Visual-History“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber\*in vorliegt.

Bitte kontaktieren Sie: <[bartlitz@zzf-potsdam.de](mailto:bartlitz@zzf-potsdam.de)>