

MAREN RÖGER, MAŁGORZATA STOLARSKA-FRONIA

Gezeigte Grenzen

Erkundungen deutsch-polnisch-jüdischer
Beziehungsbilder zwischen 1890 und 1920

Visuelle Geschichtskultur

23

Brody

Granica — Границя — Grenze



Visuelle Geschichtskultur

eine Reihe des Leibniz-Instituts
für Geschichte und Kultur
des östlichen Europa (GWZO)

herausgegeben von Arnold Bartetzky
und Maren Röger

begründet von Stefan Troebst

Gefördert durch die Deutsch-Polnische Wissenschaftsstiftung –
Projekt »Die Kraft der Vervielfältigung. Bilder der deutsch-polnisch-
jüdischen Beziehungen in den visuellen Massenmedien der 1890er
bis 1930er« (Projektnummer 2021–04)

DEUTSCH | POLSKO
POLNISCHE | NIEMIECKA
WISSENSCHAFTS | FUNDACJA
STIFTUNG | NA RZECZ NAUKI

Gedruckt mit Unterstützung des Leibniz-Instituts für Geschichte
und Kultur des östlichen Europa (GWZO) e.V. in Leipzig. Diese Maß-
nahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des
vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

Der Titel ist als Open-Access-Publikation verfügbar über
www.sandstein-verlag.de, DOI: 10.25621/sv-gwzo/VG-23

Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-Non
Commercial 4.0 Lizenz (BY-NC). Diese Lizenz erlaubt unter Voraus-
setzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfäl-
tigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für
nicht kommerzielle Zwecke (Lizenztext: [https://creativecommons.org/
licenses/by-nc/4.0/deed.de](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de)).

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Original-
material. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen
(gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. Schaubilder, Abbildungen,
Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen
durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Das zweite und das vierte Kapitel des Buchs wurden aus dem Polni-
schen übersetzt von Anne Mühlich. Alle sonstigen Übersetzungen
im Buch wurden – sofern nicht anders gekennzeichnet – durch die
Autor:innen vorgenommen.

Schreibweisen in Zitaten, die – sei es in deutscher oder einer anderen
Sprache – von der heutigen Rechtschreibung abweichen, wurden im
Original belassen.

Die Rechte für die Verwendung von Abbildungen wurden sorgfältig
ermittelt. In Fällen, in denen dies trotz aller Bemühungen nicht
möglich war, bitten wir um Mitteilung.

Für möglicherweise nicht mehr bestehende Internet-Links kann
keine Verantwortung übernommen werden.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2024, Sandstein Verlag, Goetheallee 6, 01309 Dresden

Redaktion: Dorothee Riese und Moritz Venohr
Umschlagabbildung: Brody. Granica – граница – Grenze.

Brody: Władysław Kocyan, 1914.

Einbandgestaltung: Sandstein Verlag

Gestaltung, Satz, Repro: Sandstein Verlag

Druck: FINIDR, s.r.o.

www.sandstein-verlag.de

ISBN 978-3-95498-837-2

23 Gezeigte Grenzen

Erkundungen deutsch-
polnisch-jüdischer
Beziehungsbilder
zwischen 1890 und 1920

MAREN RÖGER, MAŁGORZATA STOLARSKA-FRONIA
UNTER MITARBEIT VON MARCIN WIELOCH,
VINCENT HOYER UND RYSZARD KACZMAREK

Inhalt

7	Einleitung
8	Oberschlesien und Galizien: Beziehungsbilder aus besonderen »Borderlands«
10	Aufbau, Material und Grenzen
	MAŁGORZATA STOLARSKA-FRONIA
14	Begegnungen am Grenzort um 1900 Zwischen nationaler Meistererzählung und Sensationen der Mobilität
17	Unter dem Auge des Kaisers: Die visuelle »Meistererzählung« des Dreikaiserecks
19	Wer ist das »Etablisement«? Kennzeichnungen von Zugehörigkeit
21	Landschaft als visuelle Zähmung der Fremdheit
25	Zwischen Brody und Myslowitz: Grenzübergänge
31	»Hier ist's wie in Babylon ...«: Ethnizität unter Kontrolle
33	Schmuggler mit Kosakengewehr im Anschlag
36	Die Macht des Stereotyps: Der »Ostjude« in Myslowitz
40	Antisemitische Schablonen an der Przemsa
	MAREN RÖGER
46	Von Lemberg über Myslowitz nach Wien (Über-)Regionale Inszenierung der Judenheiten
47	Jüdische Kultur im kleinen Bild: Grußkarten, Gemälde und das Geschäft
52	Judenheiten als Fremdkörper in der polnischen Nation
62	»Galizische Industrie«, auch in Myslowitz
67	»Directer Wagen Lemberg–Wien«: Migration von Menschen und Motiven

MARCIN WIELOCH

- 74 **Neue nationale Bilderkämpfe**
Visuelle Medien während des
deutsch-polnischen Propagandakampfes
von 1919 bis 1921
- 75 Flugblätter und Plakate als Mittel der Agitation
in der oberschlesischen Volksabstimmungskampagne
- 80 *Kocynder* und *Pieron* – visuelle Presseerzeugnisse
in der Volksabstimmungskampagne
- 83 Die häufigsten Themen in der Ikonografie
von *Kocynder* und *Pieron*
- 101 **Am Schluss eines Streifzugs: Fazit**
- 104 Bildnachweis

Einleitung

Grenzen, so die zeitgenössische, in Schlesien geborene Schriftstellerin Olga Tokarczuk, dienten uns dazu, »ein trügerisches Gefühl von Ordnung und Kontrolle über die Realität aufzubauen. Vergangenheit – Zukunft, real – unwirklich, Frau – Mann, Mensch – Tier, Traum – Realität, ein Land – ein anderes Land, eine Sprache – eine andere Sprache. Durch die Polarität dieser Kategorien entsteht ein einfaches Raster, das es uns ermöglicht, uns sicher zu fühlen – wir haben den Eindruck, die Welt zu verstehen. Aber das Interessanteste, Lebendigste und Wahrste passiert immer irgendwo dazwischen, in den unendlich weiten Grenzräumen.«¹

Wie Bilder der deutsch-polnisch-jüdischen Beziehungen in den Jahrzehnten um 1900 gestaltet wurden, ist das Thema dieses Buches. Deutsche, Pol:innen und Jüdinnen und Juden lebten damals in Europa an unterschiedlichen Orten in sich wandelnden Konstellationen zusammen, in den Metropolen ebenso wie an den Rändern der Imperien und Nationalstaaten. Um die Komplexität der Beziehungen im Alltag wissen wir ebenso wie um die Bedeutungszunahme der spaltenden Denksysteme von Nationalismus und Antisemitismus, die jenes von Tokarczuk beschriebene Raster aufbauten.

Im Fokus stehen die Jahrzehnte zwischen 1890 und 1920. Wir orientieren uns weniger an politischen Zäsuren, obwohl es in diesen Jahrzehnten tiefgreifende gab: Die Imperien des östlichen Europa zerfielen in der Gewalteskalation des Ersten Weltkriegs, und Polen – zuvor zwischen dem Russländischen, dem Habsburger und dem Deutschen Kaiserreich aufgeteilt – konnte als eigenständiger Staat wiedergegründet werden. Unser Buch orientiert sich vielmehr an dem Aufstieg einer anderen Weltmacht: den technisch reproduzierbaren, ubiquitär verfügbaren visuellen Massenmedien.

Der Siegeszug der Bildmedien für die Weltwahrnehmung kann unterschiedlich datiert werden. Historiker:innen der Moderne verorten ihn an der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert, wohingegen die Spezialist:innen für frühere Epochen auf stete Bedeutung von Visualität und Medialität für die Aneignung von Welt verweisen. Die technologische Revolution des Buchdrucks nach Gutenberg ermöglichte massenhaftere Reproduktionen von Bildmaterial auf Flugblättern und Flugschriften, die in Öffentlichkeiten wirkten.² Aber erst mit der Erfindung des Steindrucks, der Fotografie und dem Ausbau der Transportwege konnten Bilder überall sein.

Es war insbesondere die Bildpostkarte, die all diese Qualitäten auf sich vereinte. Sie wird in zwei Kapiteln

die wahre Protagonistin unseres Buches. In der Größe unscheinbar, durch den Weltpostverband auf 9 mal 14 Zentimeter normiert,³ trat sie nach ihrer Einführung den Siegeszug an. Die Produktionsstatistiken des Jahres 1899, wie Ado Kyrou sie angibt, sprechen Bände: Im Deutschen Kaiserreich seien allein in diesem Jahr 88 Millionen Postkarten produziert worden – bei einer Einwohnerzahl von 50 Millionen. England produzierte 14 Millionen Karten, Belgien 12 Millionen, Frankreich 8 Millionen.⁴ Leclerc spricht gar von 750 Millionen produzierten Exemplaren um die Jahrhundertwende,⁵ die sowohl für den heimischen Markt bestimmt waren als auch in andere Länder verkauft wurden. Laut *Deutscher Verkehrszeitung* gingen die Exporte der deutschen Postkartenfirmen hauptsächlich in die USA, Großbritannien und an dritter Stelle dann nach Österreich-Ungarn. Eva Tropper gibt 350 Millionen exportierte Postkarten im ersten Halbjahr 1908 an, womit sie die Größenordnung bei Leclerc stützt.⁶ Im Russländischen Reich begann die Produktion der Karten später, doch handelte es sich klar um einen Wachstumsmarkt. Anna Larina gab an: »So wurden dort im Jahr 1900 58,7 Millionen Postkarten verschickt, darunter auch illustrierte; 1913 waren es bereits 318 Millionen.«⁷

Für die Gebiete, die im Fokus unseres Buches stehen, Oberschlesien und Galizien, liegen uns keine Produktionszahlen vor, aber Hinweise auf die breite Verwendung der kleinen Karten: So wurden in Lemberg/Lwów (heute L'viv), Hauptstadt des Habsburger Kronlandes Galizien, im Jahr 1908 monatlich zwei Millionen Postkarten in den Briefkasten geworfen – und das bei einer Einwohnerzahl von damals 200 000 und einer immer noch hohen Analphabetismusquote in der Region. Sprich jede:r Bewohner:in versendete zehn Postkarten im Monat.⁸ In Oberschlesien ermöglichte das schnell wachsende Netz von Postämtern, von denen es zur Jahrhundertwende allein in der Region Oppeln (heute Opole) über 150 gab, das »Postkartenfieber«. Um nur einen Einblick zu geben: Allein im Jahr 1897 wurden an nur einem dieser Posten, in Peiskretscham bei Gleiwitz (heute Pyskowice, zu dem damals eine 5 000-Einwohner:innen-Stadt sowie 34 kleinere Orte gehörten), 36 114 Postkarten verschickt und 31 512 Postkarten erhalten.⁹

Die kleinen Karten prägten Bilder von der Welt. Der Großteil der damals produzierten Bildpostkarten in Europa und Übersee zeigte Städte und Dörfer. Naturansichten waren ebenfalls erhältlich. In jene topogra-

fischen Ansichtskarten konnten zudem Vignetten mit Personendarstellungen eingearbeitet werden, die in tradierten oder im Zuge des Nationalismus wieder entdeckten oder gar erfundenen Trachten gekleidet waren. Zahlreiche Bildpostkarten stellten alleinig Personen und Personengruppen in den Fokus. Jenseits der Erotika, die uns in diesem Buch nicht interessieren, waren dies Darstellungen von ethnisch markierten Personen, sei es auf reproduzierten Gemälden oder Fotografien oder Karikaturen, die eng mit der Entwicklung der zeitgenössischen Presseillustration verbunden sind. Über die ethnisierende Darstellung von Personengruppen wurden so im imperialen Zeitalter auch Regionen markiert.¹⁰

Welche Bildergeschichten erzählten nun die kleinen Karten in den Jahrzehnten um die Jahrhundertwende? Wie zeigten sie Pol:innen, Jüdinnen:Juden und Deutsche – Gruppenbezeichnungen, hinter denen sich komplexe Identitätsverhandlungen verbargen, die je nach Staats- und Staatsbürgerrahmen unterschiedlich waren und auf die noch eingegangen wird –, wie den Grenzraum, in dem sich die Personen, aber auch die politischen Entitäten und Selbstkonzeptionen begegneten?

In den ersten beiden Kapiteln liegt der Schwerpunkt auf dem ausgehenden 19. Jahrhundert, in dem die Bildpostkarte das dominante visuelle Medium war, um dann einen vertiefenden Blick in das erweiterte visuelle Medienset zum Höhepunkt der deutsch-polnischen Agitation nach dem Ende des Ersten Weltkriegs zu werfen. Anschließend wird der Fokus auf die illustrierten Zeitschriften gerichtet, ein Medium, das seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert immer populärer wurde.¹¹

Aus all den Begegnungsräumen von Deutschen, Pol:innen und Jüdinnen:Juden in den Jahrzehnten zwischen 1890 und 1920 haben wir zwei ausgewählt für unseren Streifzug, der nicht erschöpfend sein kann und will. Im Fokus stehen Oberschlesien und Galizien, Regionen, in denen sich die »Dimensionen des Dreiecks« je anders darstellten. In beiden Regionen begegneten sich die Personen, deren Zugehörigkeitsgefühl zu sprachlichen oder ethnisch-national kodierten Gruppen sich zumeist erst in der Interaktion miteinander entwickelte. In beiden Regionen entwarfen die Vorkämpfer:innen der Nation ihre Ideen in Abgrenzung zu einer der anderen Gruppen. Hier wurden die Grenzen nicht nur zwischen den Staaten, sondern auch zwischen dem Eigenen und dem Fremden am deutlichsten gezogen. Dazu trugen die intensiven Migrationsbewegungen bei.

Oberschlesien und Galizien: Beziehungsbilder aus besonderen »Borderlands«

Oberschlesien (heute pl. Górny Śląsk, tsch. Horní Slezsko) ist eine Region, die sich in der Neuzeit als Teil des historischen Schlesiens im oberen Odereinzugsgebiet entwickelt hat.¹² Die Bevölkerung zeichnete sich durch sprachliche, religiöse und kulturelle Heterogenität aus: Neben der deutsch-, polnisch- und tschechischsprachigen stellte auch die als schlesisch bezeichnete Bevölkerung (pl. *Ślązacy:Ślązaczki*, tsch. *Slezáci:Slezačky*, dt. Schlesier:innen) eine bedeutende Gruppe dar.¹³ Religion war ein weiterer Faktor, der zum Fortbestehen der ethnischen Vielfalt in Oberschlesien beitrug. Im preußischen Oberschlesien überwogen Katholik:innen (etwa 90 Prozent der Gesamtbevölkerung) sowohl unter der polnisch- und deutschsprachigen als auch unter der als schlesisch bezeichneten Bevölkerung. Im preußischen Westschlesien hingegen waren die Katholik:innen gegenüber den Anhänger:innen der Evangelischen Kirche in Preußen in der Minderheit. Protestant:innen machten im preußischen Oberschlesien nur einen kleinen Teil der Gesamtbevölkerung aus und sahen sich überwiegend als Deutsche. Im Teschener Schlesien (als Teil Österreichisch-Schlesiens), wo die Mehrheit ebenfalls katholisch war, hatte die evangelisch-augsburgische Kirche, deren Gläubige sich sowohl als Deutsche, Pol:innen als auch als Schlesier:innen bezeichneten, einen weitaus größeren Einfluss.¹⁴

Eine vergleichsweise kleine jüdische Minderheit machte in Oberschlesien nur wenige Prozent der Gesamtbevölkerung aus. Die Jüdinnen:Juden dort identifizierten sich fast ausnahmslos als Deutsche, mit Ausnahme der Zugewanderten aus dem habsburgischen Galizien und dem Königreich Polen, das Teil des Russländischen Imperiums war. Dort wurden neben dem orthodoxen Judentum zunehmend zionistische Einflüsse stärker, sodass sich Jüdinnen:Juden dort vermehrt einer jüdischen Minderheit zugehörig erklärten.

Die Politisierung durch nationalistische Akteur:innen wurde vor allem entlang der deutsch-polnischen Trennlinie aufgebaut. Ethnisch aufgeladene Spaltungen wurden in Oberschlesien auch durch das ungleiche Tempo der Industrialisierung und Urbanisierung bestimmt, die den Prozess der Akkulturation mit den Ti-

tularnationen beschleunigten. Die deutsche Bevölkerung überwog daher in der ober-schlesischen Industrie-region, etwa in Kattowitz (heute Katowice), Königshütte (1922–1934 Królewska Huta, heute Chorzów), Gleiwitz (heute Gliwice) und Beuthen O. S. (heute Bytom) sowie in Städten wie Kreuzburg O. S. (heute Kluczbork), Rati-bor (heute Racibórz), Hultschin (heute Hulčín) und Bie-litz (heute Bielsko-Biała). In den Dörfern, in denen die soziale Mobilität gering war, überwog die polnisch-sprachige Bevölkerung bis zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs deutlich.

Vor dem Ersten Weltkrieg lag Oberschlesien an der Ostgrenze des Deutschen Reiches. Aus diesem Grund spielte die Gegend eine symbolisch wichtige Rolle als letzte preußische Bastion vor der Grenze – ihr südöstli-cher Teil rund um den Ort Myslowitz (seit 1922 Myslo-wice)¹⁵ und den Fluss Przemsza traf sich in einem Drei-ländereck mit dem Russländischen Reich und dem Habsburger Imperium und erhielt den Beinamen »Drei-kaisereck«. Obwohl auf allen Seiten der Grenze pol-nischsprachige Menschen lebten und es bereits zu deutsch-polnischen und polnisch-tschechischen Natio-nalitätenkonflikten kam, hatte sich nur bei einigen Oberschlesier:innen ein Nationalbewusstsein heraus-kristallisiert. Die Mehrheit dürfte sich damals auf einer alltäglichen Ebene als Schlesier:innen identifiziert haben, also als eigenständige Gruppe. Da aber diese Kategorie bei Volkszählungen nicht verwendet wurde, ist sie nicht mit quantitativen Angaben zu unterlegen. Auf der Pariser Friedenskonferenz wurde die Möglich-keit, sich zur »schlesischen Nation« zu erklären oder den »Freistaat Oberschlesien« zu gründen, nicht be-rücksichtigt. Bei der Volksabstimmung in Oberschle-sien 1921 konnte man lediglich entscheiden, ob man zu Polen oder Deutschland gehören wollte.

Die Region Galizien gelangte im Zuge der Teilungen Polen-Litauens in das Herrschaftsgebiet der Habsbur-germonarchie. Als Königreich Galizien und Lodomerien fungierte sie ab Mitte des 19. Jahrhunderts als Kronland im zisleithanischen Teil der Monarchie, eines der flä-chenmäßig größten Kronländer auf 78 497 km². Auf dem Territorium des Kronlandes Galizien lebten 1910 rund acht Millionen Menschen, die sich unterschiedlich identifizierten.¹⁶ Die Volkszählungen erfassten lediglich Religionszugehörigkeit und die hauptsächlich benutzte Umgangssprache, was der Komplexität der Situation nicht gerecht wurde. Denn unter anderem in Galizien

pflegten viele Bewohner:innen mehrere Umgangs-sprachen. Zudem war die Sprachverwendung und deren Nennung an politisch-nationale (Neu-)Verortungen sowie auch Fragen sozialer Erwünschtheit gekoppelt. So ergab sich beispielsweise für Galizien zwischen 1900 und 1910 ein Rückgang derer, die in der früheren Volks-zählung Deutsch als Umgangssprache angegeben hat-ten. Im Vergleich dazu nahm im selben Zeitraum die Anzahl jener, die Polnisch als Umgangssprache nann-ten, um 17,14 Prozent zu. Ruthenisch wurde um 4,35 Pro-zent häufiger genannt.¹⁷

Unter den unterschiedlichen Gruppen war die jüdi-sche Bevölkerung besonders zahlreich: 1890 lebten etwa 772 000 Personen israelitischen Glaubens im Kronland, etwa zwölf Prozent der Gesamtbevölkerung,¹⁸ was zeit-genössisch im besten Fall als Kuriosum bzw. Faszino-sum wahrgenommen wurde. Reiseführer wie der *Bae-deker* wiesen gezielt auf die jüdische Bevölkerung hin. So vermerkte der *Baedeker* in den unterschiedlichen Ausgaben der 1890er Jahre, dass nirgendwo anders Jü-dinnen:Juden so zahlreich seien wie in Galizien, wo sie den Handel kontrollierten, weshalb sie von den ande-ren Einwohner:innen zwar verachtet würden, jene sie aber auch zwingend brauchten.¹⁹

In beiden Regionen bedeutete »deutsch« unter-schiedliche Dinge: Im Deutschen Kaiserreich war das Deutschsein über die Staatsangehörigkeit sowie zu-meist zusätzlich über die Selbstverortung und Sprach-verwendung bestimmt, in Österreich-Ungarn bezeich-nete die Selbst- und Fremdbestimmung als »Deutsche« oftmals die Sprachverwendung im Alltag,²⁰ wobei die Identifikation mit der übergeordneten monarchischen Idee und der kleinteiligen Herkunftsregion aus den deutschsprachigen Landen in zahlreichen Kronländern lange wichtiger war als eine ethnisch-nationalistische Identifikation mit dem Deutschtum.²¹ Nach 1918, nach dem Zerfall der Imperien und der Begründung der Na-tionalstaaten auf ihrem Territorium, setzten die Prota-gonist:innen des Nationalitätenkampfes das Verständ-nis des Deutschseins überwiegend synonym mit dem Nationalstaat.

Für eine Untersuchung der deutsch-polnisch-jüdi-schen Bilder bieten sich beide Regionen also je anders an, weisen aber auch Gemeinsamkeiten auf: Sie gehören zu den multiethnischen, multilingualen und multireli-giösen *Borderlands*, zu Grenzräumen, die in der Ge-schichte der Großregion Ostmitteleuropa so prägend

waren. In ihnen lassen sich nationalistische Agitation und Identifikation beobachten, die wesentlicher Teil der Gewaltspirale des 20. Jahrhunderts wurden, aber auch Indifferenz und Mehrfachzugehörigkeit. In Galizien lebten zahlreiche Judenheiten, und das Kronland wurde in besonderem Maße durch ein polnisch-jüdisch-ukrainisches Dreieck geprägt, wie John Himka das einmal nannte.²² Deutschsprachige Personen spielten eine untergeordnete Rolle.²³ In Oberschlesien bestand andersherum ein gewisser deutsch-polnischer Antagonismus, während die dortigen Judenheiten sich vor allem an die Gruppe der deutschsprachigen Oberschicht anpassten. Die Regionen weisen aber nicht nur diese strukturelle Ähnlichkeit auf. Sie waren auch Teil eines europäischen Verkehrs- und Wirtschaftsraums, in dem Menschen und Medien migrierten.

Zu beiden Regionen und den Beziehungen zwischen ethnischen und sprachlichen Gruppen im 19. und 20. Jahrhundert ist aufgrund der massiven politischen Erschütterungen bereits viel gearbeitet worden. Über politische Haltungen, nationalistische Agitation und wechselseitige Wahrnehmung haben wir in den letzten Jahrzehnten aus zahlreichen Büchern und Aufsätzen lernen können.²⁴ Doch zu den tatsächlichen Bildern, den visuellen Codes dieser Nachbarschaftsimaginationen, wissen wir deutlich weniger. Ryszard Kaczmarek und Remigiusz Lis haben einen ersten Beitrag zur Darstellung der oberschlesischen Bevölkerung auf Bildpostkarten veröffentlicht, in dem sie zudem die Landschaft der Druckereien und Verlage vorstellten.²⁵ Maren Röger hat zu Galizien im Vergleich zur Bukowina gearbeitet, und auf bereits bestehende Literatur zu Darstellungen der Judenheiten zurückgreifen können. Es existieren zudem reich bebilderte Publikationen, in denen Postkartensammlungen aus oberschlesischen Museen vorgestellt werden, doch eine Analyse des präsentierten Bildmaterials bleibt zumeist aus.²⁶ Unser Buch ist keine flächendeckende Untersuchung der deutsch-polnisch-jüdischen Beziehungen in Oberschlesien und Galizien im benannten Zeitraum, sondern bietet Streifzüge an.

Besonders anspruchsvoll ist beim Schreiben über ein Gebiet, das über lange Zeit *Borderland* war und blieb, die Wahl historischer Ortsbezeichnungen. Gerade die in Folge des Ersten Weltkriegs stattgefundenen Grenzverschiebungen in dieser Gegend erschweren die Wahl passender Ortsnamen, zumal neben den offiziellen Verwaltungssprachen des Deutschen Reiches, des Russländi-

schen Reiches, Österreich-Ungarns und der 1918 entstandenen Zweiten Polnischen Republik mitunter weitere Ortsbezeichnungen in den örtlichen Dialekten wie z. B. Schlesisch oder Slonsakisch existierten. Um die Orientierung zu erleichtern, wurden in diesem Buch die damaligen offiziellen Verwaltungsbegriffe in den jeweiligen Amtssprachen genutzt, wenngleich in den Verwaltungssprachen die jeweiligen imperialen Überformungen und Sprachpolitiken nachhallen. Zusätzlich geben wir bei der ersten Nennung den heutigen Namen des Ortes an, um die Orientierung zu erleichtern.²⁷

Aufbau, Material und Grenzen

Unser Buch beginnt im ausgehenden 19. Jahrhundert, als sich visuelle ethnische Codes ausgestalteten. Wir blicken zweimal auf Grenzziehungen in imperialen Räumen. Es beginnt an einem Ort, an dem sich Deutsche, Pol:innen und Jüdinnen:Juden in spezifischen Konstellationen trafen und sich Selbstbilder der deutschen Kultur ausprägten. Małgorzata Stolarska-Fronia untersucht in einem ersten Kapitel Bildpostkarten aus dem Dreikaisereck, wo sich Alteingesessene, Neuankömmlinge und Durchreisende verschiedener ethnischer Gruppen und diverser staatlicher Zugehörigkeiten trafen. Das Deutsche Kaiserreich erzählte sich an seiner Grenze über den Vergleich mit den Anderen.

In einem zweiten Kapitel stellen wir die polnisch-jüdischen Beziehungen in den Fokus. Maren Röger zeigt, was für ein ausgeprägtes Motiv die Judenheiten in der Bildmedienproduktion Galiziens darstellten. Oftmals dienten die kleinen Karten einer Abgrenzungserzählung, die sowohl spezifisch in den polnischen Nationsdiskurs einzuordnen war als auch Teil einer gesamteuropäischen antisemitischen Bilderzählung, in deren Repertoire galizische Jüdinnen:Juden eine besondere Rolle einnahmen. In Oberschlesien, am Dreikaisereck, reproduzierte man jene Bildwelten aus Galizien – hier scheint ein anderer transregionaler Aspekt der Beziehungsbilder auf.

Nach diesen Untersuchungen der Grenzziehungen in unterschiedlichen imperialen Konstellationen, einmal mit Fokus auf Staatsgrenzen, einmal mit Fokus auf ethnische Gruppen innerhalb einer Region, nehmen wir im dritten und letzten Kapitel den besonderen Moment der offenen nationalistischen Konflikte nach dem Zerfall der Imperien in den Blick. Marcin Wieloch, unter-

stützt durch Ryszard Kaczmarek, führt uns wiederum nach Oberschlesien, in die heiße Phase des deutsch-polnischen Propagandakampfes während des Plebiszits. Er gibt uns Einblick in die Vielfalt der visuellen Medien, die damals eingesetzt wurden. Im Fokus stehen zwei illustrierte Zeitschriften, in denen Karikaturen eine besondere Rolle spielen, hinzu kommen Flugblätter und Propagandaplakate. Das Kapitel trägt der Tatsache Rechnung, dass sich nach dem Ende des »goldenen Zeitalters der Postkarten« mediale Schwerpunkte verschoben.²⁸

Bilden die beiden Regionen den Ausgangspunkt der Betrachtungen in den Kapiteln,²⁹ scheinen doch deutlich transregionale Aspekte auf. Produzierte Bilder wandern von Galizien nach Oberschlesien, das Thema der Migration bewegt, und Genres und Ausdrucksformen sind nur transregional zu begreifen. Im abschließenden Fazit laden wir ein, über den Mehrwert einer visuellen Geschichte von Deutschen, Pol:innen und Jüd:innen/Juden nachzudenken und weitere Forschungsfragen zu diesem bisher weniger untersuchten Thema zu entwickeln. Forschungen zur Visualität können neue Diskussionsfelder über die polnisch-deutsch-jüdischen Beziehungen eröffnen.

Unser Projekt basiert auf mehreren Sammlungen, die in privaten Archiven und auch öffentlichen Sammlungen aufbewahrt werden. Da immer mehr Sammlungen in den letzten Jahren digitalisiert wurden, konnten wir bei der Durchführung des Projekts auch diese Bestände nutzen, die vielfältiges Material zum Analysieren, Vergleichen und Interpretieren bieten. Zu ihnen gehören die Śląska Biblioteka Cyfrowa (Schlesische Digitale Bibliothek), Biblioteka Cyfrowa Polona (Digitale Bibliothek Polona), Centralna Baza Judaików (Zentrale Datenbank der Judaika), Zbiory Federacji Polskich Bibliotek Cyfrowych (Bestände der Polnischen Digitalen Bibliotheken) sowie das Bildarchiv des Herder-Instituts, Blavatnik Archive und United States Holocaust Memorial Museum (Kat-Ehrenthal Collection). Detaillierte Untersuchungen wurden ebenso in den Stadtmuseen von Mysłowice, Gliwice, Sosnowiec und Warschau sowie in Privatsammlungen durchgeführt. Die ikonografischen Abfragen wurden durch die Arbeit mit Quellen aus polnischen und deutschen Bibliotheken ergänzt.

Gezeigte Grenzen entstand über manche Grenzen hinweg, an anderen blieb es stehen. So konnte sich immer wieder ein intensiver Dialog zwischen der Kunstgeschichte, vertreten im Projektteam durch Małgorzata

Stolarska-Fronia, und der Geschichtswissenschaft unterschiedlicher methodischer Prägung, vertreten durch Maren Röger, damals beide am Leibniz-Institut für Geschichte und Kultur des östlichen Europa (GWZO), Ryszard Kaczmarek und Marcin Wieloch, beide an der Universität Katowice, entwickeln. Die hier untersuchten Gebrauchsmedien waren bislang kaum im Fokus der Kunstgeschichte, während Historiker:innen diese Bildquellen zwar nutzten, aber deren Spezifik mitunter dennoch übergingen. Den je anderen Blick haben wir in diesem Projekt aber nicht abgelegt, was sich in den Kapiteln widerspiegelt, die unterschiedlich kontextualisieren und einordnen. Auch kommen in Projektteams wie dem unseren verschiedene Erwartungshorizonte, Erfahrungswerte und Einstellungen zusammen, was etwa Überarbeitungen oder Überschriften betrifft und was in der Projektlaufzeit nicht homogenisiert werden konnte. Denn Grenzen setzte auch der Projektrahmen. Unsere Förderung der Deutsch-Polnischen Wissenschaftsstiftung, über die wir uns sehr freuen, sah eine zweijährige Bearbeitungszeit vor. Unsere Entscheidungen für die Streifzüge in die Regionen Oberschlesien und Galizien mussten also auf vorhandenen Expertisen aufbauen. Unsere Projektpartner in Katowice waren Ryszard Kaczmarek und der bei ihm promovierende und über das Projekt finanzierte Marcin Wieloch, der den Text zu Oberschlesien in diesem Band inhaltlich verantwortet. Das Material in diesem und im letzten Teil des Buchs basiert auf den Sammlungen der Schlesischen Digitalen Bibliothek, deren Direktor Remigiusz Lis ist und der zu unserem Netzwerk gehörte.

Die Bearbeiterin in der Postdoc-Position, Małgorzata Stolarska-Fronia, konnte die Zeit aufgrund eines für sie wichtigen Folgeangebots nicht voll ausschöpfen, so dass wir 9 × 14 Zentimeter untersuchten, und das in ihrem Fall wahrscheinlich auf 18 × 12 (Monate mal täglichen Arbeitsstunden). Entsprechend gilt ihr der größte Dank. Unterstützt hat uns mit so vielen klugen Kommentaren und umfangreichen Recherchen Vincent Hoyer zu den Kapiteln 2 und 3, den wir deshalb ebenso unter Mitarbeit führen wie die Katowicer Kollegen, die Kapitel 4 beisteuerten. Weiter geholfen haben mit der Übersetzung des 2. und 4. Kapitels Anne Mühlich, bei Recherchen, Korrekturen und Formalia Wanja Bode, Antonia Zerbe und Leopold L. Herter. Die Gesamtreaktion übernahmen Dorothee Riese und Moritz Venohr, für deren Einsatz auch mehrere Sätze des Dankes nicht ausreichen würden.

Die Kolleg:innen Maciej Gugała und Agnieszka Zawadzka aus unserer Partnerinstitution Zentrum für Historische Forschung der Polnischen Akademie der Wissenschaften in Berlin haben gemeinsam mit uns eine Online-Ausstellung entwickelt, die noch vor Erscheinen des Buches auf deren Plattform cbhist.pan.pl erschienen ist. Auch ihnen danken wir herzlich für die konstruktive Zusammenarbeit.³⁰

Anmerkungen

- 1 TOKARCZUK, Olga: Moment niedźwiedzia [Der Augenblick des Bären]. Warszawa 2012, S. 135 [Zitat aus dem Polnischen übersetzt von Maren Röger und Wanja Bode].
- 2 Vgl. Grundlegend BURKHARDT, Johannes: Das Reformationsjahrhundert. Deutsche Geschichte zwischen Medienrevolution und Institutionenbildung 1517–1617. Stuttgart 2002.
- 3 WALTER, Karin: Eine Kamelherde geht auf Reisen. Weltpostverein und Postverbindungen. In: Gruss aus der Ferne. Fremde Welten auf frühen Ansichtskarten. Hg. v. Beatrice KÜMIN und Susanne KUMSCHICK. Zürich 2001, S. 40–43, hier S. 42. Lenka Fehrenbach verweist darauf, dass die Umsetzung des Standardformats deutlich schwieriger war. Im Russländischen Reich habe es über zehn Jahre gedauert. Vgl. FEHRENBACH, Lenka: Bildfabriken. Industrie und Fotografie im Zarenreich. Paderborn 2022, S. 289.
- 4 KYROU, Ado: L'Âge d'or de la carte postale [Das goldene Zeitalter der Postkarte]. Paris 1966, S. 11, sowie JAWORSKI, Rudolf: Alte Postkarten als kulturhistorische Quellen. In: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht 51/2 (2000), S. 88–102, hier S. 92. Doch dürften die angegebenen Zahlen viel zu niedrig sein. Neuere Studien geben 500 Millionen produzierte Karten für das wilhelminische Deutschland an. Hier Angabe nach JUNG-DIESTELMEIER, Maren: »Das verkehrte England«. Visuelle Stereotype auf Postkarten und deutsche Selbstbilder 1899–1918. Göttingen 2017, S. 13.
- 5 Vgl. LECLERC, Herbert: Ansichten über Ansichtskarten. In: Archiv für deutsche Postgeschichte 2 (1986), S. 5–65, hier S. 31.
- 6 Vgl. TROPPER, Eva: Illustrierte Postkarten. Ein Format entsteht und verändert sich. In: Format Postkarte. Illustrierte Korrespondenzen, 1900 bis 1936. Hg. v. Timm STARL und DERS. Wien 2014, S. 10–41, hier S. 30.
- 7 LARINA, Anna: Völkervielfalt ohne Konflikte? Postkarten im Russländischen Imperium der Jahrhundertwende. In: Völker verkaufen. Politik und Ökonomie der Postkartenproduktion im östlichen Europa um 1900. Hg. v. Vincent HOYER und Maren RÖGER. Dresden 2023, S. 199–214, hier S. 201. Im Jahr 1875, ein Jahr nach dem ersten Weltpostkongress, wurden im Weltpostverein 231,5 Millionen Postkarten versendet. 1900 war die Zahl zu 2,8 Milliarden angewachsen. Vgl. ROWLEY, Alison: Open Letters. Russian Popular Culture and the Picture Postcard, 1880–1922. Toronto u. a. 2013, S. 20–22.
- 8 Gültig für das Jahr 1908, Einwohnerzahl 200 000. Vgl. SZKLARCZUK-MIRECKA, Joanna: Dzieje ruchu filokartystów w Polsce [Geschichte der Kartenliebhaberbewegung in Polen]. In: Aksjosemiotyka karty pocztowej [Die Axiosemiotik der Postkarte]. Hg. v. Pawel BANAS. Wrocław 1992, S. 77–87, hier S. 81. 1910 waren noch 56 Prozent der Bewohner:innen Galiziens Analphabet:innen. Vgl. BRIX, Emil: Das Kronland Galizien und Lodomerien. In: DERS. und Irene KOHL: Galizien in Bildern. Die Originalillustrationen für das »Kronprinzenwerk« aus den Beständen der Fideikommissbibliothek der Österreichischen Nationalbibliothek. Wien 1997, S. 7–10, hier S. 8.
- 9 SZEJKA, Krystian: Poczta i telegraf na Górnym Śląsku [Post und Telegrafie in Oberschlesien]. Gliwice 2011, S. 64.
- 10 Vgl. HOYER, Vincent/RÖGER, Maren: Einleitung. In: DIES., Völker verkaufen, S. 6–15.
- 11 Vgl. dazu u. a. FRYSZTACKA, Clara: Zeit-Schriften der Moderne. Zeitkonstruktion und temporale Selbstverortung in der polnischen Presse (1880–1914). Berlin 2020.
- 12 Teile dieses Absatzes entstammen folgendem Beitrag: KACZMAREK, Ryszard/LIS, Remigiusz: An der Grenze zwischen »West« und »Ost«. Die oberschlesische Bevölkerung auf Postkarten. In: HOYER/RÖGER, Völker verkaufen, S. 99–112; vgl. BAHLCKE, Joachim: Górný Śląsk – studium przypadku powstawania: regionów historycznych, wyobrażeń o obszarach kulturowych, historiograficznych koncepcji przestrzeni [Oberschlesien – Fallstudien zur Entstehung von: historischen Regionen, Vorstellungen von Kulturräumen, historiografischen Raumkonzepten]. In: Historia Górnego Śląska. Polityka, gospodarka i kultura europejskiego regionu [Geschichte Oberschlesiens. Politik, Wirtschaft und Kultur einer europäischen Region]. Hg. v. DERS. u. a. Gliwice 2011, S. 17–37.
- 13 Auf den konstruktivistischen Charakter von Volkszählungen haben jüngst verschiedene Forscher:innen hingewiesen. Vgl. für das Deutsche Kaiserreich KRÖGER, Philipp: Das vermessene Volk. Nationalitätenstatistik und Bevölkerungspolitik in Deutschlands östlichen Grenzländern 1860–1945. Göttingen 2023; für das Habsburgerreich siehe GÖDERLE, Wolfgang: Zensus und Ethnizität. Zur Herstellung von Wissen über soziale Wirklichkeiten im Habsburgerreich zwischen 1848 und 1910. Göttingen 2016.
- 14 SPYRA, Janusz: Ewangelicy na Śląsku Austriackim. Głównie linie rozwojowe [Protestant:innen in Österreichisch-Schlesien. Hauptentwicklungslinien]. In: Dziedzictwo górnośląskiej reformacji. Wpływ protestantyzmu na politykę, społeczeństwo i kulturę w XVI–XX wieku [Das Erbe der oberschlesischen Reformation. Einfluss des Protestantismus auf Politik, Gesellschaft und Kultur im 16.–20. Jahrhundert]. Hg. v. Joachim BAHLCKE u. a. Katowice 2018, S. 257–274, hier S. 257 f.
- 15 Der offizielle Ortsname der Stadt war um die Jahrhundertwende seine deutschsprachige Version – Mysłowitz. Dies schlägt sich in vielen der untersuchten Postkarten nieder. Da die Bevölkerung der Stadt aber größtenteils polnischsprachig war und auf den Postkarten ebenfalls häufig beide Namen genutzt wurden, um die Grenzlage des Ortes zu betonen, kann davon ausgegangen werden, dass sowohl der polnische als auch der deutsche Ortsname für den untersuchten Zeitraum passend sind. Im vorliegenden Artikel wird dennoch in der Folge der deutsche Ortsname benutzt, um die Spezifik der untersuchten Epoche zu markieren. Die Stadt gehört seit 1922 zu Polen und heißt, mit Unterbrechung während des deutschen Überfalls auf Polen, seitdem offiziell Mysłowice. Vgl. Gemeindelexikon für das Königreich Preußen. Auf Grund der Materialien der Volkszählung vom 1. Dezember 1905 und anderer amtlicher Quellen. Heft VI. Provinz Schlesien. Hg. v. KÖNIGLICH PREUSSISCHES STATISTISCHES LANDESAMT. Berlin 1908.
- 16 Vgl. Die Ergebnisse der Volkszählung vom 31. Dezember 1910 in den im Reichsrat vertretenen Königreichen und Ländern. In: Oesterreichische Statistik. Neue Folge 1910–1915 1/1. Hg. v. K. K. STATISTISCHE ZENTRAALKOMMISSION. Wien 1912. In: Österreichische Nationalbibliothek (ÖNB) ALEX, S. 36.
- 17 Vgl. ebd., S. 58–60.
- 18 Angabe nach Oesterreichische Statistik 32/1. Hg. v. K. K. STATISTISCHE CENTRAL-COMMISSION. Wien 1892, S. 18.
- 19 BAEDEKER, Karl: Österreich-Ungarn. Handbuch für Reisende. Leipzig 1892, S. 281.
- 20 Zu den Zählungen im Habsburger Imperium vgl. GÖDERLE, Zensus und Ethnizität; BRIX, Emil: Die Umgangssprachen in Altösterreich zwischen Agitation und Assimilation. Die Sprachenstatistik in den zisleithanischen Volkszählungen 1880 bis 1910. Wien 1982.
- 21 Zur Bukowina vgl. beispielhaft RÖGER, Maren: Ethnopolitisches Engineering im Zeitalter des Nationalismus. Identitätsstiftung und ihre Grenzen bei den Bukowina-Deutschen. In: Bukowina-Deutsche. Erfindungen, Erfahrungen und Erzählungen einer (imaginierten) Gemeinschaft seit 1775. Hg. v. DERS. und Alexander WEIDLE. Berlin/Boston 2020, S. 39–56.

- 22** HIMKA, John-Paul: Dimensions of a Triangle: Polish–Ukrainian–Jewish Relations in Austrian Galicia. In: Polin. Studies in Polish Jewry Volume 12. Focusing on Galicia. Jews, Poles and Ukrainians 1772–1918. Hg. v. Israel BARTAL und Antony POLONSKY. Liverpool 1999.
- 23** Vgl. zu den Deutschen in Galizien v. a. RÖSKAU-RYDEL, Isabel: Kleinpolen (Galizien) und seine deutsche Minderheit. In: Deutsche Geschichte im Osten Europas. Galizien. Hg. v. DERS. Berlin 1999, S. 169–184.
- 24** Vgl. einführend zu Galizien RÖSKAU-RYDEL, Isabel: Galizien. In: Online-Lexikon zur Kultur und Geschichte der Deutschen im östlichen Europa, Link: ome-lexikon.uni-oldenburg.de/p32557 (zuletzt geprüft am 25. 4. 2024); Historia Górnego Śląska. Polityka, gospodarka i kultura europejskiego regionu [Die Geschichte von Oberschlesien. Politik, Wirtschaft und Kultur einer europäischen Region]. Hg. v. Joachim BAHLCKE u. a. Gliwice 2011; GAWRECKI, Dan: W poszukiwaniu górnośląskich tożsamości [Auf der Suche nach oberschlesischen Identitäten]. In: Historia Górnego Śląska. Hg. v. Joachim BAHLCKE u. a., S. 57–72.
- 25** KACZMAREK/LIS, An der Grenze zwischen »West« und »Ost«, S. 99–112; RÖGER, Maren: Regionalismus, Nationalismus, Antisemitismus. Visuelle Erzählungen der Kronländer Galizien-Lodomerien und Bukowina. In: HOYER/DIES., Völker verkaufen, S. 46–61.
- 26** Vgl. Trójkąt Trzech Cesarzy na dawnej widokówce [Das Dreikaisereck auf alten Postkarten]. Hg. v. Zbigniew STUDENCKI und Michał WĘCIEL. Sosnowiec 2008; DYZIA, Ilona: Górny Śląsk na dawnej pocztówce. Ze zbiorów Biblioteki Śląskiej [Oberschlesien auf alten Postkarten. Aus der Sammlung der Schlesischen Bibliothek]. Katowice 2010; KAGANIEC, Małgorzata: Pokażę wam inny Górny Śląsk. Katalog zbiorów pocztówek Muzeum Śląskiego w Katowicach [Ich zeige Euch ein anderes Oberschlesien. Katalog der Postkartensammlung des Schlesischen Museums in Kattowitz]. Katowice 2012; ŚMIAŁEK, Małgorzata: Sosnowieckie pejzaże. Urok dawnej pocztówki [Landschaftsbilder von Sosnowitz. Der Charme einer alten Postkarte]. Sosnowiec 2003.
- 27** Bei mehreren administrativen Ortsbezeichnungen, wie zum Beispiel im Habsburgerreich verbreitet, werden bei Erstnennung alle Bezeichnungen aufgeführt, danach jeweils nur die erste verwendet. Straßennamen werden üblicherweise auch in der jeweiligen Verwaltungssprache genannt. Die für die Wahl der Ortsbezeichnungen verwendeten Quellen sind folgende. Für Österreich-Ungarn: Gemeindelexikon der im Reichsrat vertretenen Königreiche vom 31. Dezember 1900. XI. Gemeindelexikon Schlesien und XII. Galizien. Hg. v. der K. K. STATISTISCHEN ZENTRAALKOMMISSION. Wien 1906–1907. Für Kongresspolen im Russländischen Reich: Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich. T. 1–5. Hg. v. Filip SUMIERSKI u. a., Warszawa 1880–1900. Für das Deutsche Kaiserreich: Gemeindelexikon für das Königreich Preußen. Auf Grund der Materialien der Volkszählung vom 1. Dezember 1905 und anderer amtlicher Quellen. Heft VI. Hg. v. KÖNIGLICH PREUSSISCHES STATISTISCHES LANDESAMT. Berlin 1908. Eine Einführung zur Geschichte der Ortsnamen der Region und zur Schwierigkeit der Festlegung von Ortsnamen ex post bietet z. B. CHLESBERG, Grigori. Ortsnamen im Wandel. Geographische Wissensordnungen in der Geschichte deutsch-polnischer Grenzregionen. In: Copernico. Geschichte und kulturelles Erbe im östlichen Europa. Hg. vom HERDER-INSTITUT FÜR HISTORISCHE OSTMITTELEUROPAFORSCHUNG, Link: www.copernico.eu/de/themenbeitraege/ortsnamen-im-wandel-geographische-wissensordnungen-der-geschichte-deutsch-polnischer-grenzregionen (zuletzt geprüft am 23. 5. 2024). Im Fließtext werden Begriffe in Fremdsprachen kursiv gesetzt, ebenso die Namen von Publikationen und Presseorganen. Kyrillische Begriffe werden im vorliegenden Band nach DIN 1460:1982 transliteriert. Im Zusammenhang mit den zitierten Quellen werden die Abkürzungen o. V. (ohne Verfasser:in), o. T. (ohne Titel), o. O. (ohne Ort), o. Verl. (ohne Verlag), o. J. (ohne Jahr) und o. D. (ohne Datum) verwendet.
- 28** Eine komparative visuelle Geschichte der frühen 1920er Jahre, etwa mit Blick auf den polnisch-ukrainischen Kampf um Lemberg/Lwów/L'viv, wäre ein wichtiges Unterfangen, ist aber erst noch zu schreiben.
- 29** Die Literaturangaben sind ausschließlich in den Fußnoten der jeweiligen Kapitel zu finden, der Bildnachweis findet sich auf Seite 104.
- 30** GUGAŁA, Maciej: Der einzige Ort dieser Art auf der Erde. Polen, Deutsche und Juden auf Postkarten aus dem Grenzgebiet. Eine Online-Ausstellung des Zentrums für Historische Forschung Berlin der Polnischen Akademie der Wissenschaften und des Leibniz-Instituts für Geschichte und Kultur des östlichen Europa in Leipzig (GWZO). Übersetzt ins Deutsche von Agnieszka Zawadska. In: CBHist. Geschichtsportal. Link: <https://cbhist.eu/mediathek/online-ausstellungen-2/der-einzig-ort-dieser-art-auf-der-erde/> (zuletzt geprüft am 12. 11. 2024).

Begegnungen am Grenzort um 1900

Zwischen nationaler Meistererzählung
und Sensationen der Mobilität

MAŁGORZATA STOLARSKA-FRONIA

»Drei Kaiser-Reich-Ecke bei Myslowitz O.S. Ist der einzige Ort a. d. Erde an d. 3 Kaiserreiche aneinander grenzen. Fremde die n. Oberschles. kommen versäumen nicht d. bedeutenden Ort zu besuchen.«

Mit dieser Beschreibung bewirbt eine Postkarte aus dem Verlag Hermann Lukowski in Breslau (heute Wrocław) die südöstliche Region Oberschlesiens (Abb. 1). Diese Karte wurde im September 1913 nach Berlin versendet und ist eine von vielen verschiedenen Postkartenvariationen, welche über die Besonderheit dieses Ortes informieren, der zu den Punkten auf der Auswanderungsrouten von Tausenden von Menschen aus Galizien gehörte, die durch Preußen nach Amerika emigrierten.¹ Eisenbahnlinien und Fährverbindungen von Myslowitz/Mysłowice² aus ermöglichten Reisen sowohl innerhalb der Region, z. B. nach Breslau, als auch zu geografisch viel weiter entfernten Orten, vor allem über Krakau/Kraków bis nach Galizien hinein, nach Lemberg/Lwów, Drohobycz (heute ukr. Drohobych) oder Brody (heute ukr. Brody). Aus der Gegend um das Dreikaisereck reisten die Menschen auch nach Bremen und Hamburg, von wo aus Scharen von Auswandernden (wenn sie überhaupt bis dahin kamen) mit dem Schiff nach Argentinien und in die USA übersetzten.³ Von Myslowitz aus verschickte Postkarten hatten ähnliche Bestimmungsorte, daher rührte auch ihr reichhaltiges und vielfältiges ikonografisches Programm – dieses sollte aus dem Ort ein wichtiges touristisches Zentrum erschaffen, aber auch ein Zentrum für den Waren- und Personentransfer insbesondere von Ost nach West.

Die visuelle Geschichte von Myslowitz besteht aus Bilderzählungen, die die provinzielle Atmosphäre der *Belle Epoque* und das idyllische Leben der Myslowitzer Bourgeoisie, Ansichten der Landschaft der aneinandergrenzenden Länder sowie des Wirtschaftslebens und der dynamischen Beziehungen zwischen den Menschen, die den Ort besuchten, einschließlich der Händler:innen und Schmuggler:innen zeigten.

Die visuelle Erzählung der mehr als 300 von uns untersuchten Postkarten wird jedoch von einer Meistererzählung dominiert, die auf den meisten Karten entweder als Hauptbestandteil oder als Komponente einer mehrteiligen visuellen Geschichte erscheint.

Die Postkarten aus dem Dreikaisereck wurden mehrheitlich von lokalen Herstellern produziert, deren Perspektive Auswirkungen auf die gewählte Meistererzählung hatte. Daher dominieren auf den Postkarten Ansichten von preußischer Seite, wodurch sich die Sichtweise sowohl der preußischen Behörden als auch

der ethnisch deutschen Bevölkerung aufzwingt. Diese Perspektive beeinflusst automatisch auch die Darstellung der Nachbar:innen aus den beiden anderen Kaiserreichen sowie der zahlreichen Zugereisten, d. h. von Angehörigen anderer Nationen und Ethnien.

Die Meistererzählung besteht daher aus drei Schlüsselementen vorwiegend deutscher Provenienz: Abbildungen der Kaiser, Ansichten der Landschaft der Przemsza (pl. Przemsza) von der preußischen Seite und des Bismarckturms aus. Die germanophile Perspektive der Postkarten wird auch durch die Textebene bestätigt – die meisten Bildunterschriften sind ausschließlich in deutscher Sprache. Von den einigen hundert Postkarten, die wir untersucht haben (hauptsächlich aus polnischen Sammlungen), sind nur wenige ausschließlich auf Polnisch oder sowohl auf Polnisch als auch auf Russisch beschriftet.

Dies ist vor allem bei Werbepostkarten der Fall, welche die durch das Russländische Reich besetzten Teilungsgebiete vermarkteten. Eine Karte aus der Sammlung der Nationalbibliothek in Warschau zeigt eine Ansicht des Flusses Przemsza von der preußischen Seite aus, ist aber mit »Sosnowiec. Pogranicze 3 królestw« [Sosnowiec. Grenzgebiet der 3 Kaiserreiche]⁴ betitelt. Auch die Namen der Länder sind hier auf Polnisch angegeben. Die zweite Postkarte,⁵ die wegen der darauf abgebildeten Figuren sehr aufschlussreich ist (die ausführliche Beschreibung folgt im weiteren Verlauf), zeigt den Szczakowa-Übergang, die Grenzbrücke über die Przemsza und den Bahnhof in Myslowitz. Sie wurde im Auftrag des Wechselstubenbesitzers Władysław Hertz hergestellt, alle Bildunterschriften sind auf Polnisch, allerdings wurden das Wort »Granica« sowie der Name des Ausstellungsortes der Postkarte ebenfalls auf Russisch angegeben.



Abb. 1 Die visuelle Meistererzählung des Dreikaiserecks – Drei Kaiser-Reich-Ecke. Breslau: H. Lukowski, o. J. [vermutlich 1913].



Abb. 2 Das Dreikaisereck zwischen den Mächten – Gruss von der Drei-Kaiserreichs-Ecke. Myslowitz: Carl Hauck, 1897.



Abb. 3 Kommunikationsmittel für die Reisenden – Gruss von der Dreikaiserreichsecke.
b. Myslowitz O. S. Breslau: Bruno Schulz, o.J. [vermutlich 1907].

Unter dem Auge des Kaisers: Die visuelle »Meistererzählung« des Dreikaiserecks

Die Postkarten aus dem Dreikaisereck bilden eine regionale Version der Meistererzählung, die aus zwei – auf der oben erwähnten Postkarte von 1913 (Abb. 1) sichtbaren – wichtigen ikonografischen Motiven besteht: der Flusslandschaft der Przemska sowie den Bildern von Kaiser Wilhelm II. von Preußen, Zar Nikolaus II. von Russland und Kaiser Franz Joseph I. von Österreich-Ungarn, die in verschiedenen Formen dargestellt sind. Ihre repräsentativen Porträtaufnahmen befinden sich in ovalen Rundbildern: Das Bild des Kaisers von Preußen überragt die Bilder der anderen Herrscher, die darunter und nebeneinander dargestellt sind.

Zwischen den Rundbildern schlängeln sich Zweige einer Eiche, die sowohl als Symbol für die Macht und Beständigkeit der kaiserlichen Herrschaft als auch, der Mythologie zufolge, als *axis mundi*, als Achse des Universums und damit als Ort, an dem die Welt beginnt,

sowie als Symbol für Deutschland gedeutet werden kann.⁶ Diese präzise komponierte Symbolik, die das Wesen des Dreikaiserecks und seine Rolle in der deutschen Politik zum Ausdruck bringt, ist jedoch nicht ohne Makel. Der Breslauer Verlag hat – ob absichtlich oder nicht – die Flaggen der angrenzenden Länder nicht sehr sorgfältig wiedergegeben: Die Flagge Russlands hat ein umgekehrtes Farbschema. Die Flagge von Kaiser Franz Joseph ist eine Kombination aus den Farben Österreichisch-Schlesiens (Schwarz und Gelb) und den Farben der Habsburger Dynastie. Bemerkenswert ist, dass die Postkarte, die 1897 von Carl Hauck,⁷ dem Hersteller der ersten Myslowitz-Postkarten, herausgegeben wurde, die richtige Anordnung der Farben aufweist (Abb. 2). Diese ungleiche Verteilung zwischen den Kaisern unterstreicht das zweitbeliebteste ikonografische Element der aus dem Dreikaisereck verschickten Postkarten: die Ansicht der Schwarzen Przemska – des Flusses, der die drei Mächte trennt.

Die Landschaft bildet auf den ersten Blick alle drei Gebiete ab: Am linken Ufer, wo die Flüsse Schwarze und Weiße Przemska zusammenfließen und die Grenze



Abb. 4 Preußisch-russländische Gegensätze im Dreikaisereck – Bismarkturm. Drei-Kaiser-Reichs-Ecke. Blick v. Bismarkturm auf das russische Dorf Niwka. Breslau: H. Lukowski. Gelaufen 20. 5. 1912.

zu Österreich-Ungarn bilden, ist ein kaum sichtbares Fragment Österreichs zu sehen, während der Blick auf die Grenze zum russländischen Teilungsgebiet des Königreichs Polen⁸ durch den Fluss Przemska mit einem Panorama des Dorfes Niwka angedeutet wird. Auf den zweiten Blick wird aber deutlich, dass der:die Betrachter:in diese Landschaft eindeutig von der großen Promenade auf deutscher Seite aus sieht. So wird eben jene Landschaft auch zu einem wichtigen Mittel der visuellen Kommunikation der preußischen Herrschaft über die Region.

Dennoch waren diese Postkarten die von Besucher:innen der Region am häufigsten gewählten Ansichtskarten – auch von nicht-deutschsprachigen. Sie dienten u. a. dazu, Informationen über den Verlauf der Reise und das eigene Befinden zu vermitteln. Eine von ihnen, die auf der Vorder- und Rückseite mit Bleistift beschriftet und dann nach Berlin geschickt wurde, informiert in einer Mischung aus Deutsch und Polnisch, dass die schreibende Person die Grenze überquert hatte und für einen gewissen Herrn Pakuła ohne Verpflegung arbeitete, was in Königshütte/Nowa Huta jedoch nicht auf Begeisterung gestoßen sei (Abb. 3).

Ein drittes Motiv, welches das Dreikaisereck eindeutig als einen durch die deutsche Kultur dominierten Raum kennzeichnet, ist der Bismarckturm. Das 1907 am rechten Ufer der Przemska errichtete Bauwerk zierte z. B. die Postkarten des in Myslowitz ansässigen Verlegers Max Rölle, der in Breslau tätigen Verleger H. Lukowski und R. Błaszczyk sowie des Kattowitzer Verlegers Max Steckel.

Dieser Turm war nicht nur ein Symbol für die Macht des preußischen Staates, sondern wurde zum Wahrzeichen des Dreikaiserecks, das neben seiner politischen auch eine wirtschaftliche und touristische Bedeutung hatte. Er besaß zudem einen imposanten repräsentativen Charakter – wie bei anderen Bauwerken dieser Art, die nach dem ersten Reichskanzler benannt sind,⁹ wurde anlässlich von Bismarcks Geburtstag, dem 1. April, auf der Spitze des Turms ein Feuer entzündet, dessen Schein Tag und Nacht hindurch leuchtete und die Grenzen des Reiches erhellte. Letztendlich wurde in der Nähe des Turms auch der Grenzverkehr mit der illegalen Ein- und Ausfuhr von Waren abgewickelt.¹⁰ Gleichzeitig war er ein Zielpunkt für Spaziergänge entlang der Promenade am Fluss Przemska.

Eine der vielen vom Verlag Lukowski herausgegebenen Postkarten (Abb. 4) enthält alle drei Motive: eine Farbfotografie des Bismarckturms, die ein Drittel der Kartenfläche einnimmt, ein Panorama des Flusses Przemsza mit Blick auf das russländische Dorf Niwka und eingearbeitete Motive von Flaggen und Adlern, welche die drei Mächte symbolisieren, wobei die Embleme und Farben Preußens dominieren. Eine solche Kombination von Bildern und Symbolen setzt einen starken Akzent, der den Kontrast zwischen dem monumentalen Gebäude sowie der Promenadenlandschaft auf der deutschen Seite und dem im Hintergrund gezeigten russländischen Dorf mit seinen kleinen Gebäuden sowie der spärlich bebauten Landschaft hervorhebt und somit den Diskurs der übergeordneten Erzählung verstärkt.

Alle oben beschriebenen Motive erscheinen auf Postkarten in verschiedenen Formen und Konstellationen, die oft eine komplexe Botschaft mit sozialem und politischem Inhalt vermitteln. Vor allem bei Mehrbild-Postkarten ist das der Fall. Dies ist eine Besonderheit der regionalen Postkarten des oberschlesischen Grenzgebiets. Die Hersteller der Myslowitzer Postkarten arbeiteten bei der Schaffung einer visuellen Identität des Ortes außerordentlich sorgfältig, insbesondere an den Orten, die in der Zeit vor der Einführung der Postkarte, d. h. vor der Schaffung des Verkehrsknotenpunktes im Grenzgebiet der drei Mächte, keine sehr reiche ikonografische Tradition aufwies.

Man kann argumentieren, dass die Postkarten aus dem Dreikaisereck, die ab Ende des 19. Jahrhunderts in großer Zahl herausgegeben wurden, wegweisend für die Ikonografie dieser Region sind. Die auf ihnen dargestellte Geschichte ist entscheidend für die Deutung ihrer Besonderheit, die auf dem Aufeinandertreffen gegensätzlicher Landschaften und Kulturen beruhte. Von dem Moment an, in dem die Ansichtskarten in die Welt gesetzt werden, schaffen sie Bilder des Vertrauten und des Fremden, des Feindlichen und des Exotischen. Die Verwendung der Naturlandschaft und ihre visuelle »Politisierung« durch die Verwendung einer bestimmten Perspektive und die Einbeziehung nationaler Symbole schaffen ein Bild der Machtverhältnisse in der Region, der nachbarschaftlichen und internationalen Beziehungen und vor allem ein Selbstbild der Grenzgemeinschaft.

Wer ist das »Etablissement«? Kennzeichnungen von Zugehörigkeit

Myslowitz erlebte als Stadt einen enormen wirtschaftlichen Aufschwung, der durch die Errichtung der Grenze zwischen der Habsburgermonarchie, Preußen und Russland im Jahr 1846 am Zusammenfluss der Weißen und Schwarzen Przemsza¹¹ sowie durch die Anbindung der Stadt an die Eisenbahnlinie Oppeln–Gleiwitz–Zabrze–Kattowitz–Myslowitz und die anschließende Verbindung nach Breslau und Krakau ausgelöst wurde. Dadurch erhielt die Stadt 1858 die Stadtrechte zurück, die sie im 18. und 19. Jahrhundert verloren hatte.¹² Dieser wiedergewonnene Status beeinflusste die Art und Weise, wie die Stadt in den visuellen Medien dargestellt wurde.

Auf Ansichtskarten wurden repräsentative öffentliche Gebäude, die prächtigen Villen der Zechenbesitzer sowie grenznahe Restaurants und Hotels abgebildet. Das häufigste Motiv war jedoch eine Promenade entlang des Flusses Przemsza, die sich zwischen einer Reihe junger Bäume erstreckte und den eleganten Herren und Damen, die dort vorbeischlenderten, nicht nur einen Blick auf die andere Seite des Flusses bot, sondern auch die Möglichkeit, sich auf einer Flusswiese zu entspannen oder sich in den Grenzlokalen zu erfrischen.

Die Atmosphäre der *Belle Epoque* vermittelt eine Postkarte, die vom Verlag H. C. B. herausgegeben und 1907 in Umlauf gebracht wurde (Abb. 5). Die in vier Felder unterteilte Postkarte zeigt im oberen Teil die wichtigsten Attribute des Dreikaiserecks: Bilder der Kaiser und eine Ansicht des Flusses Przemsza und der Promenade, die zum 1907 fertiggestellten Bismarckturm führte; im unteren Teil präsentiert sich eine elegante Gesellschaft – Damen mit schicken Hüten und Herren in ihrer besten Kleidung – vor dem Hintergrund der Restaurants und Weinstuben, darunter die Beschriftung »Etablissement Dreikaiserecke«. Ein solches Bild des Grenzgebietes von Myslowitz war sicherlich eine gute touristische Werbung für die Region und vermittelte das Bild einer sogenannten anständigen Provinz mit angemessenen Verpflegungs- und Dienstleistungseinrichtungen und einer Landschaft, die Erholungsmöglichkeiten an der frischen Luft bot. Dieses Angebot, das vor allem auf Werbepostkarten präsentiert wurde, richtete sich vermutlich nicht nur an Besucher:innen aus der Ferne, welche die neuen, günstigen Bahnverbindungen z. B. nach Breslau nutzten,¹³ sondern vor allem an Gäste und Nachbar:innen von



Abb. 5 Attraktive Provinz? – Drei Kaiser-Reich-Ecke bei Myslowitz O. S. O. O.: H. C. B., 1907.

jenseits der Grenze – Deutsche, die auf der russländischen Seite lebten, sowie Bewohner:innen der Habsburgermonarchie. Letzteres wird durch die Beobachtung bestätigt, dass besonders viele Postkarten mit Ansichten der Promenade und der Restaurants auch Ansichten der deutsch-österreichischen Grenzübergänge zeigen.¹⁴ Trotz der Tatsache, dass die Bevölkerung von Myslowitz zu dieser Zeit überwiegend polnisch- oder zweisprachig war,¹⁵ sind Polen aus Oberschlesien auf den Postkarten nicht zu erkennen. Vincent Hoyer und Maren Röger können in ihrem komparativ angelegten Band zu Postkarten mit ethnisierten Gruppenabbildungen zeigen, dass die »Nationalisierung des dargestellten Raumes [...] in manchen Fällen über die Nicht-Darstellung einer zahlenmäßig großen Gruppe« funktionierte.¹⁶ Hoyer und Röger argumentierten, dass visuelle Leerstellen politisch waren, und zitierten dazu Gerhard Paul: »So wie Machtausübung [...] substantiell der Sichtbarkeit bedurfte, organisierte sich die Delegitimation von Macht immer auch im Entzug von etablierter Sichtbarkeit.«¹⁷

Die auf den Postkarten abgebildeten Personen lassen sich hinsichtlich ihrer ethnischen Zugehörigkeit nicht identifizieren, aber man kann vermuten, dass es

sich um eine deutschsprachige Gesellschaft handelt, was durch die Aufschriften in deutscher Sprache unterstrichen wird. Die Menschen auf der Promenade und in den grenznahen Restaurants bezeugen die Eleganz und Modernität der Stadt, was sie ihrer Unterordnung unter die preußische Herrschaft verdankt. Die Postkarten mit der landschaftlichen Umgebung des Dreikaiserecks von deutscher Seite aus erscheinen in früheren historischen Darstellungen als buchstäbliche Illustration des Grenzraumes. So schrieb Hugo Kegel über die preußische Seite des Grenzgebietes: »Promenadenwege mit anmutigen kleinen Parkanlagen ziehen sich an der deutschen Grenzseite lang. Die Ortschaften weisen hier fast durchweg massive Gebäude auf, bei deren Bau deutscher Schönheitssinn gewaltet hat. Gut gepflegte Obst- und Blumen-gärten, die viele Häuser umgeben, sprechen von ordnungsliebendem Sinn und deutscher Art.«¹⁸

Die Einzigartigkeit des Ortes wurde manchmal auch durch ungewöhnlichere Elemente unterstrichen, wie z. B. durch Flugzeuge, die zwischen den drei Reichen kreisten, oder sogar durch Zeppeline, die auf Postkarten u. a. von Hermann Lukowski¹⁹ oder B. Scholz²⁰ aus Breslau zu sehen sind. Es handelt sich dabei natürlich um

eine imaginäre Ansicht, die von den großstädtischen Ambitionen von Myslowitz zeugt, das Dreikaisereck auf phantasmagorische Weise zum Zentrum der Welt zu machen, zu einem in jeder Hinsicht einzigartigen Ort. Solche futuristischen Karten waren nichts Neues – Maren Röger beschreibt im Zusammenhang mit Czernowitz (heute Černivci) in ihrem Buch über die Selbstinszenierung der Bukowina in den Massenmedien jene Praxis, alle modernen Erfindungen auf Postkarten abzubilden, als »Kick der Modernisierung« und weist darauf hin, dass die Erstellung dieser Ansichten auch für entlegene Städte und Dörfer ein gängiges Phänomen war.²¹

Die oben beschriebenen Figuren der Myslowitzer Männer und Frauen, die implizit als deutsche Grenzbewohner:innen zu lesen sind, sind auch die Protagonist:innen einer visuellen Erzählung, in der sie mit Vertreter:innen anderer Nationen und Ethnien interagieren. Dies ist bei Postkarten der Fall, auf denen die ethnische Zugehörigkeit differenziert und bewusst definiert wird – sie zeigen Migrant:innen oder Menschen, die am illegalen Grenzhandel beteiligt sind. Hier wird bewusst versucht, das Eigene dem Fremden gegenüberzustellen. Die eleganten Herrschaften auf der Promenade oder vor der Kulisse der lokalen Restaurants sind Figuren, die zur natürlichen Landschaft der Region gehören. Man könnte sagen, dass sie »perfekt ins Bild passen«, im Gegensatz zu einigen der Zugereisten oder Neuankömmlinge, wie beispielweise den Jüdinnen:Juden, die in übertriebener, karikierter Weise dargestellt wurden, als ob sie in diese natürliche Umgebung auf dem Foto hineingeklebt worden wären. So dienten die Vertreter:innen des »Etablissemments« als aufgezwungenes, positives Bild der Bewohner:innen des Dreikaiserecks, als visueller Kontrapunkt und gleichzeitig als Vergleich zu den Zugereisten und Anderen. Darauf werde ich später ausführlicher eingehen.

Landschaft als visuelle Zählung der Fremdheit

Die Produzent:innen von Ansichtskarten aus dem Dreikaisereck nutzten die Funktion der Postkarte, visuelle Eindrücke wahrnehmbar zu machen, auf raffinierte und vielfältige Weise. Landschaftsansichten als Souvenir und Abbild erster Eindrücke und Einblicke in das Leben jenseits der Przemsa waren ein häufiges Motiv von Postkarten, die von Einheimischen und Zugereisten gleichermaßen eifrig verschickt wurden. Unterschiedliche

Variationen davon boten einen Blick auf die preußische, russländische und österreichische Seite. Es handelt sich um sehr verschiedene Perspektiven, die im Kontext der jeweiligen Region und ihres Verhältnisses zur preußischen Seite gelesen werden müssen, denn in jedem Fall waren die Herausgeber – meist deutsche Verlagshäuser aus Myslowitz oder Breslau – besonders bei mehrseitigen Postkarten akribisch in der Auswahl des Layouts und der Komposition der Ansichten.

Es wurde bereits aufgezeigt, welches Selbstbild des Stammpublikums des Dreikaiserecks die Postkartenhersteller am häufigsten auf ihren Ansichten präsentierten. Eine andere, recht umfangreiche und interessante Kategorie sind jene Postkarten, die oft die Aufschriften »Blick von der Seite Russlands« oder »Blick von der Seite Modrzejóws« tragen²² und das Bild der Stadt nach dem Überschreiten der Grenze in Richtung Russland festhalten sollten. Die Reproduktion solcher Ansichten und die zusätzliche Verstärkung ihrer Rolle durch entsprechende Bildunterschriften war umso wichtiger, da der Grenzübergang in Modrzejów ein Punkt zwischen dem östlich gelegenen und von Russland annektierten polnischen Dorf Niwka und dem westlich gelegenen Myslowitz war, also zwischen einem hauptsächlich von Bäuerinnen: Bauern und Jüdinnen:Juden bewohnten Gebiet und der deutschen Bürgerkultur lag. Polnische Bäuerinnen: Bauern oder andere Reisende sollten beim Blick über die vom Fluss überschwemmten Felder die Backsteinbauten der sich entwickelnden Stadt Myslowitz bewundern. Auf einer vom in der Stadt selbst ansässigen Verlag Siegfried Kochmann herausgegebenen Farbpostkarte ist im Vordergrund eine Wiese am Fluss dargestellt, während im Hintergrund ein beeindruckender Blick auf die Stadt mit hohen Backsteinbauten, Türmen der Amtsstuben und Gotteshäuser zu sehen ist (Abb. 6). Die Zwiebeltürme der Synagoge, die zwischen 1895 und 1899 im maurischen Stil erbaut wurde, heben sich in dieser Landschaft deutlich ab.²³ Solche Ansichten zieren seit 1898, kurz nach der Einweihung des jüdischen Gotteshauses, die Postkarten der Stadt. Die Synagoge ist damit zu einem der markantesten Elemente der bebilderten Visitenkarten von Myslowitz geworden. Eine Frage, die aufgrund der nicht vorhandenen mündlichen Überlieferungen der damaligen Bewohner:innen von Modrzejów und Myslowitz wahrscheinlich nicht mehr zu beantworten sein wird, könnte lauten: War dies ein bewusster Akt, um einen Kontrapunkt zur Synagoge in Modrzejów zu setzen – naturgemäß bescheidener und aufgrund ihres osteuropäischen Charakters



Abb. 6 Gegensätze im Dreikaisereck. Die Synagoge als Landschaftszeichen – Myslowitz, von Russland aus gesehen. Myslowitz: Siegfried Kochmann, o.J. Gelaufen 18.10.1905.

anders und somit wahrscheinlich unsichtbar aus der Perspektive von Myslowitz? Zu Beginn des 20. Jahrhunderts machten die Jüdinnen:Juden von Modrzejów fast 50 Prozent der Stadtbevölkerung aus,²⁴ während die Jüdinnen:Juden von Myslowitz, obwohl sie im Verhältnis zu den sonstigen Einwohner:innen weniger zahlreich waren, die vorherrschende Gruppe unter den wohlhabenden Gewerbetreibenden und Handelnden darstellten. Die beiden Bevölkerungsgruppen unterschieden sich in vielerlei Hinsicht, was sich auch in der Ikonosphäre der Postkarten aus der Region zeigt.

Auf den Postkarten aus der Perspektive von Modrzejów ist oft auch der Grenzübergang zu sehen: eine Brücke über den Fluss Przemsza, vor der sich ein Wachhäuschen befindet. Auch hier haben die Produzent:innen darauf geachtet, dass der:die Betrachter:in den besten Blick auf das Stadtbild von Myslowitz hat. Dafür wählten sie die Perspektive von der Grenzbrücke aus. Zum einen legten sie großen Wert auf den Punkt, von dem aus die Ansicht gezeigt wird, und zum anderen auf die angemessene grafische Gestaltung der Postkarten. Auf einer von ihnen ist eine Farbfotografie mit einer Ansicht von Myslowitz, ähnlich einer Künstlerlandschaft, von einem

Rahmen mit der Aufschrift »Myslowitz, von der russischen Zollkammer aus gesehen« umgeben (Abb. 7). Zudem sitzt an einer der Seiten eine Dame in hochgeschlossenem Kleid und anmutiger Pose. Der Absender dieser Postkarte hat sie an »Fräulein Marie Scheibert« geschickt, die wahrscheinlich in einem Modesalon in Königshütte, das heutige Chorzów, arbeitete.

Auf den Postkarten sollten Frauen den Anblick attraktiver machen und vielleicht die Vorstellung, diesen eher gefährlichen Grenzübergang überqueren zu müssen, mildern und angenehmer gestalten. Zudem waren sie auch ein Versprechen für Unterhaltung in der Stadt. Ob solche Karten auf die berüchtigte Praxis des Frauenhandels im Dreikaisereck anspielten²⁵ oder vielleicht eher die bereits bestehende Tradition der Erotik auf Postkarten aufgriffen, lässt sich abschließend schwer sagen. Letzteres ist aber sehr wahrscheinlich. Es genügt zu sagen, dass das Bild einer frivol gekleideten und kokett lächelnden Frau auch eine Postkarte zierte, welche die Zollkammer von Modrzejów zeigt (Abb. 8). Hier ist zusätzlich im unteren Bereich eine Szene mit einer Menschengruppe abgebildet, unter denen sich neben zivil gekleideten Frauen und Kindern die Angestellten der russländischen Zoll-



Abb. 7 und 8 Frauen und Myslowitz – Myslowitz, von der russischen Zollkammer aus gesehen. Myslowitz: Siegfried Kochmann, o.J. Gelaufen 2. 5. 1912; Gruss aus Myslowitz O./S. Russische Zollkammer in Modrzejew. Beuthen: Hermann Lukowski, 1906.



Abb. 9 Visuelle Erzählung über die habsburgischen Grenzgebiete – Gruss von der Dreikaiserreichsecke. Jensor (Österr.). Pozdrowienia z trzech Mocarstw w Jezorze (Austria). O. O. [vermutlich Breslau/Beuthen]: Hermann Lukowski, 1908. Gelaufen 1910.

kammer durch ihre Kleidung deutlich abheben. In der Mitte der Postkarte, etwas abseits, ist ein jüdischer Junge mit einem traditionellen Khalat zu sehen, der aufgrund der überwiegend jüdischen Bevölkerung in Modrzejów keine ungewöhnliche oder exotische Figur ist. Vielleicht hat der Hersteller der Postkarte, Hermann Lukowski, absichtlich eine solche Aufnahme gewählt, um zu signalisieren, dass Modrzejów eine »jüdische Stadt« ist. Und obwohl die Ansicht, welche die Postkarten, die Myslowitz von der russländischen Seite aus zeigen, die eines Ortes ist, an dem Zugereiste aus dem Osten Europas städtische Unterhaltung genießen können (manchmal in Gesellschaft hübscher, eleganter Frauen) und die Postkarten in diesem Sinne frei von wirtschaftlichen oder politischen Untertönen sind, wurde die ethnische Zugehörigkeit des Jungen in dieser Umgebung als etwas Besonderes und doch Natürliches verewigt. Ähnlich verhält es sich mit der orientalisierenden Architektur der Synagoge, die ihrerseits die hohe Stellung der jüdischen Gemeinde in Myslowitz widerspiegelt.

Etwas anders sind die Abbildungen der habsburgischen Grenzgebiete einzuschätzen. Hier führten die deutschen Verlage viel häufiger Attribute, die die politischen Beziehungen zwischen den beiden Ländern beschreiben, in die Ikonosphäre der Karten ein. Die Erzählung auf den Postkarten folgt dem apologetischen Ton, der in den patriotischen Broschüren über das Dreikaiserreich vorherrschte, und schafft visuelle Vergleiche. In seinem Reiseführer beschreibt Kegel nach einer lobpreisenden Charakterisierung der deutschen Grenzgebiete, die seiner Meinung nach die deutsche Liebe zu Schönheit und Ordnung widerspiegeln, die österreichische Seite wie folgt: »Wie anders das Bild in Galizien! – Wir überschreiten die dahinführende Fußgängerbrücke. Eine Anzahl Bretterbuden, in denen polnische Händler in schmieriger Kleidung Lebensmittel verkaufen, gewähren uns den ersten abschreckenden Anblick. [...] Alles atmet Armut, Unbildung und Rückständigkeit.«²⁶ Dieser abwertende Blick zahlreicher Deutscher auf die benachbarten Gebiete und das östliche Europa insgesamt ist inzwischen Gegenstand zahlreicher wissenschaftlicher Publikationen.

So haben die deutschen Verleger auch auf Postkarten mit touristischem und werbendem Charakter neben der Ansicht des Grenzübergangs Jęzor mit seinen gastronomischen Einrichtungen – der Weinstube Michael/Majer Bester oder dem Zollhaus und dem Restaurant am Hochufer sowie der imposanten Eisenbahnbrücke über die Przemsa – nicht versäumt, der übergeordneten Erzählung ein Element hinzuzufügen – das Bild der drei Kaiser. Im Gegensatz zur im vorangegangenen Abschnitt beschriebenen Gestaltung wurde Kaiser Franz Joseph jedoch dadurch Genüge getan, dass er in der Mitte, zwischen den beiden anderen Kaisern, platziert wurde. Auf den Postkarten, die das Ufer der österreichischen Seite zeigen, fehlen auch zwei andere Elemente nicht: der Blick auf den Fluss Przemsa und der Bismarckturm, der als Erinnerung an die preußische Herrschaft in der Region über die Landschaft ragt. Ein regelmäßiges Motiv auf Postkarten mit Blick auf Österreich sind auch die beiden Zollbeamten, die stehend abgebildet sind und Gewehre (wahrscheinlich Mauser) in der rechten Hand halten (Abb. 9). Ihre Anwesenheit steht offensichtlich im Zusammenhang mit dem Schmuggel, der an der deutsch-österreichischen Grenze verbreitet stattfand.

Beim Blick auf die russländische Seite hingegen nutzten die Produzenten einerseits das vorhandene Repertoire an Landschaftsansichten, stellten aber andererseits – viel stärker als im Falle Österreichs – die zum übergeordneten Narrativ gehörenden preußischen Symbole heraus, darunter am häufigsten den Bismarckturm. Es wurde auch bewusst ein Kontrast zwischen den gepflegten Gebäuden der Promenade und der ärmlichen Architektur des russländischen Dorfes Niwka geschaffen, das in den schriftlichen Berichten auch als die miserabelste Gegend des Dreikaiserecks bezeichnet wurde: »Noch viel schärfer ist der Gegensatz [im Vergleich zu der soeben beschriebenen österreichischen Seite, Anm. d. Autorin] beim Ueberschreiten der Modrzejower Grenzbrücke. Hier verläßt uns mit der Kultur auch das Gefühl der Sicherheit eines geordneten Staatswesens. Langsam, sehr langsam durchschreitet die Reihe der Fußgänger die russische Zollkammer.«²⁷ Das häufigste Motiv von Postkarten, die einen Blick auf Russland zeigen, ist das Bild des Zollhauses und der dort stattfindenden spezifischen Handlung – am Zollhaus spielen sich Szenen von Verhaftungen von Schmugglern ab sowie der Grenzhandel, der von karikierten Jüdinnen/Juden durchgeführt wird. Auf diese besondere visuelle Erzählung wird später noch gesondert eingegangen.

Zwischen Brody und Myslowitz: Grenzübergänge

Postkarten, die Grenzübergänge Mittel- und Osteuropas im 19. Jahrhundert zeigen, sind ein recht häufiges Phänomen und keineswegs nur für das Dreikaisereck typisch. Diese Art von Ansichten war zu Beginn des 20. Jahrhunderts und kurz vor dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs z. B. in Galizien besonders beliebt. Einerseits sollten sie dazu beitragen, potenzielle Neuankömmlinge mit dem Anblick bestimmter Grenzübergänge und – meist in der Provinz gelegener – Zollstationen vertraut zu machen und ihnen so die anfängliche Furcht vor der Reise, den Fahrkarten- oder Ausweiskontrollen usw. zu nehmen. Sie vermittelten auch das Gefühl und die Spannung, zu sehen und zu erleben, was jenseits der Grenze lag – etwas nahe Gelegenes und doch Exotisches zugleich. Andererseits zeichneten sich die Postkarten deutlich durch ihre mahnende/belehrende Funktion aus – der Anblick von uniformierten Zollbeamten sollte mögliche Schmuggler:innen abschrecken.

Eben jenes Ziel von Postkarten mit Grenzansichten bestätigen die auf ihnen hinterlassenen Mitteilungen. Ein polnischer Reisender, der mit der Eisenbahnlinie St. Petersburg–Warschau unterwegs war, wollte offenbar, dass der Empfänger seiner Bildnachricht die Region mit seinen Augen sieht: Er wählte eine Postkarte, die den Fluss Przemsa in einer Perspektive auf die russländische und habsburgische Seite zeigt (Abb. 10). Am Ufer selbst sind sieben männliche Figuren zu sehen – drei Grenzsoldaten in voller Montur, ein Mann, der ein Eisenbahner zu sein scheint, und drei Herren in bürgerlicher Kleidung, die jeweils Jackett und Hut tragen sowie eine Taschenuhr. Diese Figuren markieren das Grenzgebiet auf deutscher Seite. Außerdem sind unten rechts die Bilder der drei Kaiser in der entsprechenden Hierarchie abgebildet (Wilhelm II. in der Mitte). Am unteren Rand dieser Farbfotografie, direkt unterhalb der Aufschrift »Gruss von der Dreikaiserreichsecke b/ Myslowitz«, hat der Absender den Reim geschrieben: »Oto stacja Myslowice, gdzie się schodzą trzy granice: ruska, pruska i ta trzecia istniejąca od stulecia. 10 minut postój, więc korzystam i list piszę. 10/VII/902.« [Das ist der Bahnhof von Myslowitz, wo drei Grenzen aufeinandertreffen: die russländische, die preußische und die dritte, die schon seit einem Jahrhundert besteht. Ein 10-minütiger Halt, den ich nutze, um einen Brief zu schrei-



Abb. 10 Wer wartet am Fluss Przemsza? – Gruss von der Dreikaiserreichsecke b/Myslowitz. Myslowitz: M. Rölle, o.J. [vermutlich 1902].

ben. 10/VII/ 902.] Wie aus den Stempeln und dem Kommentar auf der Adressseite hervorgeht, wurde die Karte aus Tuszcz verschickt, wo es einen Bahnhof gab. Ähnliche Informationen kommen in verschiedenen Sprachen vor. Ein Reisender aus dem Habsburger Imperium wählte eine Karte mit einem Blick auf die polnische Grenze,²⁸ einschließlich eines Fotos der Kirche und der Grenzbrücke über den Fluss Przemsza. Um die Bilder herum beschrieb er sorgfältig die Route, die er genommen hatte: »Von Trzebinia am Morgen mit dem Zug nach 7 Uhr über Szczaków zum ruthenisch-polnischen Bahnhof, Granica [...], die sich bereits auf der galicischen Seite befand.« Aus der Postkarte erfahren wir auch, wie Reisende, die auf einen Anschluss warteten, Postkarten verschickten – wahrscheinlich wurden sie in den Zügen verkauft, wo die Reisenden sie auch direkt schreiben und bei einem Angestellten [es könnte der Angestellte eines Verlags oder ein Postangestellter gewesen sein – Informationen dazu sind unleserlich auf der Karte notiert, Anm. d. Autorin] aufgeben konnten, der in den Waggons bereitstand.

Abbildungen von Männern sowie von Bahnstufenangestellten und Grenzbeamten zieren auch die Postkarte, die den Grenzübergang Szczakowa²⁹ (Abb. 11) zeigt, der nach der dritten Teilung Polens im Habsburgerreich lag. Die Erzählung der Postkarte besteht aus drei arrangierten Freiluftaufnahmen. Auf einer davon spielt sich das Geschehen vor dem Hintergrund des Bahnhofs von Szczakowa ab, in dessen Vordergrund ein Mann mit weißer Jacke samt weißem Hut steht. Hinter ihm sind zwei weitere Männer zu sehen – einer von ihnen in der Tracht eines Grenzbeamten. Es ist schwer zu sagen, ob es sich bei dem eleganten Mann um einen Einheimischen handelt, der auf Neuankömmlinge wartet, oder um einen Reisenden, der an diesem Ort einen Zwischenstopp einlegt. Derselbe Mann, allerdings in einem anderen Kostüm – mit Wintermantel und russischer Pelzmütze – ist auf dem zweiten Foto zu sehen, dessen Szene auf dem Bahnsteig des Bahnhofs von Myslowitz spielt. Der Mann hält in seiner linken Hand ein Herz mit dem Bildnis einer Frau. Eine solch romantische Szene, die einen Herrn zeigt, der auf seine Geliebte



Abb. 11 Geschäftsreisen – Na Granicy, Trzech Ces. Król Państw. Szczakowa. Most graniczny na Przemśy. Граница. Granica. Mysłowice. Kantor wymiany pieniędzy Władysława Hertza [An der Grenze, Drei Kaiserlich-königlicher Staaten. Szczakowa. Grenzbrücke über die Przemsza. Grenze. Myslowitz. Wechselstube Władysław Hertz]. O. O.: o. Verl., o. J. [etwa 1903–1905].

wartet, die wahrscheinlich von weit her anreist (vielleicht aus Galizien?), ist ein einzigartiges Motiv auf Postkarten aus dem Dreikaisereck. Das Ganze wird durch die mittlere Szene vervollständigt, in der Männer auf der Przemsza-Grenzbrücke zu sehen sind, darunter ein Grenzbeamter in weißer Uniform, der auf die Promenade hinunterschaut, auf welcher ein Mann mit vier Kindern steht. Auch diese Postkarte wirbt für die Wechselstube Hertz, so dass man vermuten kann, dass sich die Wahl der Ikonografie und die damit verbundene Inszenierung – elegant und modern gekleidete Männer – an wohlhabende Reisende richtete, die geschäftlich ins Dreikaisereck kamen.

Postkarten mit Grenzansichten hatten bisweilen auch eine Werbefunktion, und jene Geschäftsleute, die bei den Postkartenherstellern bestellten, achteten darauf, ihr Angebot mehrsprachig zu gestalten, um einen möglichst großen Kreis ausländischer Empfänger:innen zu erreichen. So sind diese Postkarten ausnahmsweise in polnischer und russischer Sprache beschrieben, wahrscheinlich mit Blick auf die galizische Kundschaft, die

ihre Eindrücke mitteilten und vom Verlauf ihrer Reisen berichteten, indem sie Postkarten aus dem Dreikaisereck an Familie und Freund:innen schickte.

Reklamepostkarten warben auch für Einrichtungen und Dienstleistungen an der Grenze. Eine Postkarte mit einer Abbildung der Grenzbrücke über den Fluss Przemsza pries die Wechselstube von Władysław Hertz am Bahnhof wie folgt an:³⁰ »Kto oszczędzać ma ochotę, / Niech do kasy śpieszy, / Tu zmieniając wszelką flotę, / Każdy się ucieszy, // Że tak tanio nabył franki, / Ruble, marki i korony, / Podróżować będzie zawsze, / Przez granickie strony.« [Wer das Geld sich sparen will heute, / Soll zur Kasse eilig laufen, / Dort wechselt schon die ganze Meute, / Jeder der sich drüber freute, / Dass er konnte nicht nur Franken, / sondern Rubel, Mark und Kronen billig kaufen, / Und so wird er auf diese Weisen, / Durch Granica reisen.] Das in polnischer Sprache verfasste Gedicht wird durch die Darstellung eines prall mit Geld gefüllten Tresors mit den Initialen WH angereichert; außerdem ist der Name der Wechselstube auch in französischer Sprache angegeben.

Ein so reichhaltiges Repertoire an Grenzlandansichten von allen Seiten des Przemska-Flusses zeugt von einer hohen Nachfrage durch die Kund:innen. Jene wollten offensichtlich bei der Durchreise durch diesen besonderen Ort Postkarten verschicken, welche diese Etappe ihrer Reise »dokumentieren«. Sie ermöglichten es, sich den besuchten Ort zu eigen zu machen, ihn auf einer mentalen Karte festzuhalten und visuelle Referenzen zu verstärken. Andererseits waren sie ein Element der Eigenwerbung für einzelne Grenzübergänge und die sich an ihnen entwickelnden Unternehmen. Nicht nur Werbepostkarten, sondern auch Gesamtansichten zeigen die Übergangsstellen in der Regel als freundlich, aufgeräumt, mit guter Verkehrsinfrastruktur und urbaner Atmosphäre. In gewisser Weise glich das Dreikaisereck die Dichotomie zwischen der Urbanität von Mysłowitz und der ländlichen Idylle des Blicks auf die österreichische oder russländische Seite aus. Mit dieser Vielfalt an visuellen Varianten sowie einer spezifischen literarischen Erzählung unterscheidet sie sich ein wenig von der Art und Weise, wie Grenzübergänge von Postkartenherstellern aus Galizien dargestellt wurden, woher die Besucher:innen, die zu Handelszwecken ins Dreikaisereck reisten oder ihre Reise nach Krakau oder Wien fortsetzten, zumeist kamen. Die galizischen Ansichten zeigen jedoch deutlich den provinziellen Charakter der Grenzstädte – der menschenleere Schlagbaum befindet sich meist mitten im Wald oder am Rande des Dorfes, und es fehlt an dekorativen Kulissen sowie an Emblemen und politischen Symbolen.

Neben den vorherrschenden Ansichten von Grenzübergängen, z. B. von Brody, bei dem manchmal völlig leere, nur durch eine Schranke als solche gekennzeichnete Übergänge abgebildet sind, gibt es auch Postkarten, die versuchen, den Grenzübergang als freundlichen und gefahrlosen Ort und die Menschen, denen man hier begegnet, als harmlos darzustellen, was sich deutlich von literarischen Beschreibungen unterscheidet.³¹ Zwei Postkarten der führenden lokalen Verlage von Władysław Kocyan und Feliks West in Brody zeigen den österreichisch-ungarischen Grenzübergang in Brody bzw. den russländischen Grenzübergang in Radziwiłłów/Radywyliv entsprechend. Auf dem ersten, 1914 veröffentlichten Bild (Abb. 12) begrüßen Vertreter:innen der im österreichisch-ungarischen Grenzgebiet lebenden Bevölkerung die Neuankömmlinge hinter dem Schlagbaum auf ungezwungene und natürliche Weise. Unter ihnen befinden sich einheimische Kinder, zwei Frauen in schlich-

ter Kleidung, Grenzbeamte in zwangloser Pose, ein elegant gekleidetes Paar – ein Mann mit Melone und eine Frau mit Hut. Dieses harmonische, fast idyllische Bild der Gastfreundschaft wird durch einen im Vordergrund sitzenden Hund ergänzt, der mit dem Rücken zum Betrachter steht und nicht an Pässe und Aufenthaltskarten gebunden ist und somit die Freizügigkeit zwischen den Nachbarländern symbolisiert.

Eine etwas weniger umfangreiche Gesellschaft empfängt die Besucher:innen, die auf die russländische Seite wechseln wollen.³² Der eher bescheidene Ton der Karte wird auch durch die monochrome, schwarz-weiße Farbgebung unterstrichen. Auf dieser Postkarte sind die Vertreter der örtlichen Behörden – die Grenzbeamten, die sich entspannt an den Schlagbaum lehnen – in der Überzahl gegenüber den Vertreter:innen der örtlichen Gemeinschaft, die in diesem Fall durch eine dreiköpfige elegant gekleidete Familie repräsentiert wird: ein Mann und eine Frau, zu deren Füßen ein Junge in Matrosenkleidung sitzt.

Werbepostkarten aus Brody hatten eine ähnliche visuelle Aufmachung und sollten die Atmosphäre der Gastfreundschaft und des Komforts an der Grenze zeigen. Eine interessante Kombination von Ansichten des russländischen Grenzübergangs in Radziejowice mit Grenzbeamten und einer Werbung für ein Kolonialwarengeschäft zierte eine Korrespondenzkarte, die von dem Besitzer des Geschäfts, einem Herrn Adamowicz, herausgegeben wurde (Abb. 13). Neben einer Fotografie, die das beworbene Geschäft zeigt, enthält diese Mehrbildpostkarte auch die grafische Darstellung eines Mannes in traditioneller türkischer Tracht, der Tee aus einem Samowar trinkt. Die ethnische Zugehörigkeit wurde hier also als Produktempfehlung und als Garant für die Echtheit und den Geschmack des im Laden von Adamowicz angebotenen »russischen Exporttees« verwendet. Diese Postkarte sollte weit in den Westen Galiziens reisen, nach Deutschheide/Lubień in der Nähe von Mischlenitz/Myślenice, nicht weit von der Strecke der Eisenbahn von Mysłowitz nach Krakau entfernt.



Abb. 12 Willkommen an der Grenze – Brody. Granica – границя – Grenze.
Brody: Władysław Kocyan, 1914.

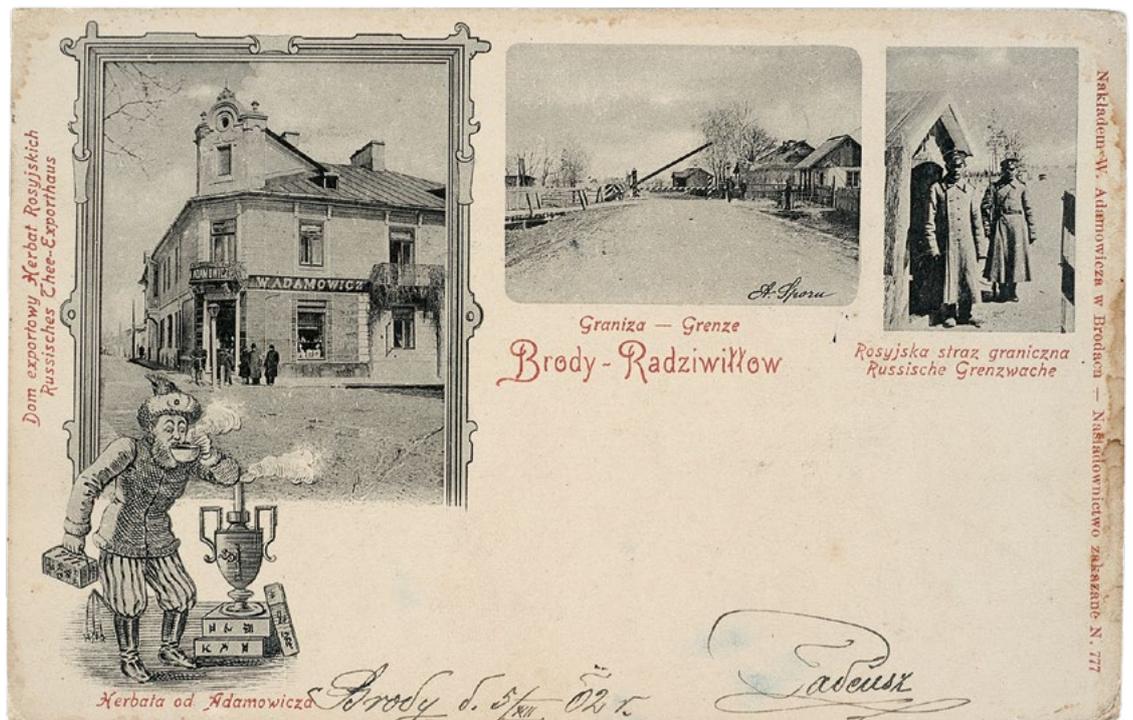


Abb. 13 Teegenuss an der Grenze – Brody – Radziwiłłów.
Brody: W. Adamowicz, 1902.



Abb. 14 Volkstypen. Darstellungen von kultureller Vielfalt – Volkstypen an der Dreikaiserreichsecke mit alten Volkstrachten. Alte Volkstrachten in Galizien. Bei der Landarbeit in Russisch Polen. Alte Volkstrachten in Russisch Polen. Alte Volkstrachten in Oberschlesien. Breslau: Hermann Lukowski, o.J.



Abb. 15 Bunte Andere und die Pickelhaube – Myslowitz zur Zeit der Auswanderer und Sachsengänger. Myslowitz: Max Rölle, o.J.

»Hier ist's wie in Babylon ...«: Ethnizität unter Kontrolle

Die ethnische Zugehörigkeit an der Grenze zwischen den drei Imperien war Gegenstand eines viel komplexeren sozialen und politischen Narrativs. In der Ikonosphäre der Postkarte wurden Vertreter:innen anderer Nationalitäten und Kulturen Teil eines sehr spezifischen Diskurses, dessen semiotische Deutung nur im Kontext der Funktionsweise von Zollkammern und Speditionsfirmen sowohl an der preußisch-österreichischen als auch (insbesondere) an der preußisch-russländischen Grenze möglich ist. Die Produzenten der Postkarten aus dem Dreikaisereck sorgten dafür, dass die Figuren auf den Karten für die Empfänger:innen in Bezug auf ihre Rolle, Position und Beziehung zu den anderen Personen auf der Postkarte leicht definierbar waren. Den auffälligsten Kontrast lieferten Abbildungen von eleganten preußischen Grenzbewohner:innen oder adrett gekleideten Zollbeamten, die den wöchentlich zu Hunderten eintreffenden Migrant:innen gegenübergestellt wurden, deren traditionelle Trachtenkleidung das deutlichste Erkennungszeichen war. Postkarten mit Wirtschaftsmigrant:innen sollten den höheren Status der preußischen Staatsangehörigkeit und die in diesem Gebiet herrschende Rechtsordnung betonen.

Die Postkartenproduzenten filterten die im Grenzgebiet lebende Bevölkerung, indem sie sie visuell in ethnische Typen einteilten und die Bildsprache an ihre Botschaft anpassten: Sie gruppieren sie, stellten sie nebeneinander und fügten sogar passende Bilder hinzu. Auf einer der Postkarten mit Blick auf den Fluss Przemsza (Abb. 14) hat ihr Gestalter an den Rändern jeweils zwei Tafeln mit Bildern der typischsten visuellen Protagonisten ethnischer Postkartenerzählungen platziert, aber nicht die des Dreikaiserecks. Die Abgebildeten sind in der Konvention der regionalen Typen gehalten, die auf den damals in Europa zirkulierenden ethnischen Bildtafeln erschienen, wie z. B.: »Alte Volkstrachten in Galizien«, »Bei der Landarbeit in Russisch Polen«, »Alte Volkstrachten in Russisch Polen« und »Alte Volkstrachten in Oberschlesien«. Diese Art der Darstellung war auf jenen Postkarten weit verbreitet,³³ welche die Attraktivität der besuchten Region durch die Darstellung der kulturellen Vielfalt des Ortes erhöhen sollten. Entgegen dem Anschein ist diese Art der Ethnien-Darstellung jedoch auf Postkarten aus dem Dreikaisereck nicht üblich, da diese stark über die

ethnografischen Untertöne hinausführten. Galizische Bäuerinnen:Bauern, Pol:innen oder einheimische Oberschlesier:innen waren – wie bereits angedeutet – in eine Geschichte verwickelt, die eng mit den sozialen und wirtschaftlichen Verhältnissen an der Schnittstelle der drei Reiche verbunden war.

Verfolgt man die damalige Presse und vergleicht sie mit historischen Studien zur Wanderungsbewegung im Dreikaisereck, so ergibt sich das Bild einer recht komplizierten Bevölkerungssituation, da viele Menschen auf dem Weg z. B. nach Bremen oder Hamburg unter Bedingungen, die alles andere als komfortabel waren, auf die Weiterfahrt warteten.³⁴ Auf den Postkarten aus Mysłowitz sind bunte Gruppen dieser »Anderen« zu sehen, die stolz für Fotos vor einem Zug, z. B. nach Hamburg, oder zwischen preußischen Offizieren in voller Uniform und mit gelb lackierten Haubitzen posieren. So sind auf einer Postkarte von Max Rölle aus dem Jahr 1903 (Abb. 15) drei Fotos abgebildet. Das erste zeigt galizische Bauern und Bäuerinnen in farbenfroher, warmer Kleidung, die vor einem Wagen mit der Aufschrift »von Mysłowitz nach Hamburg« posieren, was darauf hindeutet, dass es sich um Saisonarbeiter:innen handelt, die auf dem Weg nach Westen sind. Das nächste Foto zeigt eine Gruppe von Bauern in Begleitung von preußischen Offizieren in voller Uniform. Das dritte Bild zeigt wahrscheinlich die Zentralstation für Landarbeiter. Die erste Fotografie, sorgfältig koloriert und mit einem dekorativen Jugendstilrahmen versehen, ist dieselbe Ansicht, die in einer der ältesten historischen Studien über das Dreikaisereck zu sehen ist.³⁵ Dies ist ein Beispiel für die Anpassung von dokumentarischem/historischem Material an die Postkartenerzählung. Die Auswahl dieses Motivs lässt sich durch die Propagandafunktion dieser Postkarte und den Wunsch, sie in den nationalen Diskurs des Dreikaiserecks einzuschreiben, begründen.

Postkarten waren für die Zeitgenoss:innen wichtige Informationsquellen, die über die von der preußischen Regierung eingeführten neuen Regelungen für den Grenzverkehr in Mysłowitz unterrichteten. In diesen Regelungen wurde die Einrichtung von Grenzstationen für landwirtschaftliche Saisonarbeiter:innen in der Region Opatów/Opole im Jahr 1903 festgeschrieben, die somit der deutschen Zentralstelle für Landarbeiter in Berlin unterstellt wurden.³⁶ Dies wird durch die zwischen den Farbaufnahmen abgebildeten Schwarz-Weiß-Fotografien, die mit der Aufschrift »Amtliche Übernahme der Landwirtschaftsstelle Berlin« untertitelt sind,



Abb. 16 Wirtschaftsmigrant:innen an der Przemsa – Myslowitz, O.-S. Gruß von der Dreikaiserreichsecke. Auswanderer, die Dreikaiserreichsecke passierend. O. O.: Max Rölle, Otto Berger, o. J.

kommentiert und bestätigt. Die Postkarte vermittelt somit die klare Botschaft, dass in der Region die Frage der Auswanderung von Saisonarbeiter:innen geregelt ist, was durch das Gruppenfoto in Farbe bestätigt wird, das galizische Bäuerinnen:Bauern in Begleitung von preußischen Soldaten zeigt. Allerdings unterscheidet sich diese Postkarte in ihrer Intention und ihrem Ton deutlich von der damals beliebten ethnografischen Fotografie, die einerseits die Volkskultur der Region zähmen und andererseits romantisieren sollte. Auf dieser Postkarte sind die Zugereisten aus dem Osten bunte Fremde, die im kolonialen Kontext der preußischen Verwaltung dargestellt werden. Gleichzeitig spürt man eine gewisse Dissonanz zwischen den politischen Obertönen dieser Postkarten und ihrer überästhetisierten, scheinbar neutralen Form, die sich unter anderem der Jugendstildekoration bedient. Ähnlich kolorierte Auswanderergruppen finden sich beispielsweise auf den von Hermann Lukowski aus Breslau herausgegebenen Ansichtskarten.

Diese arrangierten Szenen mit auswandernden Migrant:innen führen zu einer interessanten Beobachtung, nämlich dass die einzige Kontaktzone zwischen

ebenen und der einheimischen Bevölkerung wahrscheinlich die Gegend um den Bahnhof sowie die Baracken für durchreisende Emigrant:innen war, da diese nur mit preußischen Offizieren, Speditionsangestellten und Zollbeamten zu tun hatten. Es ist also möglich, dass die Postkarte der einzige Raum für »Begegnungen« zwischen den galizischen Bäuerinnen:Bauern und den einfachen Einwohner:innen von Myslowitz war. Die Auswandernden verließen das Bahnhofsgelände nicht, weshalb sie in der Regel dort fotografiert wurden. Dies ist beispielsweise auf einer scheinbar neutralen Postkarte (Abb. 16) zu sehen, auf der ein traditionell gekleidetes Paar einer Ansicht der Myslowitzer Promenade am Fluss Przemsa und den am Ufer sichtbaren Einheimischen gegenübergestellt wird. Der Schriftzug »Auswanderer«, der die Bilder begleitet, sollte ihren Status unterstreichen, als dessen Hauptmerkmal der vorübergehende Charakter ihres Aufenthalts im Dreikaisereck und ihr »Nicht-Einheimisch-Sein« visuell hervorgehoben wird.

Bilder von galizischen Bäuerinnen:Bauern trugen zum Image von Myslowitz als Babylon bei. Einzigartig

unter den untersuchten Postkarten ist eine humorvolle Postkarte in Farbdrucktechnik. Sowohl ikonografisch als auch auf sprachlicher Ebene ist diese Karte abwechslungsreich und bunt gestaltet.³⁷ Die Postkarte ist in vier Bildfelder unterteilt, zusätzlich befinden sich entlang einer der kürzeren Kanten die Wappen der drei Reiche mit der Abbildung der sie jeweils symbolisierenden Adler. Die übliche, in diesem Fall ausnahmsweise malerische Ansicht des Flusses Przemsza wird durch zwei erzählende Bilder mit Darstellungen von Grenzgänger-Typen ergänzt. Die obere Szene zeigt verschiedene Typen von Neuankömmlingen unter dem Titel »Grenz-Typen«. Darunter: Die Darstellung eines Juden, dessen Züge dem Foto eines Juden von galizischen Postkarten des Verlags Schiller aus Czernowitz nachempfunden sind,³⁸ eine Frau in Volkstracht (wahrscheinlich nach fotografischen Abbildungen galizischer Frauen von früheren Postkarten), ein Soldat mit einem Rucksack auf dem Rücken, der einige Körbe trägt, ein Mann mit Pfeife sowie eine Frau und ein Wagen. All diese Menschen bewegen sich auf die Grenze zu.

Die untere Bildgeschichte zeigt dagegen die Szene der Festnahme eines Mannes, der mit markanten Hochschäftstiefeln, einer Pelzmütze und einem Pelzmantel bekleidet ist. Obwohl er keinen Bart trägt, was normalerweise eines der Kennzeichen karikierter Juden ist, erinnert sein Profil – markante Nase und dicke Lippen – an die übertriebenen Darstellungen von Juden in antisemitischen Illustrationen. Diese Figur ist somit eine Mischung aus einem russisch-polnischen Schmuggler und einem Juden. Die ganze Szene spielt sich unter einem Wegweiser ab, auf dem die Richtungen der drei Reiche angegeben sind: Russland, Deutschland und Österreich-Ungarn. Die Festnahme selbst findet unter einem Schild mit der Aufschrift »Russland« statt und wird von einem mit einer weißen *Litewka*, eine zweireihige, waffenrockartige Uniformjacke, bekleideten Beamten durchgeführt, der eine Pistole hält. Im Rücken des Verdächtigen stehen ein deutscher und ein österreichischer Beamter. Dass der Grenzübertritt nach Russland nicht einfach ist und dass es sich bei dem Verdächtigen um eine beliebige Person handeln könnte, zeigt der Kommentar unter dem Bild: »Halt! – Was zu verzollen?« Die Mehrsprachigkeit und Turbulenz als Besonderheit des Dreikaiserecks wird sprachlich durch ein Gedicht veranschaulicht: »Hier ist's wie in Babylon/ So ein Sprachgewirre/ Öst'rreichisch-Deutsch- und Russ'sche Nation/ Soldaten und Waffengeklirre/ Grenzbeamte halten Wacht/ Aus drei Kaiserreichen/ Für den Zoll – s'ist ja ihr Recht/ Niemand

kann entweichen!/ Der Rubel, Mark und auch die Krone,/ Kopeken, Groschen, sind nicht ohne –/ spiel'n überall 'ne Rolle!/ Das ist ein internationales Leben/ Wie man es selten findet/ Man kann auch hier viel Geld ausgeben/ Das Gold wird dünn und schwindet! –/ Drei-Kaiserreichecke weitbekannt/ Von dort wird dieser Gruss gesand/ Wo drei Kronadler wachen!«

Diese humorvolle, aber realitätsnahe Darstellung der Grenzsituation nimmt einen besonderen Platz in der Sammlung der zahlreichen Postkarten aus dem Dreikaisereck ein. Sie zeigt nicht nur erneut den Grenzübergang und weist in ihrer Ikonosphäre auf die verschiedenen Menschen-Typen hin, denen man dort begegnen kann, sondern signalisiert auch die Vielfalt dieser Begegnungen und der Menschen. Zu diesen gehören beispielsweise Repräsentanten verschiedener Ethnien sowie unterschiedlicher sozialer Schichten und Berufe. Eine Figur dieser Bildgeschichte, die ein häufiger Protagonist der visuellen Erzählungen der Karten aus dem Dreikaisereck ist, ist der Schmuggler. Seine ethnische Zugehörigkeit, auch wenn sie nicht explizit genannt wird, deutet nicht auf eine deutsche oder österreichisch-ungarische Herkunft hin, sondern viel häufiger auf eine polnische oder jüdische.

Schmuggler mit Kosakengewehr im Anschlag

Die Typologisierung der im Dreikaisereck auftauchenden Personen musste präzise sein: Es wurde nicht nur versucht, die verschiedenen Typen von Zugereisten und Altingesessenen in den Grenzgebieten visuell zuzuordnen und zu erfassen, sondern es wurden auch spezifische Erzählungen um sie herum angelegt. Die Kontrolle an den Grenzübergängen ist eine selbstverständliche Maßnahme, aber im Kontext von Myslowitz hätte die visuelle Botschaft der Postkarten – die Information über die zu kontrollierenden Personen, ihrer Herkunft, ihren Beruf und die Personen, vor denen man sich in Acht nehmen muss – nicht direkter sein können. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Postkarten mit den verschiedenen Personentypen neben ihrer sozialen und sogar propagandistischen Funktion die kommerzielle Funktion des Dreikaiserecks betonten und dabei die ästhetische Ebene einbezogen. Die für die Postkarten ausgewählten Fotografien, vor allem die aus der Werkstatt von Max Rölle, sind in der Regel sorgfältig komponiert, koloriert und mitunter mit



Abb. 17 Grenzkriminalität unter Kontrolle? – Abgefasster Schmuggler. Dreikaiserreichsecke bei Myslowitz o. S. Myslowitz: Max Rölle, o. J.

feinen, an den Jugendstil angelehnten Schmuckelementen versehen. So wurden Szenen, die beispielsweise in der Presse als Auszüge aus Gewaltszenen oder – bestenfalls – als Auszüge aus Reisereportagen angesehen wurden, auf der Postkarte zu fiktiven Genreszenen, die manchmal an Szenen aus der Kriminalliteratur erinnerten. Solche Szenen waren für die Passant:innen in Myslowitz eine Attraktion, aber auch eine Warnung und Belehrung.

Diese Rolle spielten vor allem die zahlreichen Postkarten mit Abbildungen von Schmuggler:innen. Die von Max Rölle herausgegebene Postkarte (Abb. 17), die im Oktober 1912 aus dem Hotel Mühle in Myslowitz verschickt wurde, ist in vier Felder unterteilt und zeigt im oberen Teil ein Panorama des Flusses Przemsza, neben dem ovale Rundbilder mit Abbildungen der Kaiser zu sehen sind. Diese übergreifende Rahmenhandlung ist, wie auch auf den anderen Postkarten, das statische, visuelle Hauptmerkmal der Postkarte. Wird ihr jedoch die darunter abgebildete dramatische Szene einer Schmuggler-Festnahme durch russländische Zollbeamte gegenübergestellt, ändert sich ihre Bedeutung völlig. In der Ansicht sieht der Betrachter drei russländische Zollbeamte – einer zu Pferd, der mit einer Pistole auf den Schmuggler zielt,

ein anderer, der den Festgenommenen am Oberarm festhält, während er ihm ein auffällig langes Gewehr vor die Brust hält, und ein dritter Zöllner, der hinter dem Rücken des Schmugglers steht und bereits ein Bajonett bereithält. Das Farbfoto mit der Überschrift »Abgefasster Schmuggler« verliert trotz der Ästhetisierung der Postkarte, die eine elegante, symmetrische Komposition mit dem Foto auf schwarzem Grund bildet, nicht an Dramatik. In einem der Felder ist ein Text über das Dreikaisereck abgedruckt, der es als einzigen Ort auf der Welt beschreibt, an dem sich drei Kaiserreiche treffen. Weiterhin führe dorthin vom Bahnhof Myslowitz aus eine »herrliche« Promenade, die einen »prächtigen« Blick auf die Beskiden und das russländische Industriegebiet biete. Ein noch drastischeres und buchstäbliches Beispiel ist eine Einzelbildpostkarte aus der Sammlung des Sosnowiec-Museums mit dem Bild eines durch das Wasser watenden, fliehenden Schmugglers, auf den drohend der Lauf eines von einem Kosaken gehaltenen Bajonetts gerichtet ist.³⁹

Im Zusammenhang mit dieser Art der Darstellung auf Myslowitzer Postkarten stellt sich die Frage: Sollte im Falle der ersten Postkarte – der Gegenüberstellung von drei »neutralen« Ansichten mit einer Szene, die aussieht,

als sei sie aus Polizeiakten entnommen – das Phänomen des Schmuggels an der russländisch-preußischen Grenze normalisiert werden, indem das Schmuggeln als etwas gezeigt wird, das die Grenzbehörden auf beiden Seiten des Schlagbaums unter Kontrolle haben? Oder handelte es sich um eine bewusste Gegenüberstellung gegensätzlicher Erzählungen im Feld einer einzigen Postkarte: eine idyllische Promenadenansicht zusammen mit Bildern der Kaiser als Warnung sowohl für die Schmuggler:innen selbst als auch für Neuankömmlinge, die ihnen begegnen oder, schlimmer noch, mit ihnen ins Geschäft kommen könnten? Sollte sich diese zweite Annahme bestätigen, würde dies bedeuten, dass Postkarten aus dem Dreikaisereck mit Abbildungen von Schmuggler:innen eine eigene und eher seltene Kategorie bilden, die über den Rahmen der touristischen Postkarte hinausgeht und eine didaktische Funktion erhält, die durch die bewusste Theatralisierung und Dramatisierung der abgebildeten Szenen der Schmugglerfestnahme erreicht wird.

Auch durch andere Postkarten mit Schmugglerbildern wird dies bestätigt: Ein häufiges Motiv, das die visuelle Erzählung dieser Postkarten vervollständigt, sind die begleitenden Bilder russischer Zollbeamter, die in dienstbereiter Haltung posieren. Dies unterscheidet sich etwas von der Art und Weise, in der Schmuggler auf Postkarten, beispielsweise aus Großpolen, dargestellt wurden. Auf einer dieser Postkarten (Abb. 18), die in ihrer Ikonografie einzigartig ist, stehen ganze 13 uniformierte Zollbeamte aufgereiht nebeneinander. Ihre große Anzahl hindert sie jedoch nicht daran, den illegalen Emigranten/Schmuggler durchkommen zu lassen. In der humoristischen Darstellung der Postkarte ist der Schmuggler in einem fliegenden, von einem Grauschimmel gezogenen Pferdewagen über die Köpfe der Zollbeamte montiert. Bei der Gestalt im fliegenden Wagen handelte es sich um einen typisierten Juden, der auf wundersame Weise »Durch die Luft über die deutsch-russische Grenze« durch die Kette der Zollbeamten am Grenzübergang Skalmierzyce gelangt. Leider ist der Schöpfer dieser Postkarte nicht bekannt – sicher ist, dass jüdische Händler die undichte deutsch-russische Grenze oft für ihre Zwecke nutzten, wie es die Schöpfer dieser Postkarte humorvoll dargestellt haben.

Eine ähnliche Theatralisierung und Propagandaerzählung wie bei jenen Ansichtskarten aus dem Dreikaisereck findet bei Postkarten statt, die andere Typen zeigen, wie z. B. Jüdinnen:Juden in Galizien, worauf im weiteren Verlauf des Textes eingegangen wird. Was die



Abb. 18 Hilfslose russländische Zollbeamte – Durch die Luft über die deutsch-russische Grenze. Kette bei Skalmierzyce. O. O.: o. Verl., 1906.

Darstellung des Schmugglers jedoch von Postkarten mit Abbildungen von Jüdinnen:Juden unterscheidet, ist das Fehlen einer visuellen Betonung der ethnischen Zugehörigkeit des Erstgenannten. Die Vorlage für die Figur des Schmugglers war in der Regel ein lokaler Händler, der versuchte, die restriktiven Zölle zu umgehen, indem er illegal mit knappen oder hoch besteuerten Waren wie Streichhölzern, Schuhen und Kleidung, Alkohol, Konserven und dergleichen handelte.⁴⁰ Aus den Postkarten erfahren wir nicht, welcher Nationalität er zugeordnet wurde. In den deutschsprachigen Schriftquellen ist dagegen hauptsächlich von polnischen Schmuggler:innen die Rede. Der Schmuggel erfolgte sowohl zu Fuß, über die Grenze, durch den Wald, als auch im Zug nach Sosnowiec, der – nomen est omen – »polnischer Zug« genannt wurde.⁴¹ Die in den Quellen von deutschsprachigen Historikern oft geäußerte

Feindseligkeit gegenüber den Polen und deren Darstellung als Aufständische (z. B. in Bezug auf den Januaraufstand, der auch Oberschlesien erreichte)⁴² oder eben als Schmuggler:innen spiegelt sich in der Bildsprache der Postkarten nicht so deutlich wider, gerade wegen der nichtssagenden Kleidung der Schmuggler:innen.⁴³ Außerdem gibt es auf den Postkarten keine Szenen, in denen Schmuggler:innen von preußischen Zöllnern abgefangen werden. In der Regel erfolgt auf Abbildungen der Postkarten die Festnahme durch russländische Soldaten, bei denen man unterscheiden kann zwischen jenen Zöllnern in weiten Hosen und weißen *Litewkas* mit Offiziersschirmmützen und spitzem Bajonett⁴⁴ und Kosaken mit Pelzmützen zu Pferde. So vermittelten die Postkarten neben dem Thema des Schmuggels auch das Bild vom deutschen Teil des Dreikaiserecks als einer Enklave des Friedens und der Ordnung und bildeten damit einen Kontrast zu dem Chaos und den Gefahren, die Reisende im russländischen Polen (auf den Postkarten oft als »Russisch-Polen« bezeichnet) erlebten.

Die Macht des Stereotyps: Der »Ostjude« in Myslowitz

Wie zu Beginn dieses Kapitels aufgezeigt, hat das Chaos, das sich aus dem Grenzverkehr und dem ständigen Zustrom von Menschen ergab, keine Auswirkungen auf das deutsche »Etablisement«, das in der Semiotik der Postkarte realistisch dargestellt wird und ein statisches und natürliches Element der Landschaft ist. Ebenso wurden die galizischen Bäuerinnen:Bauern, – obgleich sie sich durch ihre Kleidung unterscheiden – in ihrer natürlichen Umgebung fotografiert. In der gegebenen Situation waren dies Transportunternehmen oder Waggons, die sie in verschiedene Ecken Europas und dann weiter hinaus in die Welt bringen würden. Auch der Schmuggler ist in der Regel dieselbe Figur, die in verschiedenen Variationen wiedergegeben wird – bekleidet mit einem einfachen Jackett, einer einfachen Hose und einem Hut, meist mit einem Bündel auf dem Rücken.

Bei den Juden auf den Myslowitzer Postkarten war die Situation jedoch anders – nicht nur ihre Kleidung, sondern auch ihre physiognomischen Merkmale, die oft absichtlich übertrieben waren, wiesen auf ihr Anderssein, ihr »Nicht-Einheimisch-Sein« hin. Nur in ihrem Fall wurde sich visueller Stereotypen bedient, die dann in der antisemitischen Satire fortgeschrieben und verbreitet wurde. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal

der Darstellungen von Jüdinnen:Juden sind ihre ikonografischen Quellen. Es wurden nicht nur antisemitische Vorlagen verwendet, die auf Postkarten aus anderen Gebieten Deutschlands kursierten, sondern beispielsweise für die Darstellung der galizischen Jüdinnen:Juden auch so weit entfernte Quellen wie Fotografien aus dem Atelier Schiller in Czernowitz in der Bukowina.⁴⁵ Die Vielfältigkeit dieser Bilder auf Postkarten am Dreikaisereck trug zum Prozess eines visuellen Otherring der Jüdinnen:Juden in der Region bei. Dies ist umso interessanter, da die wohlhabende jüdische Gemeinde nicht nur im deutschen Myslowitz lebte, sondern auch im polnischen Modrzejów. Jüdinnen:Juden (auch traditionelle) waren somit im Alltag der ober-schlesischen Landschaft kein exotisches Element. Trotzdem griffen die Postkartenproduzenten auf kulturell weit entfernte Muster zurück und passten die Ikonografie, die beispielsweise in Galizien existierte, an das stereotype Bild an, das sie durch Postkarten verbreiten wollten. Auf diese Weise erscheinen die Bilder von »Ostjuden«,⁴⁶ die in der Ikonosphäre der Postkarten aus dem Dreikaisereck eine wichtige Rolle spielen, nie als natürlicher Teil der Landschaft, sondern sind in jener ein künstliches Element.

Eine Postkarte wurde von einem Ehepaar abgeschickt, das die Gegend wahrscheinlich aus touristischen Gründen besuchte: Carl und ein gewisses Marienchen, die Grüße »aus dem Dreikaisereck« ins nahe gelegene Pless schickten, wählten eine Postkarte aus dem Verlag von Max Rölle (Abb. 19), auf der fünf Farbfotografien nebeneinandergestellt sind. Unten, im mittleren Teil, ist die bereits bekannte Szene mit Auswandernden aus der oben beschriebenen Postkarte zu sehen (Abb. 15), auf der Neuankömmlinge aus Galizien in Begleitung von Offizieren in Pickelhauben dargestellt sind. Flankiert wird sie von zwei Farbfotografien: ein jüdischer Junge, der an einem niedrigen Tisch sitzt, auf dem verschiedene Waren ausgebreitet sind, und sitzend, einander zugewandt: ein alter Mann und ein Junge. Die Figuren der Juden wurden hier eindeutig mit der gewerblichen Rolle verknüpft, die Vertreter:innen dieser Minderheit im Dreikaisereck spielten. Dies wird durch die Bildunterschriften unter den beiden Fotos bestätigt, die lauten: »Gemischter Waarenhandel en gros u. en detail« und »Commerzieller Vortrag«. Der obere Teil der Postkarte enthält außerdem zwei visuelle Botschaften, die eine interessante Gegenüberstellung bilden: Auf der einen Seite ist eine typische Ansicht des Flusses Przemsa zu sehen, auf der die Gebiete Deutschlands, Österreichs

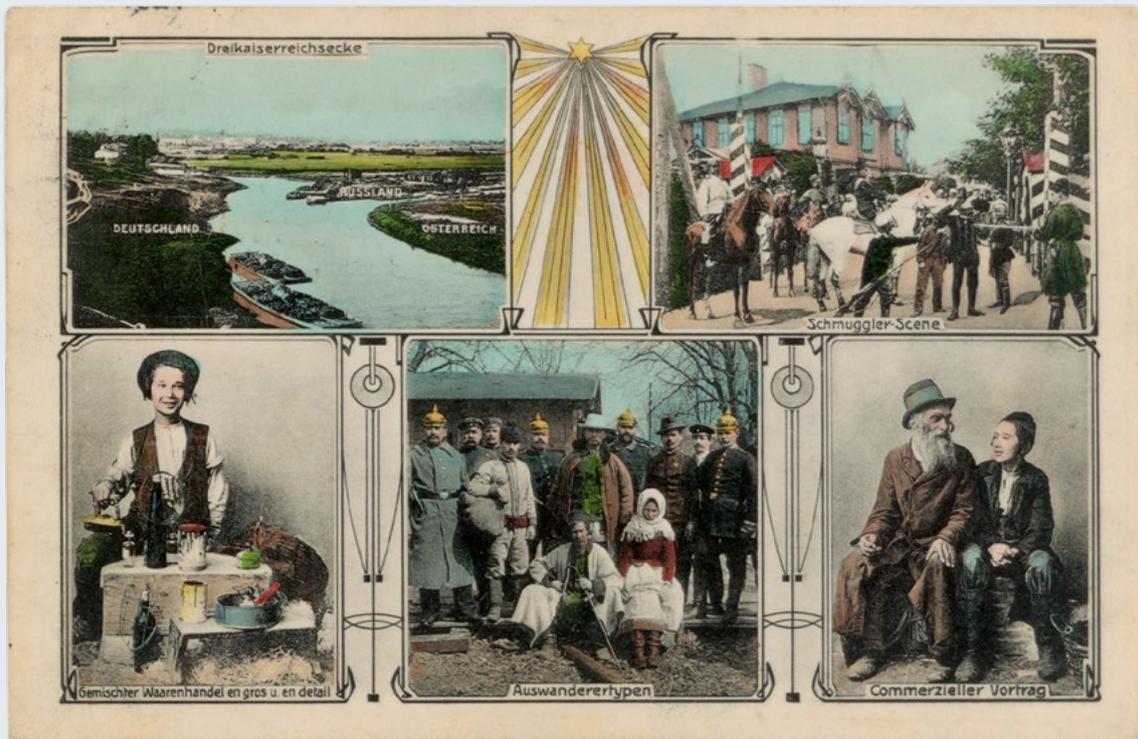


Abb. 19 und 20 Darstellung von Jüdinnen:Juden als Fremde – Dreikaiserreichsecke. Schuggler-Scene. Gemischter Waarenhandel en gros u. en detail. Auswanderertypen. Commerzieller Vortrag. Myslowitz: Max Rölle, 1909; Volkstypen an der Dreikaiserreichsecke bei Myslowitz. Myslowitz: Max Rölle, o.J. [vermutlich 1909].

und Russlands eingezeichnet sind, während auf der anderen Seite eine Fotografie mit einer Szene einer Verhaftung direkt am Grenzübergang zu sehen ist. Verbunden sind die beiden Szenen durch einen mittig gesetzten Stern, dessen gelbe Strahlen sie schmücken.

Die Zusammensetzung dieser Elemente ist nicht zufällig: Einerseits sehen wir galizische Auswandernde, die von preußischen Soldaten bewacht werden, andererseits einen Schmuggler, der von russländischen Zollbeamten abgefangen wird. Diese Semantik ist leicht lesbar und legt nahe, dass die Anwesenheit von Zugereisten an der Grenze mit einem Bedürfnis nach Kontrolle und mit Misstrauen verbunden ist. Die Protagonist:innen der einzelnen Darstellungen mit ethnischen Typen sind jedoch Jüdinnen:Juden, zudem auch noch galizische, »Ostjuden«. Ähnlich verhält es sich auf einer anderen Postkarte des Verlags von Max Rölle (Abb. 20): Vor der Kulisse eines Zuges nach Hamburg werden galizische Bäuerinnen:Bauern von vier Bildern – zwei auf jeder Seite – flankiert, die Juden in traditioneller Kleidung zeigen – junge und alte, ausschließlich Männer.

Obwohl Jüdinnen:Juden in Oberschlesien einen bedeutenden Teil der Bevölkerung ausmachten – allein in Mysłowitz machten sie 1900 fast 15 Prozent der Bevölkerung aus –,⁴⁷ haben die auf den Postkarten abgebildeten Vertreter:innen dieser Minderheit optisch, sprachlich und kulturell wenig mit den oberschlesischen Jüdinnen:Juden gemein. Sie werden eindeutig als Fremde identifiziert – fremd sowohl für die jüdischen als auch für die nichtjüdischen Einwohner:innen von Mysłowitz. Ihre »Un-Einheimlichkeit« hat im Fall dieser Postkarten eine doppelte Dimension – nicht nur, dass sie galizische/bukowinische Jüdinnen:Juden in Kleidung zeigen, die in der Gegend selten getragen wurde, und die ikonografische Vorlage selbst, d. h. die im Atelier aufgenommenen Fotografien, sind nicht das Werk eines lokalen Fotografen, sondern des äußerst populären Postkartenverlags Schiller in Czernowitz.

Mit der Adaption der in Czernowitz entstandenen Bilder von galizischen Jüdinnen:Juden wollte der Mysłowitzer Verlag nicht nur den ethnischen Typus des galizischen Juden zeigen, sondern gleichzeitig das vom galizischen Verlag reproduzierte antisemitische Stereotyp des jüdischen Händlers übernehmen. Oder wie Maren Röger schreibt: Ein zentrales Thema der Karten aus dem Hause Schiller berührte die vermeintlichen Rollen der Judenheiten in Handel und Gewerbe und damit einen gesamt europäischen antijüdischen/antisemitischen

Topos. Mehrere Karten stellten Juden als Pseudo-Händler dar, die aus schlechten Produkten Geld machen wollten. Manchmal blieb der Spott bei Schiller etwas milder, wie bei einem Foto eines jüdischen Jungen, der überwiegend alte Eisenwaren, teils Schrott vor sich liegen hatte, was mit »Vermischter Warenhandel« untertitelt ist.⁴⁸

Die Postkarten aus dem Verlag Schiller eigneten sich hervorragend, um im Zusammenhang mit dem Handel und Schmuggel an der Grenze von Mysłowitz weiterverwendet zu werden – auf der oben beschriebenen Postkarte (Abb. 19) ist derselbe von Röger erwähnte jüdische Händlerjunge zu sehen. Offenbar wanderte mit den Reisenden aus Galizien auch ihr Bild, das zu einem universellen mit Juden-Stereotypen unterlegten Identifikationsmerkmal wurde. Gleichzeitig handelt es sich im Vergleich zum visuellen Diskurs in anderen Ländern um eine relativ milde Form der Stereotypisierung von Juden, wie Grzegorz Krzywiec in Bezug auf galizische satirische Zeichnungen schreibt: Die Bilder und Darstellungen von Juden [...] waren also – im Gegensatz zur raubtierhaften Wiener Satirepresse jener Zeit – näher am konservativ-patriarchalischen Bild der »alten Juden« als am modernen, demagogischen und aggressiven Antisemitismus.⁴⁹

Fragmentarisch liegt eine weitere interessante Gruppe von Postkarten vor, die ebenfalls mit antisemitischen Anklängen das Thema der lokalen jüdischen Bevölkerung aufgreift.⁵⁰ Obwohl die häufigsten Postkartenmotive aus dem Dreikaisereck reproduzierte Czernowitzer Fotografien waren, wurden auch die lokalen Judenheiten, die in die bürgerliche Kultur von Mysłowitz integriert waren, zum Gegenstand antisemitischer Bilder. Eine Postkarte erinnert an die Ästhetik englischer satirischer Zeichnungen,⁵¹ die als handkolorierte Aquarell-drucke angefertigt wurden, und zeigt das geschäftige Treiben auf einem städtischen Händlermarkt, auf dem gerade ein Verkauf stattfindet: Man sieht Stände, an denen Töpfe und andere Produkte verkauft werden, eine handelnde Bäuerin, einen Schuhverkäufer und einen Kutscher, der ein Pferd antreibt. Der Blick des Betrachtenden ist jedoch vor allem auf die Familie im Vordergrund gerichtet: eine Frau, ein Mann und ein Junge. Ihre Konturen ragen aus dem Chaos des Jahrmarkts heraus: Der bärtige Mann ist mit einem hohen schwarzen Zylinder und einem schwarzen Mantel bekleidet, in der rechten Hand hält er eine Zigarre, in der linken ein Schild mit der Aufschrift: »Levi Cohn Mysłowitz«. Neben ihm geht eine beliebte Frau mit hervorstehenden Lippen und

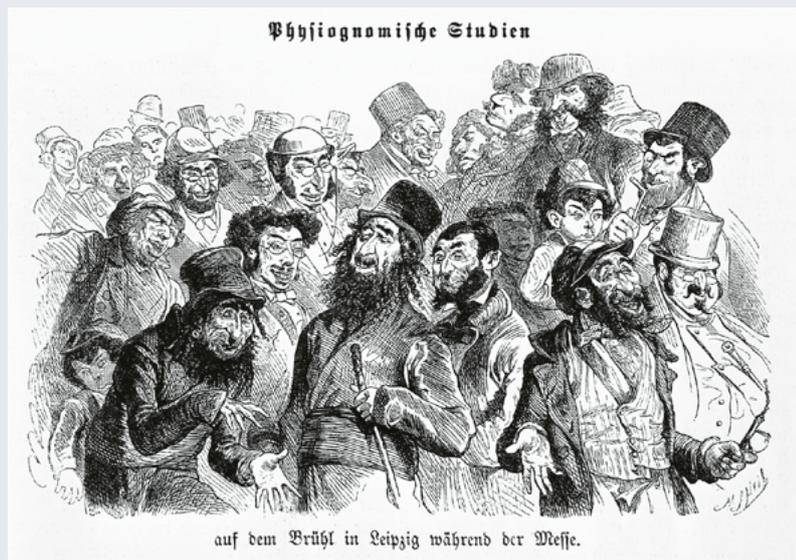


Abb. 21 und 22 Antisemitische Schablonen – Szkiecy z życia warszawskiego. Układ i rysunek Kostrzewskiego [Skizzen aus dem Warschauer Leben. Layout und Zeichnung von Franciszek Kostrzewski]. In: Tygodnik Ilustrowany [Illustrierte Wochenzeitung], Warszawa 1867, 15/404, S. 296; Physiognomische Studien auf dem Brühl in Leipzig während der Messe. In: Fliegende Blätter, München 1868, 48/1182, S. 76.

Nase, die einen Kostümhut und ein Kleid anhat und Pakete trägt. Ihr Sohn hat – seiner Mutter ähnlich – übertriebene Gesichtszüge, außerdem sind seine fleischigen Lippen mit roter Farbe akzentuiert, er trägt eine rote Schiebermütze auf dem Kopf und eine Briefftasche unter dem Arm.

Die Postkarte verbindet das im deutschen Diskurs des visuellen Antisemitismus beliebte Bild des akkulturierten Juden, der trotz seines Besitzstandes und seiner Assimilationsversuche die den Jüdinnen:Juden seit dem Mittelalter zugeschriebenen Eigenschaften wie Raffgier und Ausbeutungswillen nicht abgelegt habe, mit dem Stereotyp des jüdischen Hausierers und Trödlers aus Osteuropa – des »Ostjuden«. Für die Postkartenproduzenten repräsentierten also sowohl die Jüdinnen:Juden aus Galizien, die mit dem Zug durch Myslowitz fuhren, als auch diejenigen, die am Grenzübergang am Fluss Przemsza illegalen Handel betrieben, sowie die einheimischen Jüdinnen:Juden, welche die wohlhabende bürgerliche Schicht bildeten – obwohl sie sich optisch unterschieden – dieselben sogenannten »jüdischen Eigenschaften«. Darin spiegelte sich die immer stärkere Abwertung einer einzigen antisemitischen Gruppenkategorie durch die Bevölkerung wider – ob ein galizischer Jude, ein Litauer, ein jüdischer Unternehmer aus Oberschlesien oder ein Rechtsanwalt war dabei egal, sie alle wurden zu einer einzigen, verachtenswerten Gruppe. In einem zunehmend nationalistisch radikalisierten Europa, zudem am Schnittpunkt der drei Kaiserreiche, nahm dieser verbale Diskurs eine sichtbare Form an.

Antisemitische Schablonen an der Przemsza

Die jüdische Figur auf der oben beschriebenen Postkarte hat ihren Ursprung in den antisemitischen satirischen Illustrationen des 19. Jahrhunderts. Die Illustrationen »Skizzen aus Warschau« von M. K. Ryt, die 1867 im *Tygodnik Ilustrowany* [Illustrierte Wochenzeitung] veröffentlicht wurden, bildeten sogenannte »Typen von der Warschauer Straße« ab – darunter auch Juden, die mit Lumpen handelten, die sogenannten *Pachciarze* [Pächter] (Abb. 21). Sie zeichneten sich durch ihren Khalat, ihre Kopfbedeckung und ihren Kinnbart aus. Gleichzeitig propagierten deutsche Zeitschriften den Typus des »Wucherjuden« (Abb. 22), d. h. des jüdischen Wucherers,



Abb. 23–25 Visuelle Entstellung und Denunziation – Der Hausierer. Plauen i. V.: A. Baasch, o. J.; Grenzverkehr an der Dreikaiserreichsecke. Beuthen: Hermann Lukowski, o. J.; Grenzverkehr an der Dreikaiserreichsecke bei Myslowitz. Breslau: Hermann Lukowski, o. J. Gelaufen 28. 9. 1915.



der sich im visuellen antisemitischen Diskurs festsetzte: Er verkörpert das Negativbild eines Händlers, eines reichen Pfandleihers, der durch seine Kleidung und Physiognomie leicht erkennbar war und zudem stark gestikulierte.

Wie bereits erwähnt, entwickelten die Postkartenproduzenten aus dem Dreikaisereck keine eigene Ikonografie der Jüdinnen:Juden aus der Region Mysłowitz. Sie stützten sich auf Bilder, die auf Postkarten und Presseabbildungen galizischer und deutscher Publikationen zirkulierten. Eine spezifische Ikonosphäre entstand nur in Kombination mit einheimischen Motiven und Elementen der übergeordneten Erzählung, wie den Bildern der drei Kaiser, dem Blick auf den Fluss Przemska oder in Gegenüberstellung mit lokalen Figuren. In der visuellen Erzählung der Postkarten aus dem Grenzgebiet sind die Jüdinnen:Juden nicht nur ein fremdes, sondern – durch Zitate aus anderen ikonografischen Quellen – auch ein künstliches Element. Viel stärker als andere Zugereiste heben sie sich von der Umgebung der Przemska ab – sowohl von der Landschaft als auch von den Einheimischen, sogar von den lokalen Schmugglern. Als ikonografische Zitate, die aus anderen Quellen übernommen wurden, wirken sie wie Marionetten, die in diese Landschaft geklebt wurden. Im Vergleich zu den farbigen Bildern der galizischen Bäuerinnen: Bauern in Volkstracht sind sie durch ihre karikierte Form noch deutlicher sichtbar.

Inmitten der Jüdinnen:Juden, die auf den Postkarten am Przemska-Ufer in Mysłowitz abgebildet sind, kann man Vertreter der sogenannten jüdischen Berufsgruppen, d. h. jene, die mit dem Handel verbunden waren, ausmachen: Schnorrer, Viehhändler,⁵² Trödler, Hausierer (Abb. 24).⁵³ Sie ähneln Marionetten in einem satirischen Theaterstück – ihre Physiognomien sind übertrieben dargestellt und die verwendeten Figuren, einschließlich der Bildunterschriften, sind direkt von populären Postkarten übernommen, die um 1900 u. a. vom Verlag U. Baasch aus Plauen im Vogtland herausgegeben wurden (Abb. 23).

In der gleichen Serie wie die oben beschriebenen Juden ist auf Abb. 25 auch ein Mann mit einem großen Sack auf dem Rücken abgebildet, der mit »Grenzschmuggler« untertitelt ist. Seine Figur ist jedoch von normaler Statur, und es gibt keine Merkmale, die ihn hinsichtlich seiner ethnischen Zugehörigkeit unterscheiden. Alle diese Figuren stehen auf der deutschen

Seite des Flusses Przemska unter der Aufsicht eines preußischen Gendarmen. Im Hintergrund sind ebenfalls der russländische und der österreichische Teil zu sehen, jeweils mit einem russländischen Grenzsoldaten (einem Kosaken) bzw. einem österreichischen Gendarmen. Die Verfremdung und Überzeichnung der jüdischen Figuren vor der Landschaft des Dreikaiserecks ist umso ausgeprägter, da sie unnatürlich groß dargestellt sind, sowohl im Verhältnis zu den anderen auf der Postkarte abgebildeten Personen als auch im Verhältnis zur Natur. Dies ist sicherlich kein technischer oder kompositorischer Fehler – diese Störung der Perspektive und der Proportionen soll das Anderssein und die Entfremdung der jüdischen Händler auf eine drastische, buchstäbliche Weise betonen.

Anders als bei den Emigrant:innen oder Schmuggler:innen bestand der Mechanismus zur Konstruktion eines visuellen Diskurses in Bezug auf die Jüdinnen:Juden in der Entstellung und Stigmatisierung, die durch die Bildunterschriften zusätzlich unterstrichen wurde. Jene auf diesen besonderen Postkarten aus dem Verlag Baasch sichtbaren Figuren verweisen auf die bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts beliebten jüdischen Typenschilder, die beispielsweise von Laden- oder Hotelbesitzern verwendet wurden, die jüdische Kundschaft abschrecken wollten, indem sie ihre Räumlichkeiten als »judenfrei« kennzeichneten. Oder wie Isabel Enzenbach dazu schreibt: »Their denunciatory character lies in the similarities between all those depicted, as a means of shaping the notion of a ›Jewish body‹. The artist's track was to emphasise the physiognomy of the extremities as well as to depict distorted posture and gestures.«⁵⁴

Von allen Akteur:innen, die auf den Postkarten des Dreikaiserecks zu sehen sind, werden die Jüdinnen:Juden am häufigsten nach ihrer ethnischen Zugehörigkeit unterschieden und als Manifestationen eines »Fremdkörpers« in der Region verwendet. Die Herausgeber der Mysłowitzer Postkarten versuchten, auf die »eigenen Bürger« und auf Außenstehende hinzuweisen. Die eigenen waren dabei – die örtliche, deutsche Bevölkerung, wie z. B. die elegante Gesellschaft, die auf der Mysłowitzer Promenade flaniert, oder Beamte, die an der Grenze für Recht und Ordnung sorgen. Sie sind visuell ethnisch neutral. Ihnen stehen ethnisch unterscheidbare Neuankömmlinge gegenüber: Saisonarbeiter:innen und Jüdinnen:Juden. In Ermangelung ikonografischer Vorbilder für Jüdinnen:Juden in der Region orientierten

sich die lokalen Produzenten an den von den galizischen Postkartenherstellern entwickelten Motiven und reproduzierten, vervielfältigten und verbreiteten antisemitischen Bildern in einer Entfernung von mehreren hundert Kilometern von ihrem Herkunftsort. Obwohl Oberschlesien eine große jüdische Bevölkerung hatte, befriedigten die »Ostjuden«-Motive aus Osteuropa das Bedürfnis nach Exotik. In diesem Fall sorgten die Sensationen der Mobilität nicht nur für Begegnungen mit anderen Kulturen und Nationen, sondern nährte auch antisemitische Stereotypen.

Übersetzt aus dem Polnischen von Anne Mühlich.

Anmerkungen

- 1 Zur Geschichte des Dreikaiserecks siehe auch: STUDENCKI/WĘCŁ, Trójkąt Trzech Cesarzy; SULIK, Alfred: Historia Mysłowic [Die Geschichte von Mysłowitz]. Tom I. Do 1922 roku. Mysłowice 2017; SULIK, Alfred: Historia Mysłowic. Tom II, 1922–1945. Miasto w Polsce odrodzonej 1922–1939 i Trzeciej Rzeszy niemieckiej 1939–1945. Mysłowice 2017; KUBOWICZ, Wojciech/ROTKEGEL, Luiza: Zmierzch Kąta Trzech Cesarzy [Der Niedergang des Dreikaiserecks]. Mysłowice 2014.
- 2 Siehe zur Erklärung der weiteren Verwendung der deutschen Ortsbezeichnung in diesem Artikel Einleitung, Anm. 15, S. 12.
- 3 Siehe Grenzregime am Dreikaiserreichseck. Galizische Auswanderung in die Amerikas, 1870–1914. Hg. v. Elisabeth JANIK-FREIS u. a. Wien 2017; Siehe auch WITECKA, Helena: Moje miasto Mysłowice [Meine Stadt Mysłowitz]. Mysłowice 2008, S. 34–35.
- 4 Sosnowiec. Pogranicze 3 królestw: Rosja, Prusy, Austria [Sosnowiec. Grenzgebiet von 3 Königreichen. Russland, Preußen, Österreich]. O. O.: o. Verl., etwa 1905. In: Biblioteka Narodowa w Warszawie (BNW), DŻS XII 8b/p.15/38. Online verfügbar bei POLONA, Link: <https://polona.pl/item/sosnowiec-pogranicze-3-królestw-rossya-prusy-austria,NzEYnJxOTk/o/#info:metadata> (zuletzt geprüft 7. 5. 2024).
- 5 Na granicy, Trzech Ces. Król. Państw.: Szczakowa, most graniczny na Przemyszu. Granica. Mysłowice. Kantor wymiany pieniędzy Władysława Hertza, Granica 1903–1905 [An der Grenze, Dreier Kaiserl. Königl. Staaten: Szczakowa, Grenzbrücke an der Przemsa. Grenze. Mysłowitz. Wechselstube Władysław Hertz, Grenze 1903–1905]. O. O.: o. Verl., 1903–1905. In: Biblioteka Narodowa w Warszawie, DŻS XII 8b/p.16/15. Online verfügbar bei POLONA, Link: <https://polona.pl/item-view/7c4eaocd-2db5-495c-8509-ofe9abf41dee?page=0> (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).
- 6 Vgl. JAWORSKI, Rudolf: Deutsche und tschechische Ansichten. Kollektive Identifikationsangebote auf Bildpostkarten in der späten Habsburgermonarchie. Innsbruck 2006.
- 7 Zwischen 1897 und 1905 erschienen regelmäßig Karten mit seiner Signatur. Er veröffentlichte insgesamt etwa ein Dutzend Lithografien.
- 8 Vgl. SULIK, Historia Mysłowic, S. 131.
- 9 Insgesamt wurden 240 Türme gebaut, 167 davon waren Teil der sogenannten »Feuerkette«. Vgl. LÜPKE, Marc von: Personenkult im 20. Jahrhundert. Der Turmbau zu Bismarck. In: Der Spiegel. 22. 12. 2014, Link: www.spiegel.de/geschichte/bismarck-tuerme-personenkult-um-reichsgruender-a-1006644.html (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).
- 10 Siehe SULIK, Historia Mysłowic, S. 145–147; STUDENCKI/WĘCŁ, Trójkąt Trzech Cesarzy, S. 17.
- 11 Vgl. KUBOWICZ/ROTKEGEL, Zmierzch Kąta, S. 7.
- 12 Mysłowitz erhielt bereits am 30. März 1857 eine preußische Stadtverordnung (auf der Grundlage der Gesetze von 1808, 1831, 1853) mit Wirkung vom 1. Januar 1858, jedoch mit eingeschränkten Befugnissen für den Stadtrat. Eine vollständige Stadtverordnung wurde am 22. April 1861 erlassen und trat am 1. Januar 1862 in Kraft. Siehe SULIK, Historia Mysłowic, S. 92.
- 13 Notizen auf den Postkarten zeigen, dass die Besucher:innen des Dreikaiserecks aus Berlin, Frankreich und sogar aus der Schweiz kamen. Seit der Eröffnung des Bismarckturms spazierten täglich rund 8 000 Menschen über die Promenade. Siehe WITECKA, Moje miasto, S. 40–41.
- 14 Zum Beispiel: Postkarte des Dreikaiserdreiecks. Vorderseite: aufgeteilt in 4 Ansichten. Dargestellt sind die Herrscher der Teilungsstaaten in ovalen Feldern, die historische Stätte des Dreikaiserecks (Vogelperspektive), das Weingut von Michael Bester und die deutsch-österreichische Grenzbrücke über den Fluss Przemsa. Rückseite: Briefwechsel in deutscher Sprache (nur Adresse). O. D., vor 1914. Pałac Schoena. Muzeum w Sosnowcu, Sammlung Stefan Ślęzak, MS/H/2616 a,b.
- 15 Siehe SULIK, Historia Mysłowic, S. 189–192.
- 16 HOYER/RÖGER, Völker verkaufen, S. 11–12.
- 17 PAUL, Gerhard: Das visuelle Zeitalter. Punkt und Pixel. Göttingen 2016, S. 735–736.
- 18 KEGEL, Hugo u. a.: Von der Drei-Kaiserreich-Ecke. Geschichtlich-kulturelle Episoden. Kattowitz u. a. 1910, S. 12–13.
- 19 Trójkąt Trzech Cesarzy [Dreikaiserreichsecke]. Breslau: H. Lukowski, etwa 1910. In: STUDENCKI/WĘCŁ, Trójkąt Trzech Cesarzy, S. 64.
- 20 Trójkąt Trzech Cesarzy [Dreikaiserreichsecke]. Breslau: B. Scholz, o. J. (im Umlauf 26. 5. 1913). In: STUDENCKI/WĘCŁ, Trójkąt Trzech Cesarzy, S. 85.
- 21 Vgl. RÖGER, Maren: Karten in die Moderne. Eine visuelle Geschichte des multiethnischen Grenzlandes Bukowina 1895–1918, Dresden 2023, S. 58–61. Die Autorin bezieht sich hier auf TROPPEL, Eva: Anschlüsse. Fotografierte Bahnhöfe auf Postkarten. In: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie 34/132 (2014), S. 37–44.
- 22 Das Dorf Modrzejów befand sich an der Grenze zwischen Russland und Preußen und wurde später Teil der Gemeinde Niwka. Heute sind beide Dörfer Teil von Sosnowiec.
- 23 Außerdem ist der Turm der Herz-Jesu-Kirche zu sehen, dann folgt der Umriss des damaligen Kaiser-Wilhelm-Platzes, auf dem sich die Synagoge befand, gefolgt von den Schulgebäuden, dem städtischen Gaswerk, der deutlich sichtbaren Fassade des Rathauses und der evangelischen Kirche, hinter der das Postgebäude und der Bahnhof zu finden waren, die auf der Postkarte nicht zu sehen sind.
- 24 URBAŃSKI, Krzysztof: Powstanie, rozwój i zagłada gminy żydowskiej w Modrzejowie [Gründung, Entwicklung und Auslöschung der jüdischen Gemeinde in Modrzejów]. Kielce 1998, S. 15.
- 25 Zu dem von Max Weinreich geführten florierenden Speditionsunternehmen siehe SULIK, Historia Mysłowic, S. 152–153 und 321; DERS.: Mysłowice centralnym ośrodkiem międzynarodowego handlu dziewczętami w latach 1894–1914, cz. IV [Mysłowitz als Zentrum für den internationalen Mädchenhandel von 1894 bis 1914, Teil 4]. In: Gazeta Mysłowicka (Internetausgabe) Nr. 22/2013, S. 14. Wahrscheinlich wurde Max Weinreich von Samuel Lubelski unterstützt. Siehe PETRUCELLI, David: The Samuel Lubelski White Slavery Trial of 1914: Human Trafficking, Migration, and National Difference at the Polish-German Border. Vortrag gehalten bei The Diplomatic Academy of Vienna, 16. 11. 2016.
- 26 KEGEL, Von der Drei-Kaiserreich-Ecke, S. 13.
- 27 Ebd.

28 Granica [im Original mit kyrillischen Buchstaben]. Granica. Kantor wymiany pieniędzy Władysława Hertza w Granicy, stacja Kol. War. Wied. Kościół w Granicy. Most graniczny na Przemszy. [Grenze. Wechselstube von Władysław Hertz an der Grenze, Bahnhofstation Warschau–Wien, Kirche an der Grenze, Grenzbrücke über den Fluss Przemsza.] O. O.: o. Verl., o. J. Gelaufen 12. 8. 1906. In: BNW, DZS XII 8b/p.5/53. Online verfügbar bei POLONA, Link: <https://polona.pl/item-view/c5f67449-7697-444d-bd71-d3f30751e973?page=0> (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).

29 Im Jahr 1847 wurde in Szczakowa ein Bahnhof der Eisenbahnstrecke Krakau–Oberschlesien gebaut. Heute ist Szczakowa ein Stadtteil von Jaworzno.

30 Granica: kantor wymiany pieniędzy Władysława Hertza w Granicy, stacja Kol. War.-Wied., kościół w Granicy, most graniczny na Przemszy. [Grenze: Wechselstube von Władysław Hertz an der Grenze, Bahnhofstation Warschau–Wien, Kirche an der Grenze, Grenzbrücke über den Fluss Przemsza.] O. O.: o. Verl., o. J. In: BNW, DZS XII 8b/p.5/53. Online verfügbar bei POLONA, Link: <https://polona.pl/item-view/2ad8637c-8789-4b66-854d-09e093ae8d5e?page=0> (zuletzt geprüft am 7. 3. 2024).

31 Martin Pollack schrieb: »In den achtziger Jahren des neunzehnten Jahrhunderts sagte man in Galizien gern »verfallen wie in Brody«, wenn man ausdrücken wollte, daß[ss] man von einem ungünstigen Geschick an einen düsteren und traurigen Ort verschlagen worden war, von dem es kein Entrinnen gab; man war der Öde der morastigen Ebene anheimgefallen. Eine andere Etymologie dieser Redewendung bezieht sich auf die wirtschaftliche Situation in der Grenzstadt, in der es, besonders nach dem Niedergang des Transithandels, von Schmugglern wimmelte. Nicht immer gelang es, unbemerkt die Grenze zu überschreiten, wer sich von den »Finanzern« oder Grenzgendarmen erwischen ließ, dessen Schmuggelgut, meist Tabak, war verfallen. *Verfallen wie in Brody* [Kursivierung im Original].« Siehe POLLACK, Martin: Galizien. Eine Reise durch die verschwundene Welt Ostgaliziens und der Bukowina. Frankfurt am Main 2001, S. 208–209.

32 Brody. Granica rosyjska. – Russische Grenze. Brody: Feliks West, o. J. [nach 1906] In: BNW, Pocz.5981. Online verfügbar bei POLONA, Link: <https://polona.pl/item-view/63912e8c-4b2f-4811-830e-4f703c29a38e?page=0> (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).

33 Sie wurde mit der damals beliebten ethnografischen Fotografie in Verbindung gebracht. Eine besonders große Anzahl dieser Postkarten wurde in der Bukowina hergestellt. Vgl. HOYER/RÖGER: Völker verkaufen, S. 10–13.

34 Vgl. WITECKA, *Moje miasto*, S. 35–36; SULIK, *Historia Myśłowic*, S. 149–157; STUDENCKI/WĘCEŁ, *Trójkąt Trzech Cesarzy*, S. 35–41.

35 Vgl. KEGEL, *Von der Drei-Kaiserreich-Ecke*; Abb. ohne Nummerierung, zwischen den Seiten 16 und 17.

36 Vgl. SULIK, *Historia Myśłowic*, S. 154–155.

37 STUDENCKI/WĘCEŁ, *Trójkąt Trzech Cesarzy*, S. 84.

38 Siehe RÖGER, *Karten in die Moderne*, S. 136, Abb. 42 und 43.

39 Zatrzymanie przemytnika na Trójkącie Trzech Cesarzy [Festnahme eines Schmugglers im Dreikaisereck]. Myślowitz: Verlag Max Rölle, o. J. Gelaufen 23. 2. 1906. In: Pałac Schoena. Muzeum w Sosnowcu. Abgebildet in STUDENCKI/WĘCEŁ, *Trójkąt Trzech Cesarzy*, S. 43.

40 KEGEL, *Von der Drei-Kaiserreich-Ecke*, S. 119.

41 Ebd., S. 177.

42 Ebd., S. 16.

43 Interessanterweise fehlen auf den Postkarten auch die in der Literatur erwähnten Frauen, von denen viele am Schmuggel beteiligt waren. Siehe ebd., S. 119.

44 KEGEL, *Von der Drei-Kaiserreich-Ecke*, S. 120.

45 RÖGER, *Karten in die Moderne*, S. 131–150.

46 Bezeichnung für Jüdinnen:Juden aus Mittel- und Osteuropa (vor allem aus Polen und dem Russländischen Reich), erstmals 1903 meist im Zusammenhang mit ihrem negativen Stereotyp verwendet. Später, im Zuge

einer Welle von Sentiment gegenüber der verschwindenden Kultur des Shtetls sowie der zionistischen Ideologie, wurde der Begriff auch in einem positiven oder neutralen Kontext verwendet.

47 Diese Zahl sinkt nach 1900. Siehe SULIK, *Historia Myśłowic*, S. 189. Über Juden in Myślowitz siehe ebd., S. 135, 226; STUDENCKI/WĘCEŁ, *Trójkąt Trzech Cesarzy*, S. 9; WITECKA, *Moje miasto*, S. 35.

48 RÖGER, *Karten in die Moderne*, S. 139.

49 KRZYWIEC, Grzegorz: Antysemitische Karykaturen od poł. XIX wieku do I wojny światowej [Antisemitische Karikaturen von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg]. In: »Obcy i niemili«. Antysemitische rysunki z prasy polskiej [»Fremde und Unfreundliche«. Antisemitische Karikaturen in der polnischen Presse]. Hg. v. Marta BUDKOWSKA. Warszawa 2013, S. 15.

50 Leider erteilte mir der Eigentümer der Sammlung, Dariusz Falecki, keine Erlaubnis, seine Sammlung zu sichten. Die Informationen über die Sammlung wurden aus diesem Artikel entnommen: FALECKI, Dariusz: Poczłtówka żydowska z Myśłowic i nie tylko. In: CTMyślowice.pl, 17. 4. 2022. Link: <https://ctmyslowice.pl/artukul/poczłtówka-żydowska/1298719> (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).

51 So zum Beispiel der Londoner Karikaturist Thomas Rowlandson (frühes 19. Jahrhundert), der eine Serie von »Miseries of London« schuf, in der er humorvolle Straßenszenen des damaligen Londons darstellte. Das beschriebene Bild findet sich auf der lokalen Nachrichtenseite CTMyślowice.pl, 17. 4. 2022. Poczłtówka żydowska z Myśłowic i nie tylko, Link: <https://ctmyslowice.pl/artukul/poczłtówka-żydowska-1298719> (zuletzt geprüft am 7. 5. 2024).

52 Illegaler Fleischschmuggel war eine der häufigsten Praktiken an der deutsch-russländischen Grenze.

53 Isabel Enzenbach weist darauf hin, dass bei dieser Art von Bildern die sprachliche Ebene eine wichtige Rolle spielte. Die Bildunterschriften sollten die Juden kategorisieren und sie zu antisemitischen Typen machen, mit einer charakteristischen Physiognomie: einer hervorstehenden Nase und in schlapperiger Kleidung. Vgl. ENZENBACH, Isabel: Jewish Bodies in Postcards and Street Art. Changes in Anti-Jewish Visual Polemics. In: *The medieval Roots of Antisemitism. Continuities and Discontinuities from the Middle Ages to the Present Day*. Hg. v. Jonathan ADAMS und Cordelia HESS. New York/London 2018, S. 208.

54 Vgl. ENZENBACH, *Jewish Bodies in Postcards*, S. 207–208.

Von Lemberg über Myslowitz nach Wien

(Über-)Regionale Inszenierung
der Judenheiten

MAREN RÖGER

Führte uns das vorangegangene Kapitel in den Grenzraum zwischen den drei Kaiserreichen, wo über die kleinen Karten Geschichten der Selbst- und Fremdwahrnehmung erzählt wurden, setzen wir unseren Streifzug nun in Galizien fort. Herausgeschält aus einem früheren Kernland der polnisch-litauischen Adelsrepublik, entwickelte sich das Habsburger Kronland Galizien-Lodomere seit Ende des 19. Jahrhunderts zum »polnischen Piemont«.¹ Dort konnte sich die polnische Nationalbewegung nach der Gewährung der Autonomie erfolgreich etablieren. Identitätsformation fand, so John-Paul Himka prominent, in einem polnisch-ukrainisch-jüdischen Dreieck statt, denn auch die ukrainische Nationalbewegung sah in Galizien ihr Piemont.² Bei den lokalen Judenheiten, insgesamt zwölf Prozent der Gesamtbevölkerung im Jahr 1890,³ ließen sich Phänomene der Akkulturation vor allem an den polnischsprachigen Eliten,⁴ aber auch der Versuch, eigene Nationskonzepte vorzulegen (Diasporanationalismus, Jiddischismus, Zionismus), sowie alternative Gemeinschaftskonzeptionen (Sozialismus) zu entwickeln, beobachten.⁵ Der Glaube an die Habsburger Idee war in Galizien, ebenso wie im benachbarten Kronland Bukowina, unter den Judenheiten weit verbreitet, da die Hoffnung auf Gleichstellung an das Herrscherhaus geknüpft war.⁶ Unter vielen bürgerlichen Jüdinnen:Juden der Habsburger Monarchie herrschte eine Dreifachidentität: »im religiös-ethnischen Sinne jüdisch, im kulturellen Sinne polnisch, tschechisch, deutsch, ungarisch oder kroatisch, während ihre politische Loyalität dem übernationalen Vielvölkerstaat galt«.⁷

Über all diese politischen Ideen, ihre Vorkämpfer:innen und ihre Verbreitung (und deren Grenzen) und auch die Auseinandersetzung zwischen den sich formierenden Gruppen der Ukrainer:innen, Pol:innen und Jüdinnen:Juden sind zahlreiche Bücher erschienen, die nicht nur Regale, sondern Bibliotheken füllen.⁸ Unser Blick richtet sich nun auf die visuellen Erzählungen der Judenheiten auf Bildpostkarten: Auf Selbsterzählungen durch Verleger:innen, von deren jüdischem Hintergrund und/oder Positionierung wir wissen, und auf Fremdbildern durch nicht-jüdische editorische Institutionen aus der Region selbst, aber auch den überregionalen Zentren der Druckindustrie wie Wien, Berlin und Leipzig. In einem ersten Schritt fächern wir das Spektrum der Produktion auf und gehen auf die Vielfalt der Darstellung von Judenheiten ein, indem insbesondere die zeitgenössischen Darstellungen jüdischer Kultur benannt werden. In einem zweiten und dritten Teilkapitel fokussieren wir Antisemitika, zuerst diejenigen, die als spezifische Narrative Galiziens gedeutet werden müssen, dann diejenigen, die überregionale, oft gesamt europäische Topoi der Ablehnung von Judenheiten bildeten.

Schließlich zeigen wir an ausgewählten Beispielen, wie in Galizien entworfene Bilder von Judenheiten in Oberschlesien – die Region, in die uns der Streifzug im ersten Kapitel führte und wohin wir im dritten zurückkehren werden – aufgegriffen und angeeignet wurden.

Jüdische Kultur im kleinen Bild: Grußkarten, Gemälde und das Geschäft⁹

Galizien etablierte sich, gemeinsam mit der benachbarten Bukowina, als eine Region, in der zahlreiche Bildpostkarten produziert wurden, die die Judenheiten zum Thema hatten. Dies waren *erstens* Grußkarten zu jüdischen Festen, die ein einträgliches Geschäft wurden. »*Git Jontef*« (dt. Frohes Fest) oder »*Git Schabes*« (dt. Frohen Schabbat) wünschten jene Karten,¹⁰ zudem sind hebräisch und jiddisch beschriftete Karten der galizischen Verleger:innen mit Neujahrgrüßen oder Wünschen zum Laubhüttenfest überliefert.¹¹ Als Zielgruppe dieser Karten ist in erster Linie die jüdische Bevölkerung anzunehmen, die Grüße verschickte, denn im Zuge des Postkartenfiebers veränderten sich die Bräuche der Bevölkerung.¹²

In *zweiter Linie* richteten sie sich auch an die sich auf Reisen befindende nicht-jüdische Bevölkerung, die jüdische Kultur per Postkarte an Familienmitglieder und Freund:innen kommunizieren wollte.¹³ Denn Verleger:innen aus Galizien publizierten Judaika, die meines Erachtens als Erklärungen jüdischen Lebens verstanden werden müssen. Zahlreiche Karten mit Fotografien zeigen traditionell gekleidete Jüdinnen:Juden, wobei einige in vollem religiösen Ornat sind, sprich Tallit und Tefillin tragen. Weiter fällt auf, dass viele Bildunterschriften den Ansichtskartenkäufer:innen die Personen in Verbindung mit religiösen Praktiken erläutern: »Betender Jude/Mo-dlacy się żyd«¹⁴ oder »Morgengebet«¹⁵ lesen wir, auf anderen Karten werden die abgebildeten Personen über ihr religiöses Studium des Talmuds oder an der Jeschiwa eingeführt. Wieder andere, oftmals gezeichnete, simple Karten erläutern Praktiken am Vorabend des Schabbats (Abb. 1 und 2) oder Neujahrswünsche der Kinder (Abb. 3).

Andere editorische Institutionen, etwa der Verlag N.E.St., dessen Abkürzung durch die Recherchen leider nicht aufzulösen war, publizierte Reproduktionen naiv wirkender Zeichnungen, die freundliche Sittenbilder jüdischen Lebens darstellten. So etwa die 1902 urheberrechtlich geschützte Karte, die eine Begrüßungsszene abbildet (Abb. 4). Eine mehrköpfige, adrett gekleidete, jüdische Familie empfängt in den freundlich



69666 S. M. P. Kraków, Dąbrowski 1902.



Abb. 1–3 Erklärbilder der Tradition – Lichtzünden, Freitag Abends. Tarnów: Wydawnictwo Pocztówki, 1902; Licht zünden. Kraków: Salon Malarzy Polskich [im Folgenden SMP], 1902; Neujahrswunsch der Kinder. Tarnów: Wydawnictwo Pocztówki, o.J.

wirkenden Räumlichkeiten einen älteren Mann, vermutlich den Großvater der Kinder, die auf ihn zugelaufen kommen.

Die Verleger:innen zeigten auf den Karten die Rituale des Schabbats, die Ankunft des Rabbiners im Dorf, das Osterfest sowie wichtige Übergangsriten. Vom *Salon Malarzy Polskich* (dt.: Salon der polnischen Maler, im Folgenden SMP), einer der wichtigsten Verlage für Judaika und Antisemitika, existiert eine ganze Serie, die die Schritte von der Verlobung bis zu einzelnen Abläufen einer traditionellen jüdischen Hochzeit einzeln auf Bildpostkarten vorstellte (Verlobung, Bedecken der Braut, Besingen der Braut usw.) über das Wochenbett, die Beschneidung bis zur Ehescheidung vor dem Rabbiner. SMP verlegte dies als urheberrechtlich geschützte Serie. Andere Verlage wie der Postkartenverlag von A. Stolarski, wie anzunehmen ist *Wydawnictwo kart pocztówek A. Stolarskiego Kraków* (im Folgenden W.k.p.A.S.), und die editorische Institution N.E.St. hatten ähnliche Motive im Angebot, doch offenbar von anderen Zeichnern (Abb. 5 und 6).

Religiöse und kulturelle Praktiken waren zudem Inhalte von auf Postkarten reproduzierten Gemälden. Ethnische Gruppen waren seit dem Ende des 19. Jahrhunderts in der polnischen Malerei ein eigenständiges Thema. Inszenierungen der sogenannten Volkstypen, darunter vor allem Bewohner:innen von Dörfern in der Nähe von Krakau/Kraków, Huzul:innen sowie Goral:innen aus der Tatra, sind ein häufiges Motiv in der Kunst junger polnischer Künstler, die vor allem aus der Akademie der bildenden Künste in Krakau stammen, darunter Teodor Axentowicz, Stanisław Wyspiański und Kazimierz Sichulski.¹⁶ Auch Künstler – Frauen waren kaum darunter, da ihre Ausbildung nicht vorgesehen war – anderer polnischer Universitäten stellten gerne polnische Dörfer, Volksbräuche und religiöse Riten dar.¹⁷ Das Interesse an ethnischen Typen wird einerseits als modernistischer Rückzug aus der bürgerlichen Kultur gesehen und gleichzeitig als Wunsch, die Authentizität und Beständigkeit der polnischen Tradition angesichts der Realität der Teilungen hervorzuheben und zu betonen. Gleichzeitig erscheinen mit dem Auftreten von Künstlern jüdischer Herkunft immer häufiger Vertreter:innen der jüdischen Minderheit auf den Gemälden. Ihre Präsenz in der polnischen Malerei der Jahrhundert-



Abb. 4 Naive Bilder jüdischen Lebens: Ein Teil des galizischen Postkartenschaffens – Jak się masz! – Servus! – Schulem alaichem! [Wie geht es dir! – Servus! – Friede sei mit Euch!] O. O.: N.E.St., 1902.

wende lässt sich einerseits auf die Suche nach Identität und den Wunsch einiger jüdischer Künstler, die eigene Perspektive zu zeigen, zurückzuführen, andererseits auf eine Leidenschaft für Volkstypen, ähnlich dem oben genannten, bei dem Darstellungen von Jüdinnen:Juden den Bedarf an vermeintlich exotischen Themen befriedigten. So werden jüdische Figuren, wie etwa die berühmte »Jüdin mit Orangen« (1880–1881) von Aleksander Gierymski, zum Gegenstand von Gemälden nicht-jüdischer Maler.

Insbesondere der *SMP* tat sich hervor. Darunter waren Reproduktionen von Gemälden des polnisch-jüdischen Künstlers Artur Markowicz, der sich in seinem Schaffen auf die Judenheiten in den Kleinstädten der polnischsprachigen Territorien konzentrierte.¹⁸ Ihren Weg in die Blavatnik Archives fanden fünf Motive einer wahrscheinlich zusammenhängenden Serie, die religiöse Praktiken und Austausch darstellten (Abb. 7).

Das Verlagshaus von Henryk Frist verlegte die Weiteren Reproduktionen der Gemälde von Maurycy Gottlieb. Der 1856 im ostgalizischen Drohobycz (heute ukr. Drohobycz) geborene Maler begeisterte sich seit seiner Studienzeit für den polnischen Historienmaler Jan Ma-

tejko. Er sah das polnische und das jüdische Volk durch ihre Leidensgeschichten vereint und verfolgte die Idee einer polnisch-jüdischen Versöhnung durch Malerei.¹⁹ Seine Gemälde reproduzierte auch der Verlag *Wydawnictwo Pocztowniki*.

Die Reproduktionen der Gemälde waren stets in Farbe, in der Regel hochwertig und meist polnisch beschriftet. Die Bildunterschriften der simpleren, gezeichneten Karten sind auf Polnisch, Hebräisch, Jiddisch, aber überwiegend auf Deutsch. Dies kann in zweierlei Hinsicht gelesen werden: Shalom Sabars, der – insgesamt mit grobem Pinselstrich – die Postkartenproduktion im Deutschen Kaiserreich und den polnischsprachigen Gebieten, vor allem Kongresspolen, mit jüdisch-religiösen Themen verglich, formulierte die These, dass die Postkartenproduzent:innen im östlichen Europa Karten mit jüdisch-religiösen Motiven nur für die jüdische Gemeinschaft produziert hätten. Sie seien an die modernisierten Stadtjüdinnen:juden gerichtet gewesen, die mit religiösen Traditionen mitunter nicht mehr vertraut waren, und hätten nostalgische Qualitäten gehabt.²⁰ Jedoch, so mein Gegenargument, deutet die An-eignung der Karten durch die Postkartenschreibenden



Abb. 5 und 6 Wiedererkennungseffekte – דיא חופה (jiddisch = Di Chupe – Hochzeitsbaldachin); לשנה טובה תכתבו (hebräisch = [Ich wünsche], dass du [in Gottes Buch] ein gutes Jahr lang geschrieben wirst.) O. O.: o. Verl., o. J.; חתן כלה מול טוב (hebräisch = Er heiratete die Braut, herzlichen Glückwunsch) לשנה טובה תכתבו (hebräisch = [Ich wünsche], dass du [in Gottes Buch] ein gutes Jahr lang geschrieben wirst) O. O.: o. Verl., o. J.



Abb. 7 Stilisiertes jüdisches Leben von Artur Markowicz – *Dysputa talmudyczna* [Der Talmud Disput]. Kraków: SMP, o.J. [vermutlich 1909–1916].

darauf hin, dass sie gerade von der nicht-jüdischen Bevölkerung erstanden wurden. Sie fungierten als Erklärkarten einer der Mehrheit unvertrauten Kultur.²¹

In den bislang gezeigten Karten – sowohl den reproduzierten Gemälden als auch den Zeichnungen – begegneten uns neutrale, erklärende Beschriftungen, und wenig auffällige Zeichnungen. Jedoch scheinen manche Verleger den eher neutralen, zeigenden Bildern andere Bilder zur Seite gestellt zu haben, welche antisemitische Körpercodes enthielten. Ein Motiv, das im Abstand von zwei Jahren in veränderter Form neu aufgelegt wurde, gibt zu denken. 1904 verlegt *SMP* eine Zeichnung eines Hochzeitstanzes (Abb. 8). Im Hintergrund sind Musiker sowie ein paar weitere Hochzeitsgäste zu sehen, im Vordergrund tanzen Braut und Bräutigam, durch ein Tuch verbunden. Er trägt traditionelles Gewand, einen Stremel und einen Bart. Eine Karte, die eine spezifisch jüdische Hochzeitssitte vor Augen führt. Zwei Jahre zuvor erschien eine ganz ähnliche Karte (Abb. 9): Im Vordergrund ein tanzendes Brautpaar, ein Tuch in den Händen, im Hintergrund Musiker. Doch der Mann auf der früher erschienenen Karte hatte die Züge einer antisemitischen Karikatur. Richteten sich die Karten an unter-

schiedliche Publika: eine Karte an ein jüdisches beziehungsweise an jüdischen Themen neutral interessiertes und eine Karte an ein Publikum, das sich Judenheiten nur in antisemitischen Codes vorstellen konnte? Wie groß das Geschäft mit den Antisemitika war, an dem sich auch Verleger:innen mit jüdischem Hintergrund wie Henryk Frist beteiligten, werde ich im Folgenden ausführen.

Judenheiten als Fremdkörper in der polnischen Nation

Antisemitische Spottpostkarten entwickelten sich um 1900 europaweit zum Geschäft.²² Das Kronland Galizien, in dem zahlreiche Judenheiten wohnten, wurde zu einem der Produktionsorte, oft in Verbund mit einem Verlag in der benachbarten Bukowina, der in dessen Hauptstadt Czernowitz ansässig war. Von Krakau, Lemberg und Czernowitz belieferten die Produzent:innen den Absatzmarkt der beiden Kronländer mit ihren Reisenden und einheimischen Käufer:innen und Sammler:innen, aber auch den weiteren deutschsprachigen



Abb. 8 und 9 Als Erklär- und als Zerrbild: Variationen des galizischen Postkartenschaffens um 1900 – Hochzeits-Mützwe-taenzel. Kraków: SMP, 1904; Zaszczytny taniec weselny [Ehrenhafter Hochzeitstanz] – Mützwe Hochzeits-Tänzchen. Kraków: SMP, 1902.



Abb. 10 Wer gehört zur polnischen Nation? – Wzory etnograficznych figurotypów ludowych w Galicyi [Muster der ethnografischen Volkstypen in Galizien]. O. O.: o. Verl., 1907.

Teil Zisleithaniens sowie den Markt Transleithaniens. So waren Karten der einschlägigen Produzent:innen meist auf Deutsch und/oder Polnisch beschriftet, aber auch auf Ungarisch, wie ich später weiter ausführen werde.

Die Themenvielfalt der Antisemitika, die sich im 19. Jahrhundert entwickelte, ist groß. Manche Topoi der in Galizien produzierten antijüdischen Postkarten, auf die ich im Folgekapitel eingehen werde, schreiben sich ein in einen übergeordneten europäischen Diskurs, haben mitunter aber eine spezifisch galizische Ausprägung. Beginnen möchte ich mit jenen Bildmedien, die die Judenheiten – so meine These – ganz explizit als Fremdkörper in der polnischen Nation konstituieren. Sie stellen den größten Kontrast zu den soeben gezeigten, überwiegend neutralen Erklärbildern dar.

Seit dem Mittelalter lebten Judenheiten zahlreich auf polnischem Territorium. In den Bildmedienerzählungen um 1900 gehören sie aber selten zur visualisierten polnischen Nation. Im konsultierten Material werden Judenheiten – damals eine der größten Gruppen in Galizien – nur selten unter der Gruppe der Pol:innen/polnischen Typen subsumiert. Mit der Verbreitung der Fotografie kam es zu einer besonderen Hinwendung zu ethnischen Gruppen als attraktivem Bildmotiv. Wie Magdalena Sztandara betont, führte sie im 19. und frühen 20. Jahrhundert zur Standardisierung, Ideologisierung und Konsolidierung bestimmter gesellschaftlicher Vorstellungen.²³ Damals wurden sogenannte »anthropologische Typen« geschaffen, es entstand quasi ein Katalog von Typen, der die fotografierten Personen zu

anonymen, nicht individualisierten Objekten machte.²⁴ Damit entzog sich die Fotografie schnell ihrer ursprünglichen Dokumentationsfunktion als Realitätserfassendes Medium. Im Gegenteil, das Medium der Fotografie wurde zu einer kunstnahen Form, da es denselben Mechanismus des Verarbeitens und Komponierens nutzte. Daher wurde es sowohl in Anthropologiebüchern als auch in Presseillustrationen verwendet. Ebenso beliebt waren die Übersichtstafeln, die die Muster ethnischer Typen in einer bestimmten Region zeigten (Abb. 10).

Judenheiten hingegen fanden sich häufig auf Spottpostkarten aus Galizien, die den Versuch der Assimilation ironisch kommentierten – und damit nicht nur die Ablehnung von Vorstellungen der Integration formulierten, sondern mehr noch: die Judenheiten aus der polnischen Nation ausschlossen. Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert schien sich den Zeitgenoss:innen in den einzelnen Teilungsgebieten die »jüdische Frage« dringlicher zu stellen: Wie solle sich die kulturell, religiös und sozial distinkte sowie relativ große Gruppe in eine noch zu formende polnische Nation einfügen? Die Ideen auf Seiten der nicht-jüdischen Pol:innen waren vielfältig, sie reichten vom Glauben an ein konstruktives Zusammenleben bis zur offenen Ablehnung jeder jüdischen Existenz auf dem als polnisch reklamierten Territorium.²⁵ Joanna Beata Michlic argumentierte, dass sich nach 1864, also nach der Niederschlagung des gegen die russländische Teilungsmacht gerichteten Januaraufstands und damit einer Enttäuschung der nationalromantischen Idee, das Bild der Jüdinnen:Juden als Feindbild herauskristallisierte.²⁶

Ebenso vielfältig war das Spektrum jüdischer Antworten auf Assimilationserwartung und -druck bei anhaltender Ausgrenzung und zunehmendem Antijudaismus/Antisemitismus²⁷ – die einen forderten die Aufklärung und Anpassung der eigenen Gruppe, die anderen hielten den Zionismus für die einzige Alternative. Falls der Weg der Assimilation beschritten wurde, führte er in Galizien im Großteil aller Fälle über die polnische Sprache und Kultur. Schließlich hatten die polnischsprachigen Eliten das Polnische als Amtssprache durchsetzen können.

Eine der Karten, die die Assimilationsbemühungen der Judenheiten verspottete, zeigt im Hintergrund Musiker, im Vordergrund in Krakauer Tracht tanzende Männer und Frauen, die mit den stereotypen Attributen jüdischer Physiognomie ausgestattet waren. In der rechten unteren Ecke war ein Text abgedruckt, in verbalhorntem Polnisch, wie es den Jiddischsprechenden

vorgeworfen wurde (Abb. 11).²⁸ Er lautete: »Hif! Hif! Hif! Po nasziemu / Niech podskokni ono jemu / Niech gryzoty dżabli wzieni / Wiwajt polskie bywateli« [dt. Hopp! Hopp! Hopp! Auf unsere Art / Lass ihm das Herz hüpfen / Jag den Kummer zum Teufel / Ein Hoch auf das polnische Volk].

Der gezeichnete Vorwurf lautete kulturelle Appropriation, also die Aneignung einer Kultur, die ursprünglich nicht die eigene sei. Jüdinnen:Juden, so auch die Aussage von ganz ähnlich gestalteten Postkarten, die in den ungarischen Sprachraum vertrieben wurden, stülpten sich regionale bzw. nationale Kostüme über, eigneten sich Gebräuche an, blieben aber doch immer zu erkennen – als die ewig Anderen.²⁹ Gezeichnet war die Karte ein weiteres Mal mit J. Krusewicz, ein offenbar einschlägig aktiver Illustrator, der zahlreiche antisemitische Bilder der Zeit prägte. Über seinen Hintergrund konnte ich bislang leider nichts herausfinden.

Ganz ähnlich ist die Aussage einer anderen Postkarte, die Personen ebenfalls in der Tracht der Krakawiter:innen zeigt (Abb. 12). Sie tanzen in einem festlich geschmückten Saal. Dekoration aus Pflanzen ziert die Wände, zudem sind zahlreiche Fähnchen in den polnischen Nationalfarben angebracht. Sogar die Schleifen an den Blumengirlanden sind in den polnischen Farben gehalten. Doch die Chiffren der Polonität werden durch Codes des Antisemitismus konterkariert. Die gezeichneten Personen verfügen über stereotype Physiognomien: Schon die Kleinsten haben eine Hakennase, O-Beine werden prominent in Szene gesetzt. »Eine jüdische Hochzeit in Krakau« zeige die Zeichnung, so die Bildunterschrift. Damit verweist die Karte in ihrer kombinierten Bild-Text-Aussage darauf, dass sich die Judenheiten der Region die polnischen Gebräuche aneigneten, aber dennoch keine Pol:innen würden. Denn selbst im polnisch(st)en Gewande bleiben sie als Jüdinnen:Juden sichtbar. Auf visueller Ebene finden sich hier klassische Strategien des *Othering*, wie sie im politischen Diskurs der Zeit zu finden waren.³⁰

Nutzten manche Karten den Krakauer Kontext, die Krakauer Tracht und den Krakauer Tanz, die beide zeitgenössisch als Inbegriff der polnischen Kultur galten,³¹ benutzten andere Zeichner den Kontext der Karpaten.³² Im Laufe des 19. Jahrhunderts suchte die ihres Territoriums beraubte polnische Oberschicht zunehmend den politischen Schulterchluss mit der bäuerlichen Bevölkerung, wobei ihre um die Jahrhundertwende aktuellste Entdeckung jene der Bergbäuerinnen:bauern der Karpaten war.



Abb. 11 und 12 Vergeblicher Tanz um die Nation – Z teki »Śmigusa« [Aus der Sammlung von *Śmigus*].
Lemberg: Zakład światłodruków Lwów, o.J.; Wesele żydowskie w Krakowie [Jüdische Hochzeit in Krakau].
Łódź: Nakład W. P. Poszepczyńskiego, o.J.

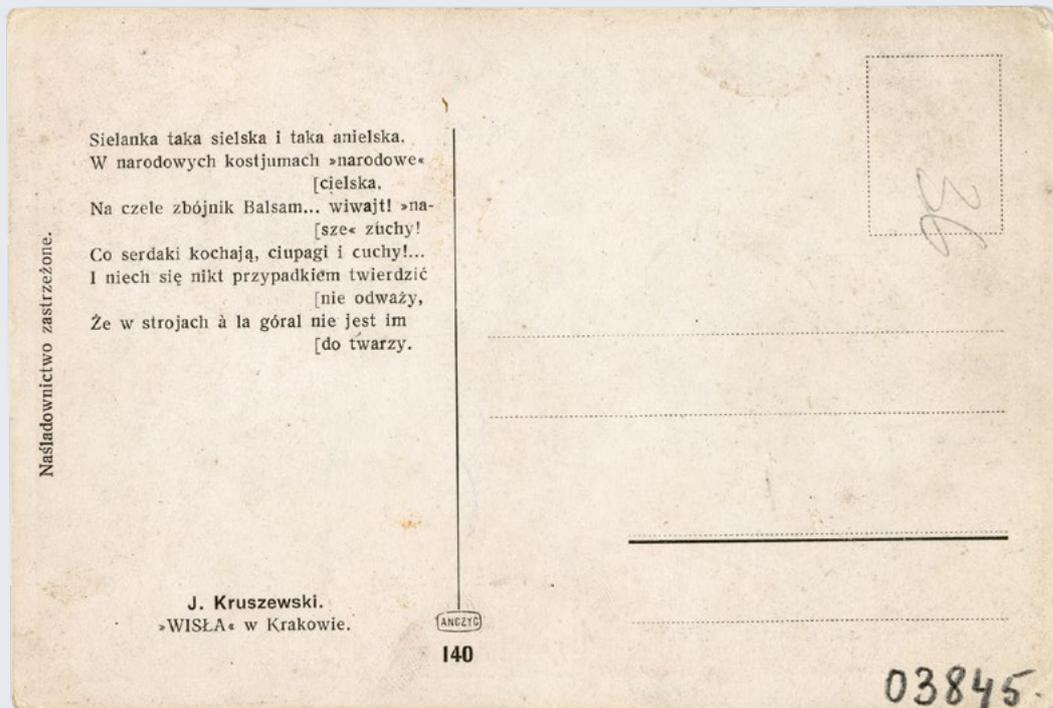


Abb. 13 und 14 Vergebliches Umziehen für die Nation – O.T.
 Kraków: Spółka Wydawnicza Wisła, o.J.

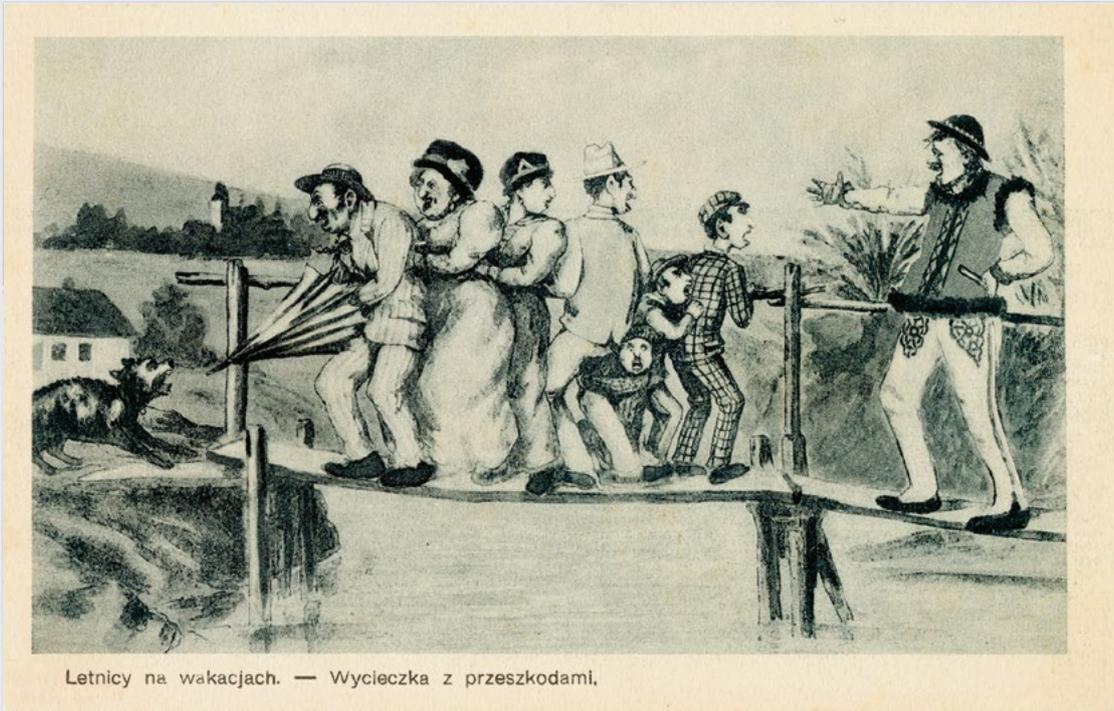


Abb. 15 und 16 Kein (Aus-)Weg für Judenheiten – Letnicy na wakacjach. – Wycieczka z przeszkodami [Urlauber in den Ferien. – Ausflug mit Hindernissen]. Kraków: SMP, o.J.; Nischt a hin nischt a her. Bez wyjścia! ... [Ohne Ausweg! ...] Kraków: k. p. A. S., 1907.

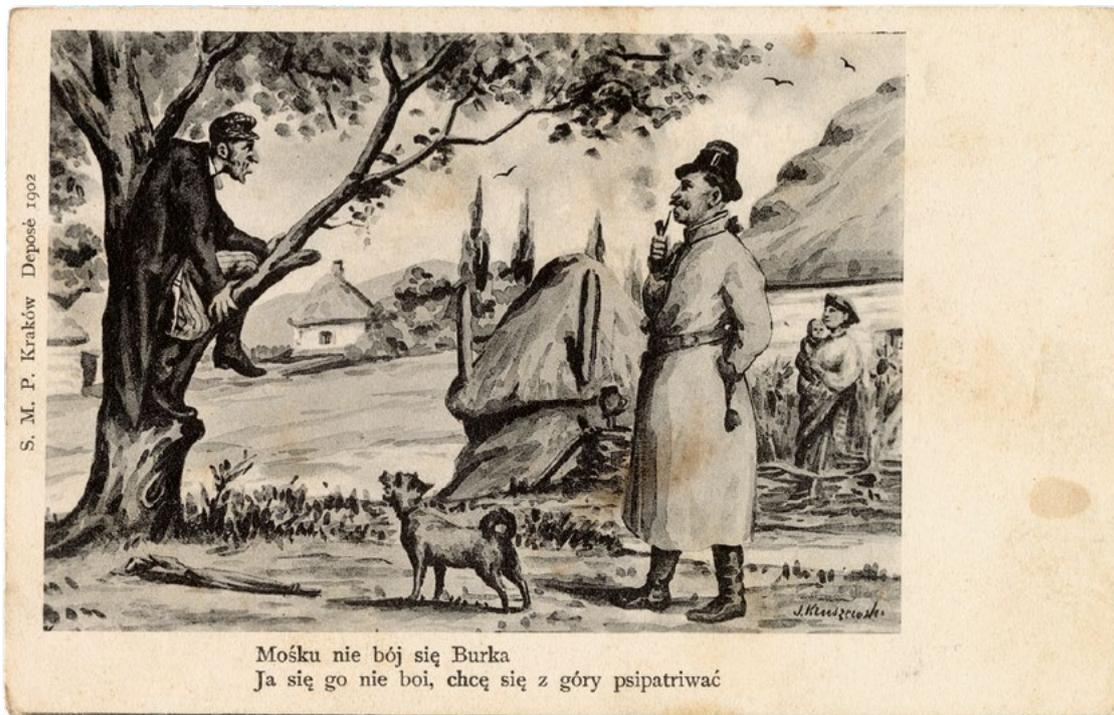


Abb. 17 Immer wieder Angst – Mośku nie bój się Burka / Ja się go nie boi, chcę się z góry psipatriwać
 [Mosiek, hab keine Angst vor Burek/ Ich habe keine Angst vor ihm, ich möchte ihn von oben anschauen].
 Kraków: SMP, 1902.

»In the process«, so Patrice M. Dabrowski, »the Górale became not only the most attractive, newest members of a modern Polish nation; they were seen as ur-Poles.«³³ Zahlreichen Bildpostkarten entstanden, die die Goral:innen stets romantisierend in Szene setzten, sei es auf reproduzierten Fotografien oder Gemälden.³⁴ Ihre distinkte Kleidung eignete sich besonders gut für die Vermarktung. Die Postkarten bildeten zusammen mit polnischsprachigen Romanen der Zeit dabei einen medialen Diskursraum.

Wiederum aus der Feder von Kruszewski stammt diese aufwendig kolorierte Zeichnung, die mit jüdischen Körperstereotypen versehene Personen in den leicht erkennbaren traditionellen Kleidern der Goral:innen abbildete (Abb. 13). Sogar die Werkzeuge des bäuerlichen Lebens im Gebirge hatten die Männer, Frauen und Kinder dabei. Fast alle trugen eine Axt. Die Bildpostkarte gab der Verlag *Wisła* heraus, der mit einem nationalen Programm angetreten war.

Die Bildaussage war für Zeitgenoss:innen leicht zu entschlüsseln. Ihr wurde zusätzlich auf der Vorderseite ein Gedicht beigegeben, das die Interpretation noch ein-

mal unterstrich. »Sielanka taka sielska i taka anielska, / W narodowych kostiumach »narodowe« / [cielska. / Na czele zbójnik Balsam ... wiwaj! »na- / [sze« zuchy! / Co serdaki kochają, ciupagi i cuchy! ... / I niech się nikt przypadkiem twierdzić / [nie odważy, / Że w strojach à la góral nie jest im / [do twarzy.« [Idylle so idyllisch und himmlisch, / In Nationalkostümen »nationale« / [Kälber. / Voran Räuber Balsam ... Willkommen! »un- / [sere« Freunde! / Die Trachtenwesten lieben, Bergstöcke und Jacken! ... / Und es soll niemand zu behaupten / [wagen, / Trachten à la Goral könnten sie nicht / [tragen.]³⁵

Auch andere Karten machen deutlich, dass es in der polnischen Nation keinen Platz für die Judenheiten gab. Eine weitere Karte stellt einen Goralen – gelesen und interpretiert als Ur-Pole – einer jüdischen Gruppe gegenüber (Abb. 15). Jene schick gekleideten Urlauber:innen sind gefangen zwischen einem sie bedrohenden Hund – ein weiteres Stereotyp – und einem sie zurückweisenden Bergbauern. Die als jüdisch markierten Menschen haben keinen Platz in den Karpaten und damit auch nicht in Polen. Der realhistorische Hintergrund war,

dass insbesondere die Bauernbewegung den Antisemitismus und damit die Exklusion der Judenheiten aus einer potenziellen polnischen Nation enorm vorantrieb, wie Tim Buchen zeigen konnte.³⁶

Während der Untertitel hier nur allgemein von »Hindernissen« sprach, suggerierte eine ganz ähnliche Bildpostkarte (Abb. 16) die »Ausweglosigkeit« – eine fast prophetische Zeile in Hinblick auf die weitere Entwicklung der polnisch-jüdischen Beziehungen im 20. Jahrhundert. Auch hier ist eine elegant gekleidete jüdische Urlauber:innengruppe auf einer Brücke gefangen. Auf der einen Seite bedroht sie ein Ziegenbock, auf der anderen ein einheimischer Mann, der zu schwanken scheint. Angesichts der Situation der Jüdinnen:Juden konnten die Betrachter:innen Schadenfreude empfinden und sich dabei über den offensichtlich betrunkenen Bauern erhaben fühlen.

Die vermeintliche Feigheit der jüdischen Bevölkerung war ein zentraler Topos des zeitgenössischen Judenhasses, wie ich an anderer Stelle für visuelle Darstellungen bereits zeigte.³⁷ Auch zahlreiche Karten aus Galizien zeigen Personengruppen, die verängstigt versuchen, Hunde oder Ziegenböcke abzuwehren oder vor ihnen direkt davonlaufen.³⁸ Auf einer anderen Variation des wichtigen Motivs flüchtet der stereotyp gezeichnete Jude – wieder mit Hakennase, auch mit Buckel – gar vor dem Hund des polnischen Gutsherren auf einen Baum (Abb 17).

Auf anderen Karten erschauern männliche Juden sogar vor Vogelscheuchen.³⁹ All diese Postkarten hinterfragen den Mut und die Männlichkeit der Juden. Dazu passen eine ganze Reihe Postkarten, die über Juden in der Armee des Habsburger Imperiums spotten. Insbesondere fokussieren sich die Karten auf den Landsturm, also das letzte Aufgebot an Männern, die zur Landesverteidigung herangezogen werden konnten. 1886 verabschiedete der österreichische Kaiser ein Gesetz, in dem die neuen Regeln festgelegt wurden.⁴⁰

In der ersten abgebildeten Bildpostkarte (Abb. 18) lassen es einige der Landsturm-Mitglieder an Haltung vermissen, sie gehen gebeugt oder haben einen ersichtlichen Bauch. Die Schläfenlocken weisen sie als Juden aus, manche haben zusätzlich gar langes Haar. Da sie zudem unterschiedliche Hosen zum Uniformoberrock tragen, wird der Eindruck der Uneinheitlichkeit verstärkt. Durch Kleidung und Haar scheint hier das Stereotyp des Parvenü, das im 19. Jahrhundert an die Seite

des Stereotyps des armen Juden trat, aufgerufen zu werden. Die elegant gekleideten Emporkömmlinge blieben in der Armee des Habsburgerreichs aber ebenso sichtbar wie die traditionell religiösen Juden, womit die Armee ihre Schlagkraft – so die Bildaussage mehrerer ähnlich gelagerter Postkarten – gefährdete.⁴¹ Die rekrutierten Juden erscheinen auf den Bildern als Ahnungslose, militärisch nicht wirklich Begabte, die sogar in die Kanone hineinschauen, um sich ihrer Funktionsweise zu vergewissern (Abb. 19). Derartige Spottpostkarten brachten mehrere galizische Verlage auf den Markt: Der SMP war hier prominent vertreten, der Verlag von A. Stolarski gehörte ebenfalls dazu.⁴²

Dass dieses Thema für die visuelle Bildkommunikation erwählt wurde, ist interessant, denn in der Habsburger Armee dienten Juden viel früher als im preußischen oder russländischen Heer.⁴³ Die Wehrpflicht galt als Schule des Imperiums bzw. der Nation und beförderte in den Vorstellungen vieler die Anpassung.⁴⁴ Nach der vollständigen Emanzipation konnten sie in den Rang von Offizieren und sogar Generälen aufsteigen, was sich im Ersten Weltkrieg dann in beträchtlichen Zahlen bei den Reserveoffizieren niederschlug.⁴⁵ Doch im Landsturm konnten alle mobilisiert werden, und entsprechend behaupteten die Bildpostkarten, dass mit den jüdischen Männern kein Staat zu machen, sicher kein Land zu verteidigen war.⁴⁶ In ganz Europa, so Christhardt Henschel, sei das Stereotyp »über die physische wie psychische Nichteignung der Juden zum bewaffneten Kampf« verbreitet gewesen.⁴⁷ An diesen Beispielen wird deutlich, was Klaus Holz »nationalen Antisemitismus« genannt hat.⁴⁸ Während im Zeitalter des aufkommenden Nationalismus andere sich national definierende Gruppen und bestehende Nationalstaaten zum Objekt der Feindschaft werden konnten, so war die Feindschaft doch von Respekt geprägt. Der eigene Staat, den sie verteidigten, wurde ihnen zugestanden. Bei den Judenheiten war dies anders.

Der visuelle Antisemitismus in der Postkartenproduktion hatte eine geschlechtlich codierte Komponente. Der jüdische Mann war kein richtiger Mann, nicht mutig und für das Militär nicht geeignet; die jüdische Frau war keine schöne Frau. Überdimensionierte Nasen sind ein wiederkehrendes Darstellungsmittel (vgl. Abb. 20), zudem werden die als jüdisch markierten Frauen oft mit großer Leibesfülle darge-



Abb. 18 und 19 Keine Landesverteidigung möglich: Die Armee als Thema von Antisemitika – Veszélyben a haza! Der moderne Landsturm. Üdvözlet Munkácsról! [Orig. auf Ungarisch: Das Vaterland ist in Gefahr! [...] Grüße aus Mukachevo!] Kraków: SMP, 1913; Pospolite ruszenie. Landsturm. Kraków: W. k. p. A. S., 1907.

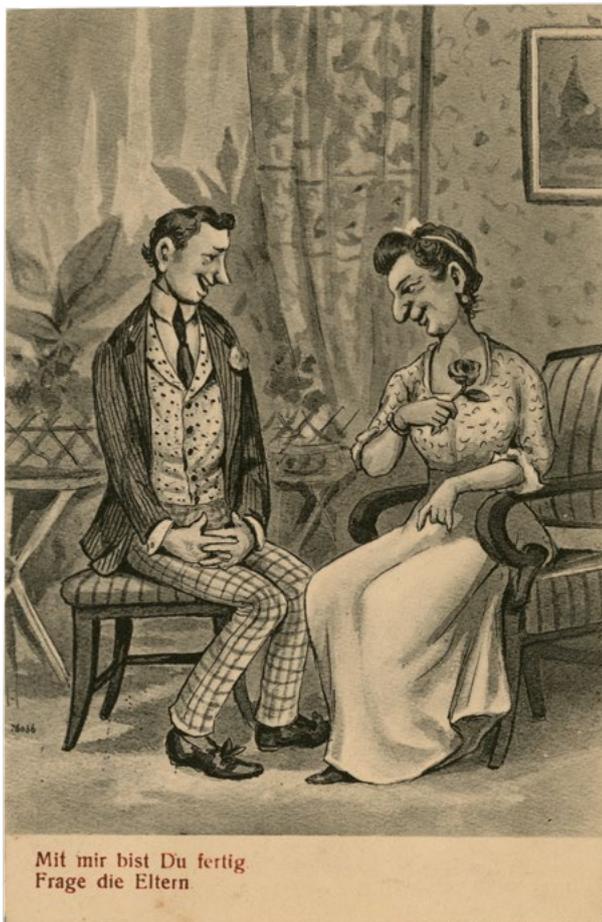


Abb. 20 Die anders fehlerhafte jüdische Frau – Mit mir bist du fertig / Frage die Eltern. Kraków: SMP, 1916.

stellt. Auf den antisemitischen Postkarten der europäischen Kurorte fällt dies besonders auf, aber auch die galizischen Antisemitika wählen diese Darstellungsform. Warum die Schreibenden solche Karten auswählten, bleibt oft unklar. Die Postkarte der Antragszene hatte Fritz, im Dienste des deutschen Heeres stehend, ausgewählt, um darauf seiner lieben Grete zu schreiben. Erinnernte ihn das Bild an die früheren Tage des Werbens um seine Ehefrau, und/oder teilte er den Antisemitismus? Sicher ist, dass die antisemitischen Codes viele Absender:innen nicht störten, vielmehr spricht gerade die Beiläufigkeit dafür, dass sie weithin akzeptiert wurden.

»Galizische Industrie«, auch in Myslowitz

Ein großes Thema des Spottes stellte die vermeintliche Rolle der Judenheiten in Handel und Gewerbe dar und adressierte damit einen gesamteuropäischen antijüdischen/antisemitischen Topos. In Galizien produzierte insbesondere *SMP* zusammen mit dem Czernowitzer Verlag Schiller eine ganze Reihe an Spottpostkarten zu diesem Thema. Diese Gemeinschaftsproduktionen habe ich an anderer Stelle ausführlich analysiert.⁴⁹ Wichtig ist an dieser Stelle zu betonen, dass bei der antisemitischen Bildproduktion Zeichnungen wie in den vorangegangenen Beispielen zum Einsatz kamen, aber auch Fotografien von Personen, die mit Zubehör im Fotostudio inszeniert wurden.⁵⁰ Es existierten Serien mit Schauspielern:innen des jüdischen Theaters, aber auch den anderen Personen wurde vermutlich dafür Geld bezahlt, dass sie mit den Utensilien und in verschiedenen Variationen für abwertende Karten posierten. Auch wenn von den einzelnen Unternehmen keine Geschäftsunterlagen überliefert sind, dürfen wir davon ausgehen, dass die Postkarten mit Fotografien in Czernowitz angefertigt wurden. Schließlich besaß Schiller ein Fotostudio und der *SMP* nach heutigem Wissensstand nicht.

Andererseits liegt es nahe, dass von den gezeichneten Serien einiges im Hause *SMP* produziert wurde, da insbesondere die Serien zu den *Judaika* eine ähnliche Gestaltungsart aufweisen. Eines der zentralen Motive war, Jüdinnen:Juden als Pseudo-Händler darzustellen, die aus schlechten Produkten Geld machen wollen. Da ist die Zeichnung zweier Juden, die auf der Straße zurückgelassenen Müll als »prima Waare« – inklusive Rechtschreibfehler im Deutschen – bezeichnen (Abb. 21),⁵¹ oder die Darstellung eines Hausiererpaars, die mit unterschiedlichen Bildunterschriften als tolle Kundschaft vorgestellt werden.⁵² Verballhorntes Jiddisch war typisch für diese Karten.

Jener Handel mit Gebrauchsgütern, der von den Zeichnern und Produzenten der Spottpostkarten den Judenheiten der Region zugeschrieben wurde, charakterisierte gar die Wirtschaft Galiziens. Damit griffen sie einen verbreiteten zeitgenössischen antisemitischen Topos auf, wie ihn etwa der *Związek Chłopski* (Bauernverband) um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert verbreitete, und multiplizierte ihn visuell.⁵³ In Abb. 22 ist wiederum eine Zeichnung von Kruszewski zu sehen, die eine Ver-



Abb. 21 und 22 Schlechte Ware, schlechte Sprache: Karikaturen des (jiddischsprachigen) Handels – Dass ist prima Waare [sic!]. Kraków: SMP, 1912; Przemysł Galicyjski. Galizische Industrie. O.O.: o. Verl., o.J.

kaufsszene in einem Dorf oder kleinen Stadt zeigt. Im Hintergrund sind gemauerte Gebäude zu sehen, eine Kirche, ein Haus, aber auch einfachere Holzhäuser und Bretterschuppen. Im Vordergrund sind vor allem männliche Personen zu sehen, traditionell gekleidete Juden, aber auch bürgerlich gekleidete Männer ohne stereotype Körperattribute des Jüdischen, also vermutlich Nicht-Juden. Zwischen den Beinen der Männer läuft gar ein Schwein, als Inbegriff von Schmutz. Gehandelt werden gebrauchte Kleidung und Schuhe. Dies, so der Bilduntertitel, sei die »Galizische Industrie«, also eine, die nichts produziere, sondern bereits Getragenes in verschmutzten Hinterhöfen weitergebe. Das hier gezeichnete Bild entsprach nicht ganz der Realität: Sicher ist richtig, dass Galizien wirtschaftlich insgesamt »keineswegs zu den aufsteigenden europäischen Peripherien im 19. Jahrhundert zu zählen ist«, jedoch entwickelten sich einzelne Wirtschaftssegmente deutlich.⁵⁴ Am sichtbarsten war sicherlich die Mineralölindustrie.⁵⁵ In den Postkarten wurde vielmehr das Stereotyp bedient, dass der galizische Handel von den Judenheiten dominiert sei, die wiederum – so das zweite Stereotyp – keinen ernstzunehmenden Handel betrieben.⁵⁶ An der Abbildung kann zudem gezeigt werden, wie das Postkartenmachen in der Zeit um die Jahrhundertwende funktionierte. Kruszewski lieferte die signierte Zeichnung, worum dann ein Rahmen gelegt wurde, in dem in Schönschrift der Untertitel aufgetragen wurde – in diesem Fall auf Deutsch und Polnisch. Durch die Überlieferungssituation ist nicht gesichert, welcher Verlag die Karte nach Fertigstellung produzierte, doch Kruszewski arbeitete bevorzugt mit *SMP* zusammen, aber auch mit dem Verlag *Wisła*.

Die ärmlichen Pseudohändler:innen waren ein Thema, ein anderes der Vorwurf des unlauteren Wirtschaftens – ebenfalls ein weit verbreiteter Topos.⁵⁷ Die »Krakauer Geldwechsler/*Wekslarze krakowscy*« hatten mit Krakau einen konkreten Ort, die Hauptstadt Galiziens, der sowohl auf der Text- als auch der Bildebene durch die Silhouette der Stadt festgehalten wird (Abb. 23). Zu sehen sind Juden im Kaftan mit den ebenfalls traditionellen Schläfenlocken der Orthodoxen sowie jüdisch markierte Personen in moderner Kleidung, in den kürzeren Überjacken des Bürgertums und mit kurzem Bart. Am Geldwechsel, das als unehrliches Wirtschaften galt, waren alle Jüdinnen:Juden in der Bildarstellung beteiligt: Parvenüs und Traditionelle, in moderner und traditioneller Kleidung, Männer wie

Frauen, womit die bekannte Aussage der Bildpublizistik noch verschärft wird. Sogar Frauen nahmen am ehrenrührigen Geldwechsel teil, entsprechend entstellt wurden ihre Gesichter gezeichnet. Ausgewählt hatte der Absender das Bild für einen kurzen Gruß von unterwegs: Auch hier wieder ein Beleg der Beiläufigkeit und Akzeptanz des Antisemitismus.⁵⁸

Frank Golczewski argumentierte, dass die wirtschaftlichen Aktivitäten der Judenheiten umso abwertender gesehen wurden, je mehr Konkurrenz sich zwischen nicht-jüdischem und jüdischem Handel entwickelte. Die Tätigkeit sei bei den Judenheiten verstärkt abgewertet worden, seit die Christen sich ebenfalls am Handel beteiligten.⁵⁹ Das Erstarken der Boykottbewegung 1912 belege dies.⁶⁰ So überzeugend die Argumentation ist, so zeigt sich doch mit Blick auf die Produktionsjahre der Bildpostkarten, dass das Bild des unlauteren Handels visuell deutlich früher verankert wurde. Die Bedeutung der Geldwirtschaft nahm nach der Bauernbefreiung zu und wurde vor allem von Judenheiten betrieben, die in Folge der größeren Nachfrage, nach der Bauernbefreiung, nun stärker aufs Land zogen. Tim Buchen resümierte: »Es entstand ein Antagonismus zwischen Land- und Geldwirtschaft, der sehr häufig als christlich-jüdischer Gegensatz vorgestellt wurde.«⁶¹ Die Bildpostkarten beförderten die Wahrnehmung, dass Geldwirtschaft unlauter sei und hauptsächlich von Jüdinnen:Juden betrieben würde, was eine Abwertung bedeutete.

Für die Geschäfte setzten sich, so die Bildaussage, Jüdinnen:Juden über Moral und Anstand hinweg. Sie wechselten Geld, sie betätigten sich als Pfänder, wie in der (ebenfalls noch nicht fertiggestellten) Postkarte des Verlags R. Werner, auf der Grundlage einer Illustration von M. Salba (Abb. 24). Die sogleich dreisprachig angefertigte Karte zielte auf den polnisch-, deutsch- und ungarischsprachigen Markt und griff das sozialhistorische Faktum auf, dass die Judenheiten des östlichen Europa sich aufgrund der Berufsrestriktionen übermäßig in diesem Bereich engagierten.⁶² Insbesondere auf dem Land fungierten Judenheiten als Geldeintreibende für den oftmals unerreichbaren Gutsherrn und waren den Bäuerinnen:Bauern lange in dieser Rolle bekannt.⁶³ An der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert mobilisierten Ideologen die regionalen Bäuerinnen:Bauern, indem die Jüdinnen:Juden zum ultimativen Feindbild aufgebaut wurden, die schließlich aus dem galizischen Dorf vertrieben werden sollten.⁶⁴



Abb. 25–27 Geschäftssinn bis zur Inhaftierung: Dominantes antisemitisches Klischee – Ojwaj a faul Geschäft. Kraków: SMP, 1912; A wojl Geschäft. Kraków: SMP, 1914; Za kratami. Gefängniss. Á. foygház [sic!] [Hinter Gittern. Gefängnis. Im Zuchthaus]. Kraków: R. Werner, o. J. [etwa 1900].

Was in Zeitungen und Zeitschriften, auf Versammlungen und in Predigten seinen Platz hatte, fand sich auch in den Bildwelten der Zeit. In das lichte, schön aussehende galizische Dorf, in die Welt der Frauen und Kinder, brachen in der Zeichnung (Abb. 24) die stereotyp dargestellten Juden ein und brachten diese in Aufruhr und Unordnung. Ohne sie wäre das Dorf ein Idyll, durch sie ein Ort des Kummers. Die als jüdisch markierten Personen waren teils dunkel und traditionell gekleidet, aber auf der Zeichnung anwesend war auch er, der vermeintlich am meisten profitierte: Ein elegant gekleideter Mann in gelbem Mantel mit Spazierstock im Hintergrund stellte den klassischen Parvenu dar.

Das Geschäft ginge den regionalen Judenheiten über alles, so die wiederkehrende visuelle Aussage. Dies machte die Jüdinnen:Juden hässlich, wie an den Deformationen der Gesichter geldwechselnder jüdischer Frauen gezeigt. Ein gutes Geschäft ließ die Fratze hervortreten, wie in jenem zusammengehörenden Postkartenpaar des SMP. Ein »faules Geschäft« führte zu einem bekümmerten Gesichtsausdruck des traditionell gekleideten Juden, ein »wohles Geschäft« hingegen zauberte ihm ein Lächeln aufs Gesicht, doch wirkte das Gesicht entstellt, unheimlich (Abb. 25 und 26).

Das Klischee des unlauteren Handels zuspitzend zeigen zahlreiche Postkarten die jüdischen Geschäftsmacher im Gefängnis. Der Czernowitzer Verlag Schiller hatte Spottpostkarten auf Lager, die den Gefängnisauenthalt der Geschäftsleute nahelegten, und auch der Krakauer Verlag Werner publizierte derartige Motive. Auch hier legt die Bildsprache nahe, dass alle Jüdinnen:Juden – egal, ob noch in traditionellem Gewand und Frisur oder bereits modern bürgerlich – kriminell waren und im Gefängnis einsitzen mussten (Abb. 27).⁶⁵ Wo der traditionelle Jude Schläfenlocken hat, hat der moderne gestutzte Koteletten, wo der eine Kaftan trägt, hat der andere ein Jackett, wo einer mager ist, hat der andere schon einen Wohlstandsbauch angesetzt. Doch bleiben beide, wenn man Kleidung und Körperfülle abzieht, gleich, was überzeichnete Hakennase und krumme Beine – und damit die klassischen physiognomischen Körperstereotype – zeigen. Damit findet eine Essentialisierung statt: Denn selbst in neuer Kleidung bleibe der Jude ein Jude. Im Handel, im Militär und in der polnischen Kultur – wie oben gezeigt wurde.⁶⁶ Diese Bildwelten, die Jüdinnen:Juden als ewig unlauter Handelnde essentialisierten, existierten in Galizien, aber auch – wie von Stolarska-Fronia gezeigt – in Mysłowitz. Beson-

ders interessant für unsere populärkulturelle »Reise« durch die Grenzgebiete des deutsch-polnisch-jüdischen Kontakts sind die Quellen der Darstellungen von Jüdinnen:Juden, auf die die Postkartenverleger am Dreikaisereck zurückgriffen. So verlegte etwa Max Rölle aus Mysłowitz einige Mehrmotivkarten, die den Grenzraum mit Inszenierungen von Judenheiten, v. a. in ihren Rollen als Verkäufer von Ramschwaren verband.

All diese Bilder stammten aus Czernowitz, vom Postkartenverleger Eduard von Schiller, der gemeinsam mit dem SMP in Galizien zahlreiche Antisemitika verlegte. Wie gezeigt, war der Handel einer der zentralen Erzählstränge.⁶⁷ Wie die Vervielfältigung jener Bilder stattfand – ob gegen Entgelt oder raubkopiert – bleibt ungewiss. Doch deutlich wird, dass Bilder von Judenheiten einer anderen Region genommen wurden, um diese Region zu beschreiben. Damit wurden die Judenheiten visuell weiter entfremdet. Denn in der Region selbst lebte eine eher wohlhabende jüdische Gemeinde, sowohl im deutschen Mysłowitz als auch im polnischen Modrzejów, die mit den verarmten Händlerfiguren wenig gemein hatte. Trotzdem griffen die Hersteller von Postkarten auf andere Muster zurück. Auf diese Weise erscheinen die Jüdinnen:Juden, die in der Ikonosphäre der Postkarten aus dem Dreikaisereck eine wichtige Rolle spielen, nie als natürlicher Bestandteil der Landschaft, sondern als ein künstliches Element davon.

»Directer Wagen Lemberg–Wien«: Migration von Menschen und Motiven

Ein Grund, weshalb die Judenheiten Galiziens besonders häufig zum Gegenstand der internationalen Postkartenkommunikation wurden, war ihre neue Sichtbarkeit durch zwei ganz unterschiedlich motivierte Mobilitätsmuster: Zum einen wurden orthodoxe Jüdinnen:Juden sichtbar im sich entwickelnden Tourismus. In Kurbädern und Sommerfrischen, zunehmend Reiseort nicht nur von Wohlhabenden, sondern auch von Kleinbürger:innen, trafen *Goim* auf Jüdinnen:Juden, vornehmlich orthodoxe. Insbesondere die editorischen Institutionen in den Kurorten selbst produzierten entsprechende Karten, zu denen die Reisenden gerne griffen.⁶⁸ Zum anderen wurden die orthodoxen Judenheiten Galiziens durch die Migration nach Westen sichtbarer.

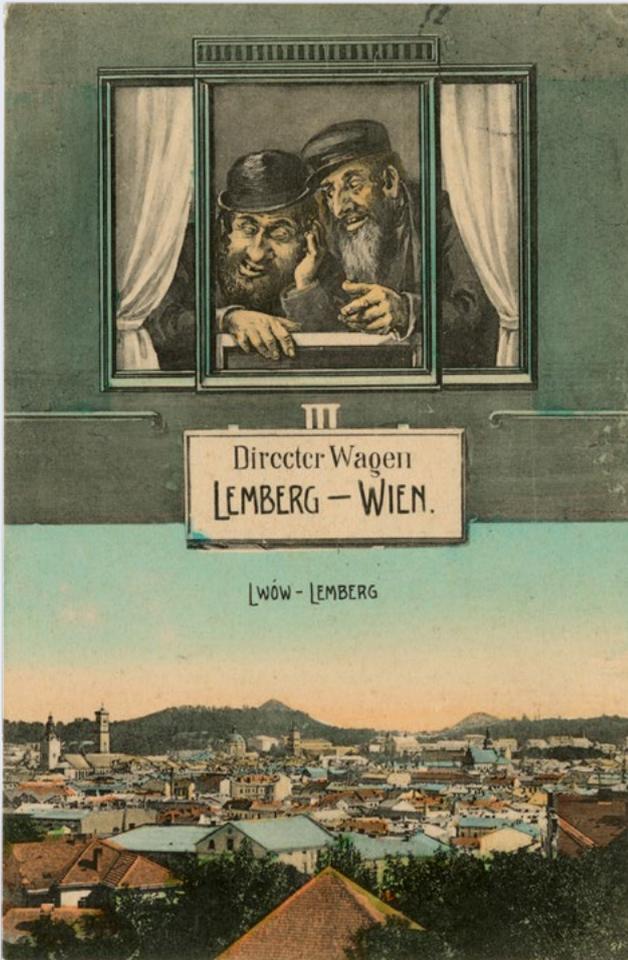


Abb. 28 und 29 Kommentare auf die Migration – mit antisemitischen Codes – Director Wagen. Lemberg–Wien. o. Verl., 1907; Z teki Śmigusa [Aus der Sammlung von Śmigus]. Myślenice: Alfred Söhnel, o.J.

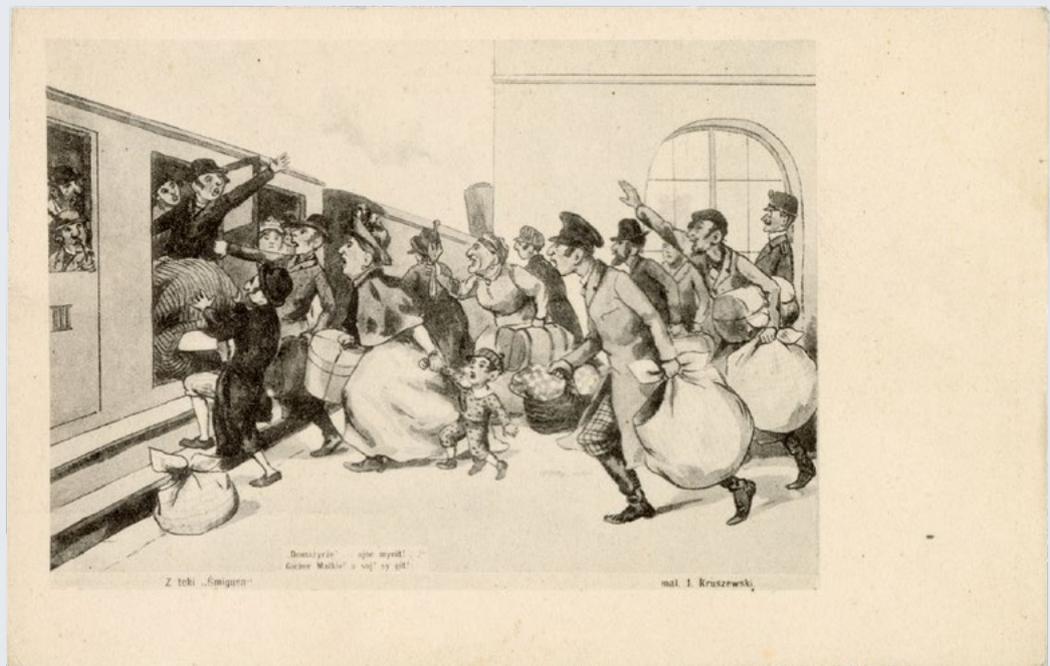




Abb. 30 Visuelles Repertoire des Antisemitismus auf Reisen – O.T., o.O.: o. Verl., o.J.

Entsprechend wurde die Migration zum Thema der Postkartenverleger:innen. Es waren Karten, die die direkte Linie Lemberg–Wien – von 1867 bis mindestens 1912 in Betrieb – als von jüdischen Passagier:innen geprägt sahen oder die den Ansturm auf Züge in Richtung Westen zeigten (Abb. 29).

Die andere Karte vereint eine kolorierte Stadtansicht von Lemberg im unteren Teil der Bildpostkarte mit der Zeichnung eines Eisenbahnwaggons, in dessen Fensterausschnitt zwei Personen zu sehen sind (Abb. 28). Beide Männer sind direkt als Juden zu identifizieren mit ihren langen Bärten, den Schläfenlocken, den Hüten, der schwarzen Kleidung und der stereotypen Physiognomie, die der Zeichner den Männern verliehen hat. Zusätzlich zeichnete er sie in unvoreteilhafter Pose: Einer der Männer lümmelt sich auf den Tisch, scheint müde, gar betrunken, stützt den Kopf schwer auf den Ellenbogen. Das Schild »Directer Wagen Lemberg–Wien« macht auf den Kontext der tatsächlichen Migrationsgeschichte der galizischen Judenheiten in Richtung Wien aufmerksam,⁶⁹ kommentiert diese aber alles andere als mit Sympathie, sondern ist klar judenfeindlich in der Darstellung. Ge-

kauft hatte die Karte ein Vater für seinen Sohn, kommentierte aber nicht die judenfeindliche visuelle Aussage, sondern nutzte die Karte zur Alltagskommunikation.

Auch in einer 1908 herausgegebenen Postkartenserie des Krakauer Fabrikanten Adolf Ducker wurde die Eisenbahnlinie und die darin reisenden Judenheiten zum Thema gemacht. Die Szenen spielen sich in Waggons der dritten Klasse ab, und in den Darstellungen der Jüdinnen:Juden, die durch das Fenster des Waggons oder beim Einsteigen in den Wagen zu sehen sind, reproduzieren die Postkarten die damals beliebten visuellen Stereotypen unterschiedlicher Herkunft. Bei den Männern handelt es sich um Figuren in traditioneller und bürgerlicher Kleidung, die in intensive Gespräche vertieft sind. Im Hintergrund des Waggons ist in der Regel eine Ansicht der Umgebung oder der Stadt zu sehen, durch die der Zug gerade fährt, z. B. Krakau. Eines dieser Bilder zeigt eine bekannte Landschaft, die den Fluss Przemsa mit seiner Gabelung zeigt, der die natürlichen Grenzen der drei Reiche bildet.⁷⁰ Diese Ansicht ist in die Darstellung des Waggons integriert, in dem sich gleichzeitig zwei Szenen abspielen, die mit Jüdinnen:Juden zu

tun haben. Zunächst sehen wir eine Frau in einem karierten Rock und einem gelben Hut, die ein Abteil der dritten Klasse betritt, dabei wird sie von einem Herrn mit Koteletten und einer karierten Schiebermütze begleitet. Unser Blick richtet sich dann auf ein von vielen Gesten untermauertes Gespräch zwischen drei Männern mit übertriebener Physiognomie, die durch das Abteifenster zu sehen sind: ein Mann in weißem Hemd und Frack, stark übergewichtig, mit Brille, Spitzbart, markanter Nase und ein weiterer Mann mit einem hohen Hut, der in der antisemitischen Ikonografie das Bürgertum/die Bourgeoisie darstellt. Ihnen gegenüber steht ein Jude in traditionellem Khalat. So findet sich auf einer Postkarte die ganze Bandbreite an antisemitischer Bildrhetorik (Abb. 30).

Im Habsburger Kronland Galizien formierte sich das polnische Nationalbewusstsein in besonderem Maße und insbesondere in vielschichtiger Auseinandersetzung mit den Ukrainer:innen und den Jüdinnen:Juden. Unsere Passagen zur Populärkultur zeigen, dass der visuelle Diskurs der Vielschichtigkeit des sprachlichen Diskurses kaum entsprach. Editorische Institutionen publizierten Erklärkarten der Judenheiten. Doch ein weitaus größerer Teil der kleinen Karten inszenierte die Judenheiten als »die Anderen«, deren Wirtschaftspraktiken unlauter waren, deren Verhalten nicht männlich-militärisch genug und die in letzter Konsequenz trotz allen Bemühens nicht in der polnischen Nation aufgehen können. Ungeachtet der Bedeutung und Spezifik Galiziens für das polnische Nationsbildungsprojekt sind manche Motive Teil eines europäischen (visuellen) Antisemitismus und wanderten durch Raum und Zeit, darunter auch nach Oberschlesien. Dorthin wird uns das dritte und letzte Kapitel unserer Erkundungen führen, wobei Marcin Wieloch (mit Unterstützung von Ryszard Kaczmarek) die visuelle Inszenierung des deutsch-polnischen Antagonismus nach 1918 fokussieren wird.

Anmerkungen

- 1 DAVIES, Norman: *Gods Playground. 1795 to the Present*. Oxford 2005, S. 159.
- 2 Vgl. HIMKA, *Dimensions of a Triangle*; ebenso vgl. SCHATTKOWSKY, Ralph: Identitätenwandel und nationale Mobilisierung in Westpreußen und Galizien. Ein Vergleich. In: *Identitätenwandel und nationale Mobilisierung in Regionen ethnischer Diversität. Ein regionaler Vergleich zwischen Westpreußen und Galizien am Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts*. Hg. v. DERS. und Michael G. MÜLLER. Marburg 2004, S. 29–62, hier S. 34; dort Verweis auf weiterführende Literatur.
- 3 Angabe nach Oesterreichische Statistik 32/1. Hg. v. K. K. STATISTISCHE CENTRAL-COMMISSION. Wien 1892, S. 18.
- 4 Vgl. HOLZER, Jerzy: Zur Frage der Akkulturation der Juden in Galizien im 19. und 20. Jahrhundert. In: *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas* 37/2 (1989), S. 217–227.
- 5 Vgl. überblickhaft zum Wandel ANDLAUER, Teresa: *Die jüdische Bevölkerung im Modernisierungsprozess Galiziens (1867–1914)*. Frankfurt/Main 2001; HAUMANN, Heiko: *Luftmenschen und rebellische Töchter. Zum Wandel ostjüdischer Lebenswelten im 19. Jahrhundert*. Köln u. a. 2003; BUCHEN, Tim: *Antisemitismus in Galizien. Agitation, Gewalt und Politik gegen Juden in der Habsburgermonarchie um 1900*. Berlin 2012, S. 19–80. Dort finden sich auch Verweise auf weiterführende Literatur. Vgl. auch GOLCZEWSKI, Frank: *Polnisch-jüdische Beziehungen 1881–1922*. Wiesbaden 1981, S. 33. Nach wie vor überzeugend für Kongresspolen CAŁA, Alina: *Asymilacja Żydów w Królestwie Polskim (1864–1897)* [Die Assimilation der Juden im Königreich Polen]. Warszawa 1989.
- 6 RECHTER, David: *Becoming Habsburg. The Jews of Austrian Bukovina 1774–1918*. Oxford, 213; ANDLAUER, *Die jüdische Bevölkerung* und BARTAL, Israel: *Die Geschichte der Juden im östlichen Europa 1772–1881*. Göttingen 2010.
- 7 BUCHEN, *Antisemitismus*, S. 36, in Referenz auf ROZENBLIT, Masha: *Reconstructing a National Identity. The Jews of Habsburg Austria During World War I*. Oxford 2001.
- 8 Wesentliche Grundlagenwerke auf Deutsch, Englisch und Polnisch. Zu den frühesten in deutscher Sprache GOLCZEWSKI, *Beziehungen*; vgl. BUCHEN, *Antisemitismus*, der Funktion und Funktionalisierung des Antisemitismus in der modernen Massenpolitik herausstellt.
- 9 Dieses Kapitel greift zurück auf RÖGER, Maren: *Regionalismus, Nationalismus, Antisemitismus. Visuelle Erzählungen der Kronländer Galizien-Lodomerien und Bukowina*. In: HOYER/RÖGER, *Völker verkaufen*, S. 46–61; sowie partiell RÖGER, *Karten in die Moderne*, Kap. IV, S. 102–163.
- 10 Alle Beispiele abgedruckt in *Vitannja z Bukovyny. Mista, sela ta žyteli kraju na starovynnych poštvkach* [Gruß aus der Bukowina. Städte, Dörfer und Bewohner:innen der Region auf antiken Postkarten]. Hg. v. Mykola SALAHOR. Černivci 2017, S. 116–121. Vgl. auch die Sammlungen Martin Schlaff und Eli Stern im Jüdischen Museum Wien (JMW).
- 11 Vgl. *Glückliches Neujahr*. O. O.: o. Verl., o. J. In: SALAHOR, *Vitannja z Černivci* [Gruß aus Czernowitz], S. 500, Karte 2; *Essreg benschén*. Czernowitz: Verl. v. Schiller, o. J. In: *Vitannja z Bukovyny* [Gruß aus Bukowina], S. 503, Karte 4.
- 12 Vgl. WALTER, Karin: *Die Ansichtskarte als visuelles Massenmedium*. In: *Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900*. Hg. v. Kaspar MAASE und Wolfgang KASCHUBA. Köln u. a. 2001, S. 46–61, hier S. 52.
- 13 Auch hier ist der große Unterschied zu einigen in Warschau produzierten Karten, die Sabar vorstellt, die Sprache der Beschriftung. Vgl. SABAR, *Shalom: Between Poland and Germany: Jewish Religious Practices in Illustrated Postcards of the Early Twentieth Century*. In: *Polin. Studies in Polish Jewry Volume 16. Focusing on Jewish Popular Culture and Its Afterlife*. Hg. v. Michael C. STEINLAUF und Antony POLONSKY. Liverpool 2003, S. 137–166, hier S. 142–143 für Beispiele.

- 14** Betender Jude. Modlacy się Żyd. Czernowitz: Fotografische Kunstanstalt E. v. Schiller, 1899. In: JMW, Signatur: 017483_10.
- 15** Schachris. Kraków: S M P, 1906. Siehe Online-Katalog des Auktionshauses Darabanth, Link: www.darabanth.com/de/grossauktion/32/kategorien-Ansichtskarten/Themen-13735/1910-Schachris-SMP-Krakow-1906-39-Shacharit-Jewish-man-praying-in-tallit-Judaica-EK-11934790/ (zuletzt geprüft am 11. 6. 2024).
- 16** KOSSOWSKA, Irena/KOSSOWSKI, Łukasz: Malarstwo polskie. Symbolizm i Młoda Polska [Polnische Malerei. Symbolismus und Junges Polen]. Warszawa 2011, S. 327–398.
- 17** Ebd.
- 18** SANDEL, J.: Markowicz, Arthur. In: Allgemeines Lexikon der bildenden Künstler. Zwanzigstes Jahrhundert. Band 3: Kaal-Pyykkö. Hg. v. Hans VOLLMER. Leipzig 1999, S. 328; Postkarten Artur Markowicz' im Blavatnik Archive Online, Link: www.blavatnikarchive.org/search?contributor=8611 (zuletzt geprüft am 22. 2. 24).
- 19** Vgl. hierzu BUCHEN, Antisemitismus, S. 105. Grundlegend zu Maurycy Gottlieb – MENDELSSOHN, Ezra: Painting a People. Maurycy Gottlieb and Jewish Art, London 2002. Vgl. auch PICKHAN, Gertrud: Levitan – Liebermann – Gottlieb. Drei jüdische Maler in ihrem historischen Kontext. In: Osteuropa 8–10 (2008), S. 247–264.
- 20** Vgl. SABAR, Poland and Germany, S. 140.
- 21** Vgl. zur Aneignungsgeschichte der Multiethnizität und Multireligiosität RÖGER, Karten in die Moderne, insbesondere Kapitel IV.
- 22** Vgl. HORNEMANN, Andreas/LAABS, Annegret: »Bär aus Galizien«. Die Angst vor dem Fremden. Der »Ostjude«. In: Abgestempelt. Judenfeindliche Postkarten. Hg. v. Fritz BACKHAUS und Helmut GOLD. Heidelberg 1999, S. 176–186.
- 23** SZTANDARA, Magdalena: Fotografia etnograficzna i »etnograficzność« fotografii. Studium z historii myśli etnologicznej i fotografii II poł. XIX i I poł. XX wieku [Ethnografische Fotografie und die »Ethnografie« der Fotografie. Eine Studie über die Geschichte des ethnologischen Denkens und der Fotografie in der zweiten Hälfte des 19. und der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts]. Opole, 2006, S. 91.
- 24** Vgl. SZTANDARA, Fotografia, S. 90–108.
- 25** Über die Ideen- und Politikgeschichte des polnischen Antijudaismus und Antisemitismus sind zahlreiche Bücher geschrieben worden. Vgl. unter den zahlreichen deutschen Büchern GOLCZEWSKI, Beziehungen; BUCHEN, Antisemitismus.
- 26** Vgl. MICHLIC, Joanna Beata: Poland's Threatening Other. The Image of the Jew from 1880 to the Present. Lincoln u. a. 2006, S. 24.
- 27** Vgl. zu den Veränderungen u. a. CAŁA, Asymilacja; GOLCZEWSKI, Beziehungen; BUCHEN, Antisemitismus. Dort Hinweise auf weiterführende Literatur.
- 28** Tańce Polskie [Polnische Tänze]. Kraków: Wydawnictwo »Galerja Polska«, o. J. In: Arthur Langerman Archiv für die Erforschung des visuellen Antisemitismus (im Folgenden ALAVA) – TU Berlin, Sammlung Langermann (im Folgenden Slg. L.), Inv.-Nr. 03857. Die Postkarte steht im Zusammenhang mit der Satire-Zeitschrift *Śmigus*.
- 29** Vgl. zu Ungarn Csárdás. Czernowitz: Kunstverlag Schiller – Nachahmung geschützt, o. J. In: SALAHOR, Vitannja z Černivciv, S. 507, Karte 2.
- 30** Vgl. STRUVE, Kai: Gentry, Jews and Peasants. Jews as the »Others« in the Formation of the Modern Polish Nation in Rural Galicia during the Second Half of the 19th Century. In: Creating the Other. Ethnic Conflict and Nationalism in Habsburg Central Europe. Hg. v. Nancy M. WINGFIELD. New York 2003, S. 103–126; vgl. zur longue durée MICHLIC, Poland's Threatening Other.
- 31** Vgl. Buch des Volkskundemuseums: KOZIOŁ, Anna u. a.: Die Krakauer. Traditionelle Volkskultur aus Südpolen. Krakau 1996, S. 32f; Buchen bezeichnet Krakau als »polnisches Pantheon«; vgl. BUCHEN, Antisemitismus, S. 38.
- 32** Im 19. Jahrhundert spielten traditionelle Kleidungsstücke der Goral:innen, aber auch aus dem Krakauer Raum eine wichtige Rolle in den Praktiken der Oberschicht. Zu Karnevalsballen zog man diese an. JANKOWSKA-MARZEC, Agnieszka: Między etnografią a sztuką. Mitologizacja Hucułów i Huculszczyzny w kulturze polskiej XIX i XX wieku [Zwischen Ethnografie und Kunst. Die Mythologisierung der Huzulen und dem Huzulenland in der polnischen Kultur des 19. und 20. Jahrhunderts]. Kraków 2013, S. 69.
- 33** DABROWSKI, Patrice M.: Borderland Encounters in the Carpathian Mountains and Their Impact on Identity Formation: In: Shatterzone of Empires: Coexistence and Violence in the German, Habsburg, Russian, and Ottoman Borderlands. Hg. v. Omer BARTOV und Eric D. WEITZ. Bloomington/IN 2013, S. 193–208, hier S. 195. Verweis auf DABROWSKI, Patrice M.: The Carpathians: Discovering the Highlands of Poland and Ukraine. Ithaca u. a. 2021; DABROWSKI, Patrice M.: Constructing a Polish Landscape: The Example of the Carpathian Frontier. In: Austrian History Yearbook 39 (2009), S. 45–65.
- 34** Vgl. dazu JANKOWSKA-MARZEC: Między etnografią a sztuką. Kraków 2013, S. 44, 74–75.
- 35** O. T. Kraków: Spółka Wydawnicza Wisła, o. J. In: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., Inv.-Nr. 03845. Übersetzung von Wanjia Bode.
- 36** Vgl. BUCHEN, Antisemitismus, S. 144.
- 37** Vgl. RÖGER, Karten in die Moderne, S. 144
- 38** Vgl. diverse Karten in: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., etwa Inv.-Nrn. 3314, 3305, 3301, 3302, 3303, 3304, 3306, 3307, 3308, 3309. Einige Motive, wie die Angst vor einem Hund, finden sich bei mehreren Verlagen in Variationen wieder: siehe z. B. Trambam-Polka. Kraków: SMP, 1902. In: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., Inv.-Nr. 03314. Das Motiv wurde anscheinend mehrfach aufgeleget, siehe: Trambam-Polka. Kraków: SMP, 1913. In: Blavatnik Archive (BA), ANTM.00059. Vergleich dazu: A Vicious Critic [Orig. Zjadliwy krytyk]. Kraków: Wydała, zwischen 1908 und 1940. In: BA, ANTM.00193. Siehe auch: The Foolhardy [Orig. Dwa śmiałki]: Kraków, zwischen 1908 und 1940. In: BA, ANTM.00193; Mosku Nie Boj Sie Burka [Orig. Mošku nie bój się burka]. Kraków: SMP, 1902. In: BA, ANTM.00143.
- 39** Vgl. Oj was is dues für a Schlimasel? Kraków: SMP, 1910. In: BA, ANTM.00137.
- 40** Vgl. Reichsgesetzblatt für die im Reichsrathe vertretenen Königreiche und Länder, Jahrgang 1886, Ausgegeben und versendet am 19. Juni 1886, § 2 (S. 57). Vgl. dazu auch APPELBAUM, Peter C.: Habsburg Sons. Jews in the Austro-Hungarian Army 1788–1918. Boston u. a. 2022; SCHMIDL, Erwin A.: Habsburgs jüdische Soldaten. 1788–1918. Köln u. a. 2014.
- 41** Vgl. auch Pospolite ruszenie [Landsturm]. Kraków: SMP, 1907. In: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., Inv.-Nr. 03300.
- 42** Wie soll ich was melden, wenn ich nix reden kann mit die Hand!! Kraków: SMP, 1912. In: BA, ANTM.00430.
- 43** Vgl. den populärwissenschaftlichen Überblick APPELBAUM: Habsburg Sons, Kap. XI, VII.
- 44** Vgl. zu diesen Ideen in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts unter Polen GOLCZEWSKI, Beziehungen, S. 25.
- 45** Vgl. DEÁK, István: Jewish Soldiers in Austro-Hungarian Society. New York 1990; vgl. APPELBAUM, Habsburg Sons, Kap. XIV.
- 46** Die polnischen Selbstkonzeptionen differierten von den sich im deutschen Bürgertum herausbildenden Autostereotypen, die die deutsche Nation als Inbegriff der Männlichkeit konzipierten und im deutsch-polnischen Kontaktraum die deutsche Nation als maskulin aufwerteten, die polnische als verweichlichte, feminisierte Nation abwerteten. Vgl. dazu SURYNT, Izabela: Ostkoloniale Diskurse in der deutschen Literatur und Publizistik des 19. Jahrhunderts. In: Zwischen Geschlecht und Nation. Interdependenzen und Interaktionen in der multiethnischen Gesellschaft Polens im 19. und 20. Jahrhundert. Hg. v. Claudia KRAFT u. a. Osnabrück 2016, S. 31–58, hier S. 49. Vgl. zu Polen als kolonisierte und kolonisierende Kultur FRYSZTACKA, Clara: »Colonized but not quite«. Die Auseinander-

setzung mit deutschen Kolonialdiskursen und die Entwicklung eigener kolonialer Phantasien in der polnischsprachigen Presse um 1900. In: ebd., S. 79–100.

47 HENSCHEL, Christhardt: »Nur physisch, geistig und vor allem moralisch bereite Bürger«. Diensttauglichkeit und Ethnizität im militärischen Diskurs der Zweiten Polnischen Republik. In: KRAFT u. a., *Zwischen Geschlecht und Nation*, S. 197–220, hier S. 198.

48 HOLZ, Klaus: *Nationaler Antisemitismus: Wissenssoziologie einer Weltanschauung*. Hamburg 2010.

49 Vgl. RÖGER, Karten in die Moderne, S. 146–149.

50 Waren es zumindest in der Bukowina bei den Ethnienpostkarten der Rumänen, Ruthenen und Schwaben überwiegend privat veranlasste Porträtfotografien, die die Postkartenverleger zu »Typenbildern« umwandelten, handelte es sich bei den fotografierten Judaika und erst recht den Antisemitika um Modelle. Vgl. zu der komparativen Dimension Sammelband HOYER/RÖGER, *Völker verkaufen*.

51 Wie beispielsweise bei dieser Postkarte, deren deutscher Titel orthografische Fehler enthält: These are Excellent Goods [Orig. Dass ist prima Ware]. Kraków: SMP, 1912. In: BA, ANTM.00138.

52 Vgl. *A wojle Kundschaft*. Kraków: o. Verl., 1905. In: BA, ANTM.00446.

53 Vgl. GOLCZEWSKI, *Beziehungen*, S. 67.

54 Vgl. dazu KAPS, Klemens: *Ungleiche Entwicklung in Zentraleuropa: Galizien zwischen überregionaler und imperialer Politik (1772–1914)*. Köln u. a., 2015, S. 65. Für diesen Hinweis danke ich Corinne Geering.

55 Vgl. dazu FRANK, Alison Fleig: *Oil Empire. Visions of Prosperity in Austrian Galicia*. Cambridge u. a. 2007.

56 Vgl. APPELBAUM, *Habsburg Sons*, Foreword; KAPS, *Ungleiche Entwicklung*.

57 Zu den Argumentations- und Abgrenzungsmustern der »organischen Arbeit« vgl. GOLCZEWSKI, *Beziehungen*, S. 107–120.

58 *Wekslarze krakowscy*. Krakauer Geldwechsler. Czernowitz: E. Schiller, o. J. In: JMW, Signatur 012099. Richard an Cary Deisenhöfer in Mödling, 1902. Eingeworfen hat der Absender die Karte jedoch erst in Wien.

59 Zu den Veränderungen im Wirtschaftsleben kompakt BUCHEN, *Antisemitismus*, S. 41–45.

60 Vgl. GOLCZEWSKI, *Beziehungen*, S. 118.

61 BUCHEN, *Antisemitismus*, S. 30. Zum weiteren Kontext vgl. LEVINE, Hillel: *Economic Origins of Antisemitism. Poland and Its Jews in the Early Modern Period*. New Haven u. a. 1991.

62 *Wykupno. Expropriation. Á bestok eládas*. [Erpressung. Rückzahlung. Enteignung.]. Kraków: Fr. R. Werner, etwa 1900. In: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., Inv.-Nr. 06741.

63 Vgl. GOLCZEWSKI, *Beziehungen*, S. 60–63.

64 Gemeint ist v. a. der Priester Stanisław Stojałowski, der die Christliche Bauernpartei (Stronnictwo Chrześcijańsko-Ludowe) gründete. Vgl. STRUVE, Gentry, und diverse Publikationen von Tim BUCHEN, u. a. *Religiöse Mobilisierung im Reich. Die imperialen Lebensläufe und politischen Karrieren von Joseph Bloch und Stanislaw Stojalowski in der Habsburgermonarchie*, In: *Geschichte und Gesellschaft* 40/1 (2014), H. 1, S. 117–141.

65 Vgl. *Za kratkami. Gefängnis. A fogyház*. Kraków: R. Werner, 1900. In: ALAVA – TU Berlin, Slg. L., Inv.-Nr. 06740.

66 Die folgenden Passagen wurden von Małgorzata Stolarska-Fronia verfasst, von Maren Röger überarbeitet.

67 Vgl. RÖGER, *Karten in die Moderne*, S. 139–144.

68 Vgl. DIPPNER, Rachel: »Einmal muß der Mensch ins Bad!«. Grüße aus Karlsbad und Marienbad. In: *Abgestempelt. Judenfeindliche Postkarten*. Auf der Grundlage der Sammlung Wolfgang Haney. Hg. v. Helmut GOLD. Frankfurt/Main 1999, S. 194–204; vgl. BAJOHHR, Frank: »Unser Hotel ist judenfrei«. *Bäder-Antisemitismus im 19. und 20. Jahrhundert*. Frankfurt/Main 2003.

69 In den 1880er Jahren sind 60 Prozent der Emigrant:innen aus Galizien Jüdinnen:Juden bei einem Bevölkerungsanteil von 10 Prozent, in den 1890er Jahren machen sie einen Anteil von 40 Prozent aus. Siehe POLLACK, Martin: *Kaiser von Amerika. Die große Flucht aus Galizien*. Wien 2010, S. 80.

70 Vgl. Małgorzata Stolarska-Fronias Kapitel in diesem Buch.

Neue nationale Bilderkämpfe

Visuelle Medien während des
deutsch-polnischen Propaganda-
kampfes von 1919 bis 1921

MARCIN WIELOCH

Nach den Untersuchungen der Grenzziehungen in unterschiedlichen imperialen Konstellationen, einmal mit Fokus auf Staatsgrenzen, einmal mit Fokus auf ethnische Gruppen innerhalb einer Region, nimmt das dritte und letzte Kapitel den besonderen Moment der offenen nationalistischen Konflikte nach dem Zerfall der Imperien in den Blick. Marcin Wieloch, unterstützt durch Ryszard Kaczmarek, führt uns wiederum nach Oberschlesien, in die heiße Phase des deutsch-polnischen Propagandakampfes während des Plebiszits. Er gibt uns Einblick in die Vielfalt der visuellen Medien, die damals eingesetzt wurden. Im Fokus stehen zwei illustrierte Zeitschriften, die besonders mit Karikaturen arbeiteten, hinzu kommen Flugblätter und Propagandaplakate. Das Kapitel trägt der Tatsache Rechnung, dass sich nach dem Ende des »goldenen Zeitalters der Postkarten« mediale Schwerpunkte verschoben.

Flugblätter und Plakate als Mittel der Agitation in der oberschlesischen Volksabstimmungskampagne

Die Propagandamaßnahmen, die in Oberschlesien im Wahlkampf vor der Volksabstimmung eingesetzt wurden, waren vielfältig und lassen sich in mehrere Gruppen einteilen.¹ Dazu gehören textzentrierte Druckerzeugnisse (z. B. Broschüren, Flugblätter, Aushänge und Aufrufe sowie Zeitschriften), visuelle Kommunikationsmittel (Filme, Plakate, Aufkleber, Postkarten), direkte Einflussnahme (z. B. Kundgebungen, Ausflüge und Mund-zu-Mund-Propaganda) sowie materielle Unterstützung (Geldzuwendungen, Verteilung von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs).²

In Bezug auf die genannten medialen Agitationsformen erscheint es sinnvoll, eine zusätzliche Unterteilung vorzunehmen. Üblicherweise werden nach dem Grad der Transparenz in Hinblick auf die Urheber drei Arten von Propaganda unterschieden: »graue«, »schwarze« und »weiße«. Erstere wird ohne Offenlegung des Urhebers verbreitet. Dazu gehören Maßnahmen wie Flugblätter ohne Unterschrift, Broschüren unbekannter Herkunft oder Rundfunksendungen ohne Nennung eines Verantwortlichen. »Weiße« Propaganda zeichnet sich dadurch aus, dass sie den Urheber offenlegt und in dessen Interesse handelt. Im Gegensatz dazu täuscht die »schwarze« Propaganda die Urheberschaft des Gegners vor und handelt gleichzeitig zu dessen Nachteil. Dazu gehören etwa Falschmeldungen in der Presse.³

Die gängigste und auffälligste Methode der agitatorischen Einflussnahme war die Verteilung von Drucksachen. Dabei spielten Broschüren neben der Presse eine führende Rolle. Zur Veranschaulichung des Ausmaßes der deutschen Propagandakampagne sei hier die Tatsache angeführt, dass das Deutsche Reich mehr als 100 000 Stück solcher Broschüren herausgab, die später in Auflagen von hunderttausenden Exemplaren verteilt wurden.⁴ Inhaltlich können die Broschüren in monothematisch, folglich auf nur einem oder mehreren bedeutungsähnlichen Argumenten beruhend, oder multithematisch, also mit Darstellung der Probleme der oberschlesischen Region aus vielen Perspektiven, kategorisiert werden. Letztere waren eindeutig in der Überzahl.⁵

Trotz der hohen Auflage hatten die Broschüren als Agitationsform keine große Wirkung. Aufgrund der schwierigen Sprache und der umfassenden Informationen hatte nur ein verschwindend geringer Prozentsatz der polnischsprachigen Oberschlesier:innen Interesse, sie zu lesen. Daher wurde die Vervielfältigung von Broschüren einige Wochen vor der Volksabstimmung aufgegeben, und man konzentrierte sich auf die Verbreitung von Flugblättern, die die Argumente beider Seiten lediglich zusammenfassten, um das bildungsfernere Publikum zu erreichen.⁶

Die Aufrufe zur Abstimmung wurden von verschiedenen Institutionen verbreitet, so zum Beispiel durch die Plebiszitkommissariate, die politischen Parteien und die Gewerkschaften. Sie richteten sich an die Gesellschaft als Ganzes oder jeweils an bestimmte gesellschaftliche Gruppen, insbesondere einzelne Berufsgruppen. Die Plebiszitkommissariate forderten die Bevölkerung auf, für die jeweils von ihnen vertretenen Staaten zu stimmen, während die politischen Parteien ihren Mitgliedern eine konkrete Abstimmungsentscheidung für eine politische Partei innerhalb der nationalen Tendenzentscheidung nahelegten.⁷ Bei den Gewerkschaften wurden die Aufrufe meist von den Branchengewerkschaften subventioniert, und ihr Inhalt ähnelte dem der für die breite Öffentlichkeit bestimmten Proklamationen. Es wurden auch zahlreiche Aufrufe veröffentlicht, die von Vertretern verschiedener gesellschaftlicher Eliten unterzeichnet waren.

Häufig waren die Flugblätter und Bekanntmachungen illustriert. Sie wurden in der Regel massenhaft sowohl in polnischer als auch in deutscher Sprache herausgegeben. Das polnische Plebiszitkommissariat,⁸ das in Oberschlesien hauptverantwortlich für die Volksabstimmungsangelegenheiten u. a. in Bezug auf Propaganda und Aufklärung war, verteilte jedes Mal Bekanntmachungen in einer Auflage zwischen 300 000 und einer

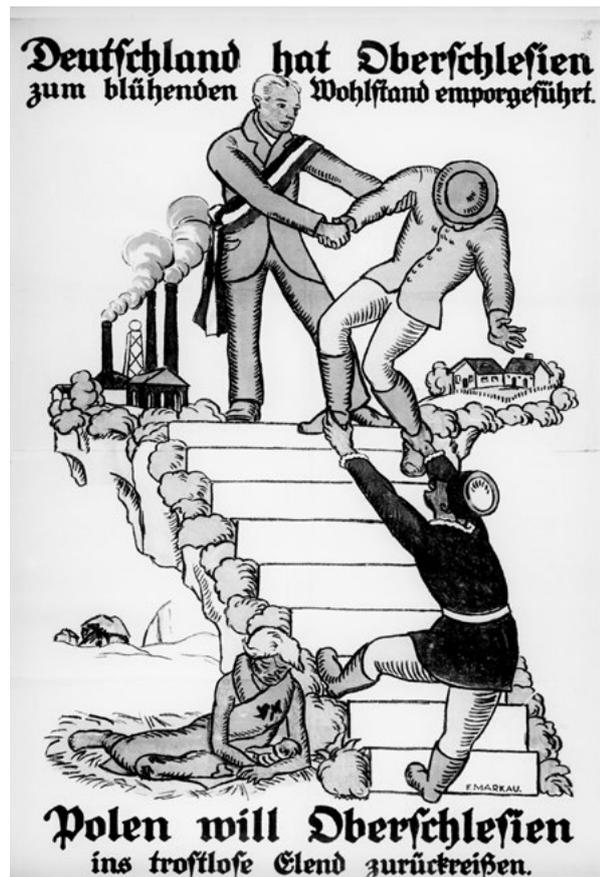


Abb. 1 und 2 Die Illustrationen der Flugblätter und Postkarten sollten die Feindseligkeiten in der Bevölkerung gegenüber der Gegenseite schüren – Nur die allerdümmsten Kälber wählen ihre Schlächter selber. Mikołów: K. Miarka, o. J. [etwa 1920–1921]; Deutschland hat Oberschlesien zum blühenden Wohlstand emporgeführt. Polen will Oberschlesien ins trostlose Elend zurückreißen. O. O.: o. Verl., o. J. [etwa 1920/21].

halben Million Exemplaren. Die deutsche Seite verteilte sie in ebenso großen Mengen und setzte sogar Flugzeuge zu deren Verbreitung ein. Dieses Vorgehen hatte zur Folge, dass das Gebiet der Volksabstimmung mit großen Mengen an gedrucktem Agitationsmaterial überschwemmt wurde. Jahre später beschrieb man es so: »die Straße und der Platz färbten sich gelb von den dort soeben verstreuten [...] deutschen Flugblättern.«⁹

Sowohl die polnischen als auch die deutschen Flugblätter zur Volksabstimmung gingen nicht davon aus, dass die Empfänger:innen ihnen kritisch gegenüber treten würden. Sie sprachen sie folglich sehr direkt an. Ihr Ziel war es, die Leser:innen durch die Angst vor den unvorstellbaren Folgen einer falschen Wahlentscheidung zu überzeugen, sich entweder auf die Seite der Republik Polen oder des Deutschen Reiches zu stellen.¹⁰ Betrachtet man alle Formen der Volksabstimmungs-

propaganda, so sind in den Flugblättern Häme, Beleidigungen und Beschimpfungen besonders auffällig.

In Flugblättern und Plakaten wurde nur ein eingekürzter Text verwendet. Daher waren oft jene Illustrationen wichtig, welche die Eigenschaften des Gegners in einem schlechten Licht zeigten. Und es waren vor allem diese Illustrationen, die dazu führten, dass sich unter den Oberschlesier:innen negative Stereotype über Polen und Deutsche verbreiteten und sich die nationalistischen Gefühle verstärkten.

Die deutsche Seite stellte die polnische Bevölkerung als Bewohner:innen eines »Saisonstaates« dar, der wirtschaftlich schwach und in jeder Hinsicht rückständig sei. Seine Strukturen seien ein einziges großes Mysterium. Dem stellte sie ein stabiles Land gegenüber, das Arbeitsplätze, angemessene Löhne und Sozialleistungen garantierte (Abb. 1 und 2).

Die polnische Seite hingegen zeichnete die Deutschen als Unterdrücker, oft in preußischen Uniformen. Ihnen warfen sie vor, den Krieg verursacht und die polnische Bevölkerung unterjocht zu haben. Dabei wurde auch die Frage der von Deutschland ausgehandelten Reparationen diskutiert. Und es wurde angedeutet, dass die Verschuldung des Reiches zunähme, da die Rückzahlung sich über Jahre hinzöge und insbesondere die Schlesier:innen, die im deutschen Staat als Bürger zweiter Klasse gälten, unter den Folgen leiden würden.

Aushänge spielten bei der Meinungsbildung keine große Rolle mehr. Sie wurden selten in großer Stückzahl erstellt und hatten eher eine informative und ordnungsstiftende Funktion. So liegt beispielsweise ein Plakat vor, das eine Belohnung für diejenigen ankündigt, die über deutschen Wahlmissbrauch berichten. Ein weiteres Plakat kündigt eine Belohnung von einer Million Mark für die Enttarnung polnischer Milizen an. Nur wenige Aushänge hatten tatsächlich Propagandazwecke. Diese Funktionen erfüllten insbesondere Plakate, die neben der Presse das wichtigste Propagandamedium waren.¹¹ Bedingt war das vor allem durch die Besonderheiten des Mediums, das wenig Text sowie leicht verständliche Symbolik und Zeichnungen enthält, von den Betrachtenden recht schnell gelesen werden kann und auf ihre Überzeugungen eingeht.¹²

Die Plakate, die vor der Volksabstimmung erstellt wurden, liefern eine Illustration der wichtigsten Propagandaslogans, die manchmal bereits aus den Druckschriften bekannt waren. Die meisten der Slogans wurden zudem in Form von Postkarten massenhaft verteilt. Beide Seiten versuchten, gegnerische Plakate mit ihren eigenen zu überdecken – zum Beispiel in Schaufenstern. Oft kam es zu heftigen Auseinandersetzungen zwischen Anhänger:innen beider Gruppen, die diese abzunehmen versuchten.¹³

Auch die kleinen Aufkleber, die in den letzten Wochen vor der Volksabstimmung verteilt wurden, spielten mit ihrer vereinfachten, symbolischen Ikonografie eine wichtige Rolle. »Der Aufkleberkrieg war ein winziger Bestandteil der Propaganda, eine Art Nadelstich für den Feind, der ihn störte, ihm Unbehagen bereitete und ihm zeigte, dass ich überall bin – ich Dein Feind – und unermüdlich in Aktion«,¹⁴ schrieb Kazimierz Sosnowski in seinen Memoiren über die Zeit der Volksabstimmung. Bei den Aufklebern handelte es sich in der Regel um eine Kombination aus Text und Zeichnung. Es existieren aber auch einige, auf denen nur Text in Form agitatorischer



Abb. 3 Ein häufiges Thema waren die Folgen der Reparationszahlungen nach dem Ersten Weltkrieg – O gizdy! [Ihr deutschen Hallunken!] Mikołów: K. Miarka, o.J. [etwa 1920/21].

Slogans abgedruckt ist. Die grafische Aufmachung der meisten Aufkleber zeigt, dass sie gut durchdacht und sorgfältig vorbereitet waren.

Postkarten ergänzten das ikonografische Material, das während der oberschlesischen Volksabstimmung verwendet wurde. Ihre Beliebtheit resultierte aus ihrem ansprechenden Erscheinungsbild. Sie wurden sowohl in schwarz-weißer als auch in farbiger Ausführung herausgegeben und verwenden Motive, die oft zuvor in oberschlesischen Zeitschriften abgedruckt worden waren. Auf den Postkarten wurden zudem Muster wiederverwendet, die bereits für den Plakatdruck genutzt worden waren. Auf diese Weise entstand eine Art Miniaturplakat (Abb. 3). Damit verbunden war eine spezifische Postkartenkomposition, die je nach Motiv eine horizontale oder vertikale Ausrichtung erhielt. Die Themen bezie-



Abb. 4 Narrative der vermeintlich schlechten Lebensverhältnisse in Oberschlesien – Ziemia magnata pruskiego [Land des preußischen Großgrundbesitzers]. O. O.: Antoni Romanowicz, o. J. [etwa 1920/21].

hen sich, wie bei den Plakaten, auf die in der Volksabstimmungskampagne fokussierten Problemstellungen. Der Inhalt der Postkarten spiegelt den Wunsch wider, für das Heimatland zu kämpfen, und die Hoffnung auf eine bessere Zukunft für die eigenen Nachkommen. Gleichzeitig machen sie die belastende Lebenssituation der schlesischen Bevölkerung deutlich. Die Agitations- und Schreckensmethoden des Gegners werden kritisch dargestellt.¹⁵ Das Bild auf der Postkarte ist oft anekdotisch und verbunden mit einer spezifischen Symbolik. So basieren beispielsweise Postkarten, die das Leben von Schulkindern karikieren, auf solchen Anekdoten.

Die Kombination aus Anekdoten und Symbolen findet sich auch auf Postkarten wieder, die sich mit dem schlesisch-polnischen Grenzgebiet befassen.¹⁶ Auf einer dieser Karten sieht man einen oberschlesischen Bauern mit einer Sichel in der Hand. Er steht zwischen dem hohen Zaun des »Landes des preußischen Großgrundbesitzers«, auf dem in der Ferne Fabrikschloten den Himmel verrauchen, und einem polnischen Grenzposten, hinter dem Bäuerinnen/Bauern die reiche Ernte einfahren (Abb. 4).

Die meisten dieser polnischen Postkarten stammen von Stanisław Ligoń, der sie auch in der von ihm herausgegebenen satirischen Zeitschrift *Kocynder* [Witzbold] verwendete.¹⁷ Die Postkarten, bei denen es sich um Miniaturplakate handelt, arbeiten sehr oft mit symbolischen Motiven. Nachfolgend wird eine solche Postkarte, welche die sehr schwierige Lebenssituation der oberschlesischen Bevölkerung illustrieren sollte, näher betrachtet (Abb. 5). Sie zeigt einen einheimischen Arbeiter, der drei Figuren auf seinen Schultern trägt, die seine Unterdrücker symbolisieren: einen Gendarmen, einen Staatsanwalt und einen preußischen Junker. Im Hintergrund ist die ortstypische Landschaft zu sehen. Die Postkarten wurden mit einer Aufschrift versehen, um ihnen einen stärkeren Ausdruck zu verleihen. Ihr Inhalt basiert in der Regel auf Informationen aus Plakaten und Magazinen, die auf Polnisch, Deutsch oder auch zweisprachig veröffentlicht wurden – oft ergänzt durch Mundartbegriffe, die die Oberschlesier:innen in ihrem Alltag verwendeten.

Vergleicht man polnische und deutsche Propagandapostkarten, so muss man feststellen, dass erstere ein



Abb. 5 Darstellung der Deutschen als Unterdrücker – Jeśli chcesz być panem na swej ziemi, a nie niewolnikiem junkra, oficera i urzędnika głosuj za Polską [Wenn Du Herr in Deinem eigenen Land sein willst und nicht Sklave von Junkern, Offizieren und Beamten, dann gib Deine Stimme für Polen]. O. O.: Antoni Romanowicz, o. J. [etwa 1920/21].

Abb. 6 Herabwürdigung der Gegenseite: Die deutschen Postkarten bedienen das Stereotyp des rückständigen Polens – Mein Körbchen liegt Dir wohl im Sinn? Da istf mein liebes Oberschlesien drin! Untrennbar bleibt es stets bei mir, Denn öd' und wild fäh's aus bei Dir. Dortmund: Fr. Wilh. Ruhfus, o. J. [etwa 1920/21].





Abb. 7 Dystopische Szenarien als Agitationsmaßnahme: Die Abtrennung Oberschlesiens als bevorstehender Tod – Śmierć zagraża Górnosłazakom [Der Tod bedroht die Oberschlesier]. Mikołów: K. Miarka, o. J. [etwa 1920/21].

höheres künstlerisches Niveau besitzen. Sie weisen auch ein anderes Narrativ auf. So appellieren die polnischen Karten an die Vorstellungskraft der Betrachter:innen und vermitteln Optimismus und Hoffnung auf den Sieg im Kampf um eine bessere Zukunft für die polnischen Bewohner:innen und ihre Nachkommen. Jedoch entwerfen sie eher Utopien. Die deutschen Motive hingegen sind von Aggression und Feindeshass geprägt (Abb. 6). Plünderungen und Existenzbedrohung sind ein häufiges Motiv. Insgesamt nutzen sie dystopische Motive (z. B. Abb. 7).

Während der gesamten Zeit vor der Volksabstimmung war die oberschlesische Gesellschaft einem hoch entwickelten Apparat von Agitationsmaßnahmen von polnischer und deutscher Seite ausgesetzt. Die Propaganda erreichte jeden, unabhängig von Alter und Geschlecht und entfaltete eine solch starke Wirkung, dass

ganze Familien wegen politischer Ansichten entzweit wurden.¹⁸ Dadurch kam es zu zahlreichen Konflikten, die zu sozialen Unruhen, Spannungen und auch zu Erschöpfung führten, da die Vertreter:innen der beiden sich bekämpfenden Staaten ihre Agitation auf vielfältigste Weise betrieben. Es muss betont werden, dass das Deutsche Reich und die Zweite Polnische Republik bei der Veröffentlichung ihrer Flugblätter und Plakate wenig Interesse an der »jüdischen Frage« zeigten.¹⁹ Die Jüdinnen:Juden, die zwischen 1919 und 1921 in Oberschlesien lebten, machten zu dieser Zeit nur einen geringen Prozentsatz der lokalen Bevölkerung aus und nahmen entweder eine neutrale oder pro-deutsche Haltung ein.²⁰

Kocynder und Pieron – visuelle Presseerzeugnisse in der Volksabstimmungskampagne

Visuelle Medien wie die satirischen Zeitschriften *Kocynder* und *Pieron* schalteten sich insbesondere nach dem Ersten Weltkrieg in den Kampf um die Volksabstimmung in Oberschlesien ein. Sie versuchten, die breite Masse der oberschlesischen Bevölkerung zu beeinflussen und sie davon zu überzeugen, für die Eingliederung der Region in den polnischen oder deutschen Staat zu stimmen. Satirische Zeitschriften porträtierten den Gegner in der Regel spöttisch, indem sie ihn als Versager darstellten, der den Oberschlesier:innen der jeweiligen nationalen Lager nur Elend und Unglück brachte. Das eigene politische Lager wurde idealisiert und als Garant für eine optimistische Zukunft nach einem möglichen Sieg dargestellt. Während der Volksabstimmungskampagne 1920/21 konzentrierten sich auch andere Medien fast ausschließlich auf das Propagandaziel: der Sieg bei der bevorstehenden Volksabstimmung. Diesem Ziel wurde die ikonografische Auswahl untergeordnet.

Nach dem Ausbruch der Novemberrevolution Ende 1918 begann die polnische Seite auf dem Gebiet des Deutschen Reiches eine groß angelegte politische Mobilisierung der oberschlesischen Bevölkerung. Die deutsche Reaktion war unmittelbar. Sie verunglimpfte die Zweite Polnische Republik und präsentierte gleichzeitig das Deutsche Reich als einen Staat, der in der Lage war, die Wünsche der Oberschlesier:innen zu erfüllen.²¹ Dies leitete in Oberschlesien eine Veränderung des Erscheinungsbildes sowohl der polnischen als auch der deut-

schen Presse ein. Bereits vor der Volksabstimmungskampagne begannen die Zeitungen, anstatt die Leser:innen über aktuelle Ereignisse zu informieren, Propagandazwecke zu verfolgen.²²

Führend in dieser Propagandakampagne waren auf deutscher Seite die zentristische und nationalliberale Presse (u. a. *Der oberschlesische Kurier*, *Kattowitzer Zeitung*, *Der oberschlesische Wanderer*). Auf polnischer Seite war neben der christdemokratischen und nationaldemokratischen Presse (z. B. *Katolik* [Der Katholik], *Gazeta Opolska* [Oppelner Zeitung]) auch die von den Sozialisten herausgegebene *Gazeta Robotnicza* [Arbeiterzeitung] sehr beliebt.²³ Neben der gesellschaftspolitischen Presse, deren Adressat:innen in der Regel aktive Sympathisant:innen beider Seiten waren, bemühte man sich auch um die Mobilisierung der unentschlossenen Oberschlesier:innen, indem man sie mit anderen Arten von Druckerezeugnissen ansprach. Diese Rolle spielten die periodischen katholischen Publikationen, vor allem aus der Druckerei von Karol Miarka Junior (katholische Kalender, Broschüren, Tageszeitungen), sowie neue Presstitel, die speziell für die Kampagne zur Volksabstimmung entwickelt wurden.

Eine solche Lösung bestand auf polnischer Seite darin, Zeitungen für deutschsprachige Leser:innen herauszugeben. Beispielsweise die in Oppeln erscheinende Wochenzeitung *Der Weiße Adler*, die vom bekannten polnischen Aktivist Bronisław Koraszewski produziert wurde. Zum Herausgeber wurde Józef Gawrych ernannt, der während des Dritten Schlesischen Aufstandes für den Nachrichtendienst und die Spionageabwehr innerhalb des polnischen Untergrundmilitärs zuständig war.²⁴ Bereits während der Volksabstimmungskampagne erschienen weitere deutschsprachige Zeitungen, die vom Polnischen Plebiszitkommissariat in Beuthen herausgegeben wurden. Ab Sommer 1920 erschien die Zeitung *Tygodnik Górnśląski* = *Oberschlesisches Wochenblatt* aus Nikolai und ab Dezember desselben Jahres der ebenfalls zweisprachige *Emigrant Górnśląski* = *Der Oberschlesische Emigrant* aus Beuthen. Beide Titel richteten sich vor allem an Oberschlesier:innen, die im Deutschen Reich lebten. Sie sollten die in Deutschland betriebene Agitation der polnischen Komitees für die Betreuung der Oberschlesier unterstützen und die sogenannten Emigrant:innen dazu bewegen, in ihre Heimatstädte zurückzukehren, um an der Abstimmung teilzunehmen und ihre Stimme für den polnischen Staat abzugeben.²⁵

Zur Propagandaschlacht gesellten sich bald satirische Wochenzeitungen. In diesem Fall stammte die Idee von polnischer Seite. Im Hotel Lomnitz in Beuthen, dem Sitz des polnischen Plebiszitkommissariats, nahm Stanisław Ligoń²⁶ Kontakt mit dem aus dem Dorf Sierakowitz stammenden schlesischen Schriftsteller und Journalisten Jan Przybyła²⁷ auf. Die beiden Redakteure, die bei den Abstimmungsvorbereitungen unterstützen wollten, schlugen dem polnischen Plebiszitkommissar Wojciech Korfanty vor, eine Zeitung zu gründen, die satirische, agitatorische und patriotische Inhalte auf moderne Art und Weise präsentieren sollte.²⁸

Diese Initiative wurde vom polnischen Plebiszitkommissariat begrüßt, das seinerseits die Notwendigkeit erkannte, die Darreichungsformen der Propagandainhalte zu diversifizieren. Damit wollte es potenziell ein breiteres Publikum erreichen, das nicht nur aus denjenigen bestand, welche die polnische Position aus Überzeugung unterstützten. Korfanty akzeptierte die Idee von Ligoń und Przybyła, und so entstand die oben bereits erwähnte Zeitschrift unter dem Titel *Kocynder*. Der Zeitungskopf trug den spöttischen Untertitel: »Wychodzi kiedy chce i kiedy może« [Kommt heraus, wann er will und wann er kann], was vorankündigte, dass es sich bei der neuen Zeitung um eine satirische Publikation handelte.

Die erste Ausgabe der Zeitung *Kocynder* wurde am 10. Juni 1920 veröffentlicht. Gedruckt wurde sie in der Druckerei von Karol Miarka in Nikolai.²⁹ Der eigentliche Initiator, Hauptautor der Texte und Grafikdesigner der Zeitung war Stanisław Ligoń. Seine in der Zeitung veröffentlichten Texte (geschrieben in einer archaischen Version des schlesischen Dialekts)³⁰ unterzeichnete er mit dem Pseudonym »Karlik«.³¹ Von da an wurde er bei seinen späteren kulturellen und gesellschaftlichen Aktivitäten stets als »Kocynders Karlik« bezeichnet. Das übrige Redaktionsteam bestand überwiegend aus gebürtigen Oberschlesiern; neben Przybyła und Ligoń waren das Wiktor Polak, Edward Rybarz sowie Józef Bednorz.³²

Kocynder wurde vor der Volksabstimmung zu einer wirksamen und scharfen polnischen »Waffe«, vor der sich die Deutschen fürchteten. In der Druckerei, in der die Zeitung produziert wurde, entstanden auch polnische Flugblätter, Aushänge und Propagandaplakate, die oft dieselben grafischen Ideen aufgriffen, die bereits im *Kocynder* abgedruckt worden waren.³³ Die besten unter ihnen stammen von Stanisław Ligoń und Antoni Romanowicz.³⁴ Die Deutschen erkannten schnell die Agita-

tionskraft dieser neuen polnischen Zeitung. Das Pressezentrum von Karl Spiecker, das die deutschen Volksabstimmungsaktivitäten leitete und finanzierte,³⁵ initiierte als Reaktion auf die ersten Ausgaben des polnischen *Kocynder* die Herausgabe der oben bereits erwähnten satirischen deutschsprachigen Wochenzeitung *Pieron*.

Neben Christdemokraten trugen sogar Politiker aus dem separatistischen Lager (wie beispielsweise Ewald Latacz) zu ihrer Entstehung bei.³⁶ Der Titel *Pieron* hatte dabei eine doppelte Bedeutung: Einerseits war der Begriff ein mildes schlesisches Schimpfwort, andererseits war er ein Synonym für einen störrischen Oberschlesier, der sich nicht so leicht von fremden Argumenten überzeugen ließ. Die Deutschen hatten bereits früher die Gründung einer Zeitschrift in Erwägung gezogen, die sich durch einen scharfen, unverblühten Humor auszeichnen sollte, konnten diese Idee aber letztlich nicht verwirklichen. Die Motivation dafür ergab sich lediglich aus dem Wunsch, nach der Erstveröffentlichung des *Kocynder* die Popularität dieses polnischen Presseergebnisses zu verringern. Die erste Ausgabe von *Pieron* erschien wenige Wochen nach *Kocynder* am 17. Juli 1920.³⁷ Unmittelbar vor der Volksabstimmung selbst, im März 1921, erhielt die Zeitung *Pieron* eine halbe Million Mark als Spende, der *Schwarze Adler* eine Million Mark, *Głos Górnosłaski* [Die Stimme Oberschlesiens] und *Wola Ludu* = *Der Wille des Volkes* (polnisch-deutsch im Original) jeweils 700 000 Mark.³⁸

Der deutsche *Pieron* wurde zunächst in Berlin und später in Gleiwitz gedruckt. Die Redaktion befand sich in Breslau, aber die meisten Mitarbeiter der Zeitschrift arbeiteten in der deutschen Hauptstadt. Nach Ansicht einiger polnischer Historiker kann dies als Beweis dafür gewertet werden, dass das Deutschtum in Oberschlesien von außen kam.³⁹ Wie *Kocynder* versuchte auch *Pieron*, bildungsfernere und einkommensschwache Menschen mit einer indifferenten Einstellung gegenüber regionalen Angelegenheiten zu erreichen. Dafür wurden neben Standarddeutsch auch Dialektformen verwendet. In Wirklichkeit gab es in der ober-schlesischen Region keinen eigenen »deutschen Dialekt«; die Menschen sprachen entweder Polnisch oder den ober-schlesischen Dialekt. Während der Volksabstimmung brüstete sich der Lehrer Hans Pilot jedoch damit, dass dank der Zeitung *Pieron* angeblich ein deutscher »ober-schlesischer Dialekt« entdeckt worden sei, was sogar von den Deutschen bestritten wurde.⁴⁰ Der zeitgenössische polnische Historiker und Unabhängigkeitsaktivist Teodor Tyc⁴¹ fasste diese Diskus-

sion pointiert zusammen, indem er schrieb, dass es sich bei *Pieron* um eine Zeitung handle, die die Sprache der deutschen Schlitzohren und Kriminellen benutze.⁴²

Polnische Zeitungen spotteten oft über die Bemühungen deutscher Redakteure, die polnische Leserschaft zu gewinnen. In einem Artikel in der sozialistischen *Gazeta Robotnicza* war nachzulesen, dass *Pieron* für *Kocynder* das gleiche bedeutete, wie der Roßberger Gemeindevorsteher Kurt Urbanek – er wurde deutscher Plebiszitkommissar – für Wojciech Korfanty, den polnischen Plebiszitkommissar. *Kocynder* sei von »ausländischen« Malern und Schriftstellern erschaffen worden, die mit der ober-schlesischen Bevölkerung nur so viel gemein hätten, als dass sie »von deren Geld leben wollten«.⁴³

In Berlin wurden für den *Pieron* kompetente Mitarbeiter von Rudolf Dammert ausgesucht,⁴⁴ der zunächst nicht auf ihre politische Einstellung achtete. Zum Chefredakteur wurde Hans Thalhofer ernannt.⁴⁵ Als Mitarbeiter stellte er eine Reihe bekannter Berliner Journalisten und Karikaturisten ein, darunter Paul Halke, Willi Steinert, Fritz Wolff, Kurt Szafranski, Hans Lindloff, Arthur Wasner und Kurt Tucholsky. Die Auswahl der Illustratoren sollte schärfste Satire, bissigen Spott und zynische Weisheit garantieren.⁴⁶

Pieron wurde zunächst von einem Berliner Verlags-haus gedruckt, um den Vorwurf der Ausbeutung der ober-schlesischen Verlagszentren von vornherein zu entkräften. Die Herausgabe dieser Wochenzeitschrift, die zu-meist künstlerische Illustrationen enthielt, war wegen der hohen grafischen Qualität sehr zeit- und kostenaufwendig. Dennoch erschienen einige Ausgaben von *Pieron* in hohen Auflagen von bis zu 45 000 Exemplaren.⁴⁷

Die erste Ausgabe des *Pieron* erschien allerdings nur in einer geringen Auflage, was eine Verteilung in alle Bezirke des Abstimmungsgebietes unmöglich machte.⁴⁸ Erst mit der Zeit begann die Zeitung ernsthaft mit dem *Kocynder* zu konkurrieren – insbesondere um die Jahreswende 1920/21. Nach der Volksabstimmung, als Spieckers Agentur an Bedeutung verlor, wurde sie ab der 15. Ausgabe vom 16. April 1921 in einer geringeren Auflage herausgegeben, was die zukünftige Liquidation der Zeitschrift vorankündigte.

Die polnische Seite griff die Zeitung *Pieron* nicht nur wegen des antipolnischen Propagandainhalts, sondern auch wegen des spezifischen Humors scharf an. Besonders kritisch wurden die brutalen persönlichen Angriffe auf Wojciech Korfanty und seine Kollegen gesehen. Der Zeitschrift wurde vorgeworfen, die polnische Kultur zu

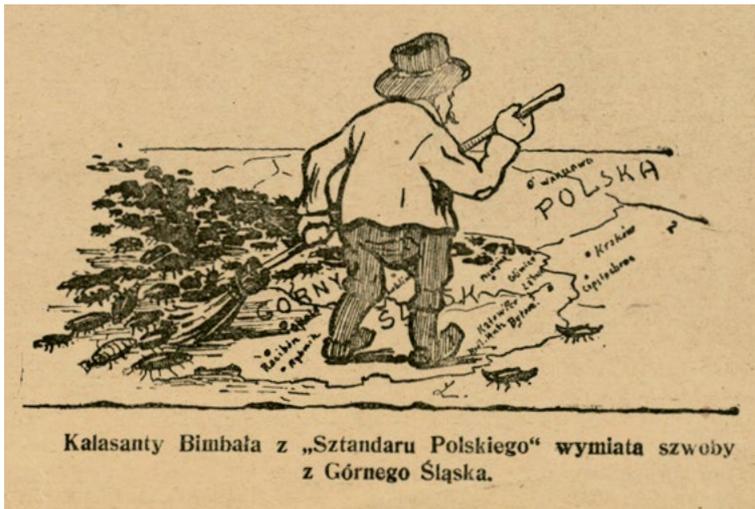


Abb. 8 Visuelle Vertreibung der Deutschen – Kalasanty Bimbała z »Sztandaru Polskiego« wymiata szwoby z Górnego Śląska [Kalasanty Bimbała von der »Polnischen Standarte« fegt die Deutschen aus Oberschlesien weg]. In: Kocynder 1/3, 8. 7. 1920, S. 3.

verunglimpfen und die Bewohner:innen Oberschlesiens als primitives Volk darzustellen, obwohl sie kulturell weiterentwickelt seien als die übrige Bevölkerung der Zweiten Polnischen Republik. Diese Ansichten wurden nach dem Zweiten Weltkrieg von der polnischen Geschichtsschreibung in der Volksrepublik Polen aufgegriffen, die *Pieron* als eine Zeitschrift bewertete, die das Fundament für die Ausbreitung des Deutschtums in Oberschlesien legte.⁴⁹

Die häufigsten Themen in der Ikonografie von Kocynder und Pieron

Das Bild des »Feindes«

Zwischen dem Zweiten und Dritten Schlesischen Aufstand⁵⁰ (August 1920 – Mai 1921) entwickelte sich in der Ikonografie des *Kocynder* das deutliche Bild des Deutschen als »Feind« der polnischen Nation. Grundlage dafür war die Abgrenzung der Oberschlesier:innen (»armes schlesisches Volk«), die im Namen des Gesetzes sowohl für ihre Freiheit kämpften als auch gegen das preußisch-deutsche Joch und um die »germanischen Fesseln« abzuwerfen.⁵¹ Die Deutschen wurden meist als preußische Junker oder reiche Bürger dargestellt, die keine Oberschlesier:innen waren und in der Region als Fremde behandelt wurden. In der polnischen Ikonografie wurde der deutsche Großgrundbesitzer oder Kapitalist als böse und egoistisch gezeigt. Deshalb ist die Darstellung von Oberschlesier:innen, die sich nicht damit abfinden wol-

len, sich immer wieder von Deutschen ins Gesicht spucken zu lassen, wie es in der zeitgenössischen Sprache formuliert wurde, weit verbreitet. Diejenigen Oberschlesier:innen, die Unterstützung für die Deutschen leisteten, seien nur »bestochene, gut schlesisch sprechende Judasse«,⁵² die von Berlin bezahlt würden – eine der antisemitischen Topoi in den Materialien. Das Motiv Deutschlands, das von der polnischen Bevölkerung als Land der Leibeigenschaft angesehen wurde, findet sich beispielsweise auch auf polnischen Propagandaaufklebern wieder, die in deutscher Sprache verfasst wurden und für die deutschgesinnte Bevölkerung im südwestlichen Teil Oberschlesiens bestimmt waren.⁵³

Dem Narrativ der polnischen Kampagne zufolge werde »der Pole« vom »Deutschen« getäuscht. Die deutsche Seite erzähle den Oberschlesier:innen Unwahrheiten und mache haltlose Versprechungen.⁵⁴ Nach der Überzeugung der Agitatoren liebten Pol:innen hingegen die Wahrheit, weswegen nur die Abstimmung für Polen folgerichtig wäre. Das Stereotyp des »ehrlichen Polen« wurde demjenigen des »Deutschen« gegenübergestellt, der »hinterlistige Lügen« einsetzt.⁵⁵ Die spöttische polnische Agitation stellte die Deutschen auch in grotesker Weise als Tierfiguren unterschiedlichster Gattungen dar. Sie wurden mit Wölfen, Lämmern, abgemagerten Hengsten, Schweinen, Hunden und sogar mit ekelhaftem Ungeziefer gleichgesetzt.⁵⁶ Eine Abbildung zeigt einen schlesischen Mann, der von Oberschlesien nach Polen läuft und dabei Insekten wegkehrt, welche wiederum die Deutschen symbolisieren sollen. Der Urheber der Zeichnung war Stanisław Ligoń selbst (Abb. 8).



Abb. 9 Darstellung Preußens als gieriger Unterdrücker – O. V.: Obżarł się Prusak [...] [Stopfte sich der Preuße voll]. Flugblatt, etwa 1921.

Unter diesen Tierdarstellungen findet sich auch der archetypische »böse Wolf«. Im *Kocynder* wird die Illustration eines schwarzen Wolfes, der einen ihn verjagenden polnischen Arbeiter anknurrt, betitelt mit: »Das polnische Volk in Oberschlesien muss der Herr seines eigenen Bodens sein«. In der Zeichnung »Seltsames Getier« sitzt ein anderes Tier in einem Zookäfig.⁵⁷ Dieses Ungeheuer trägt eine preußische Pickelhaube auf dem Kopf, während ein danebenstehender Mann die Besucher:innen auffordert, sich dieses gefährliche Tier genau anzusehen, da es nach der Volksabstimmung auf den afrikanischen Kontinent deportiert werden soll. Das Publikum besteht aus einem Paar in polnischer Volkstracht sowie einem anderen in bürgerlicher Kleidung. Zu guter Letzt zeigt die Zeichnung »Stopfte sich der Preuße voll« einen tragen »nimmersatten Wolf«, der Papierzettel ausspuckt, auf denen die durch den Ersten Weltkrieg verlorenen Länder geschrieben stehen. Über

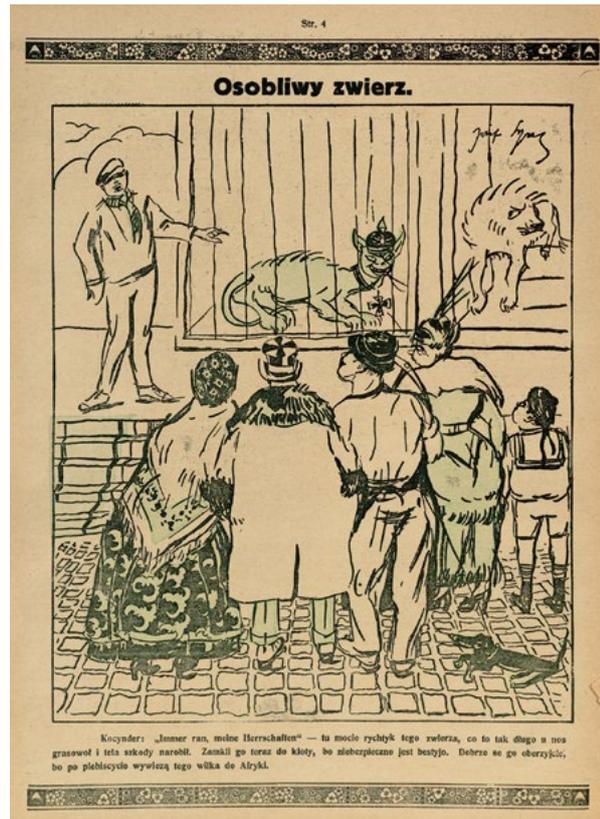


Abb. 10 Tierdarstellungen zur Herabwürdigung der Gegenseite – Osobliwy zwier. [Seltsames Getier]. In: *Kocynder* 2/21, 5.2.1921, S. 4.

seinem Kopf befinden sich Wolken, aus denen zwei Hände mit geballten Fäusten auftauchen, die Polen und die Entente symbolisieren (Abb. 9 und 10).⁵⁸

Die Deutschen wurden auch als Monster und Ungeheuer verschiedenster Art dargestellt. Kazimierz Grus,⁵⁹ einer der Karikaturisten, dessen Zeichnungen im *Kocynder* veröffentlicht wurden, zeigte in einer Illustration mit dem Titel »Stimmabgabe« verschiedene Tiere, die ihre Stimme für das Deutsche Reich abgeben. Dem dort abgebildeten Monster mit schwarzem Adler wird der Kopf mit einer mit »Volksabstimmung« beschrifteten Axt abgeschlagen (Abb. 11).⁶⁰ In Ligońs Bild mit dem Titel »Hoch lebe die Selbstverteidigung« sehen wir dagegen ein »preußisches Militärungeheuer«, das einen Helm mit der Aufschrift »Gott mit uns« trägt. Die Krallen des »Ungeheuers« strecken sich nach Oberschlesien aus, und die dargestellten Oberschlesier halten in ihren Händen ihr Handwerkszeug,

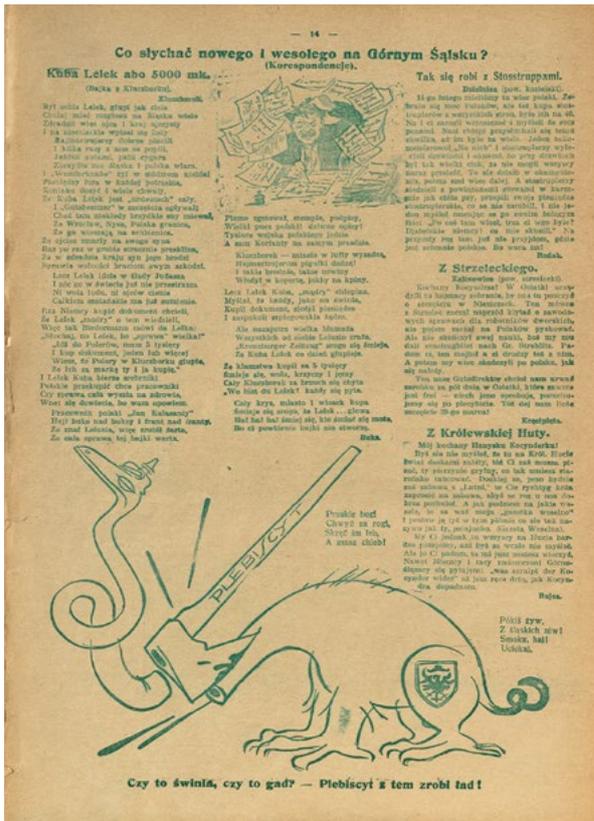


Abb. 11 Die Deutschen als Monster: Die Volksabstimmung trennt symbolisch den Kopf ab – Głosowanie [Stimmabgabe]. In: Kocynder 2/26, 20. 3. 1921, S. 14.

das sie zur Selbstverteidigung einzusetzen versuchen. Es eignet sich der Vergleich dieser Darstellung mit dem Aufruf des polnischen Plebiszitkommissariats, der die Oberschlesier:innen auffordert: »Wendet euch mit Verachtung von dem räuberischen, unersättlichen, habgierigen und gottlosen Teutonen-Drachen ab und wendet euch dem hellen, guten und gottesfürchtigen Polen zu.«⁶¹ Als deutliches Zeichen der Nationalität des Raubtiers trägt es eine preußische Pickelhaube auf seinem Kopf (Abb. 12).

In der deutschen Propaganda dominiert hingegen das Motiv des Feindes eines hart arbeitenden Volkes. Dessen Symbol ist der polnische Adelige, der die Oberschlesier:innen unterdrückt. Er trägt in den Abbildungen unter anderem löchrige Schuhe, einen Säbel am Gürtel, Hosen und eine Konfederatka. Diese Kopfbedeckung war in den deutschen Bildmedien ebenso wie die Kleidung des Adels ein Kennzeichen der polni-

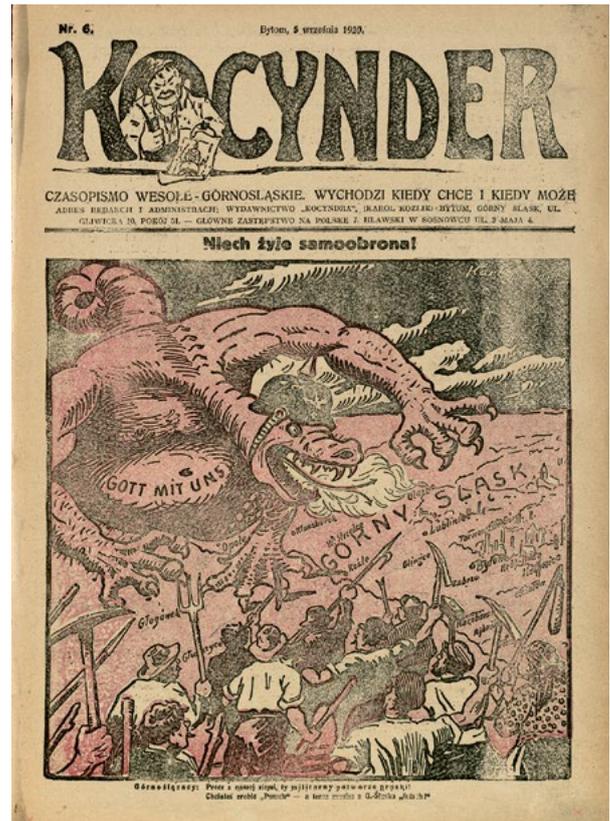


Abb. 12 In den Abbildungen wird die Selbstverteidigung der Oberschlesier gegen das »deutsche Monster« heraufbeschworen – Niech żyje samoobrona! [Hoch lebe die Selbstverteidigung!] In: Kocynder 1/6, 5. 9. 1920, S. 1.

schen Volkszugehörigkeit. Diese Darstellung war von der Überzeugung geprägt, dass der polnische Adel geldgierig sei und getrieben von der Lust an der Bereicherung.

Für diesen polnischen Feind des Deutschen Reiches war Oberschlesien nichts weiter als Beute. Die Zeitung *Pieron* illustriert diesen Sachverhalt durch ein unschuldiges Mädchen (»Marianka aus Oberschlesien«), das zu einem Polen sagt: »Mich? Mein Geld willst du!« (Abb. 13).⁶² Der polnische Adlige, der sich mit dem übrigen fortschrittlichen Europa historisch nicht verbunden fühlte, würde sich weiterhin wie der Herr im Haus verhalten und das Gesetz und die Behörden missachten. Aus diesem Grund habe er keine Hemmungen, die Vertreter der unteren Klassen wie Leibeigene zu behandeln und zu demütigen.⁶³ Dies kommt in einem sich an die Oberschlesier:innen richtenden Slogan zum Ausdruck: »Pass auf, Arbeiter«.

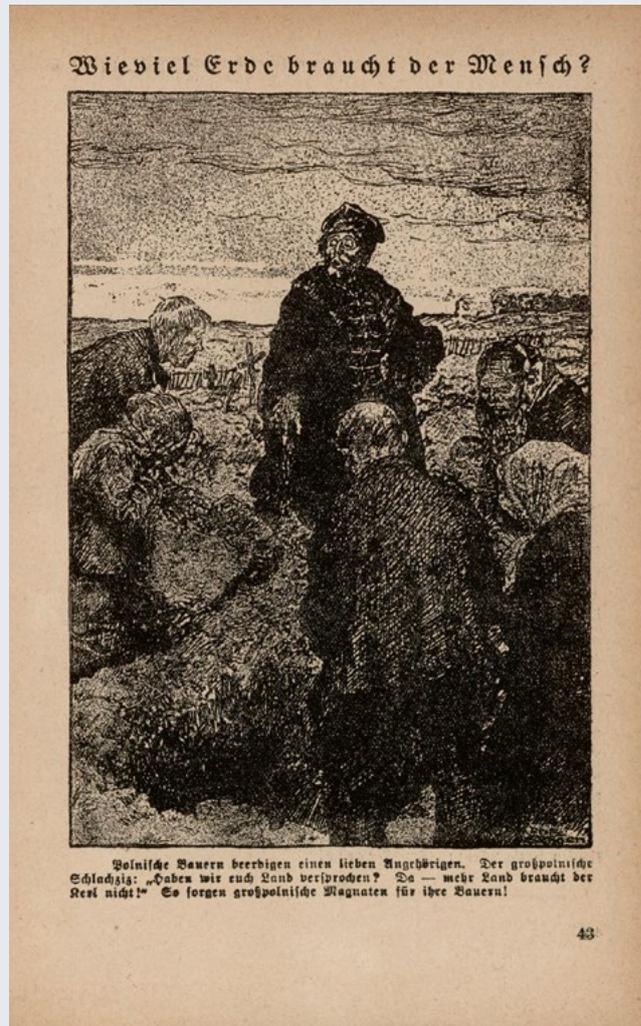


Abb. 13 und 14 Der polnische Adel als Unterdrücker laut der deutschen Propaganda – Brautwerbung. In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 34; Wie viel Erde braucht der Mensch? In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 43.

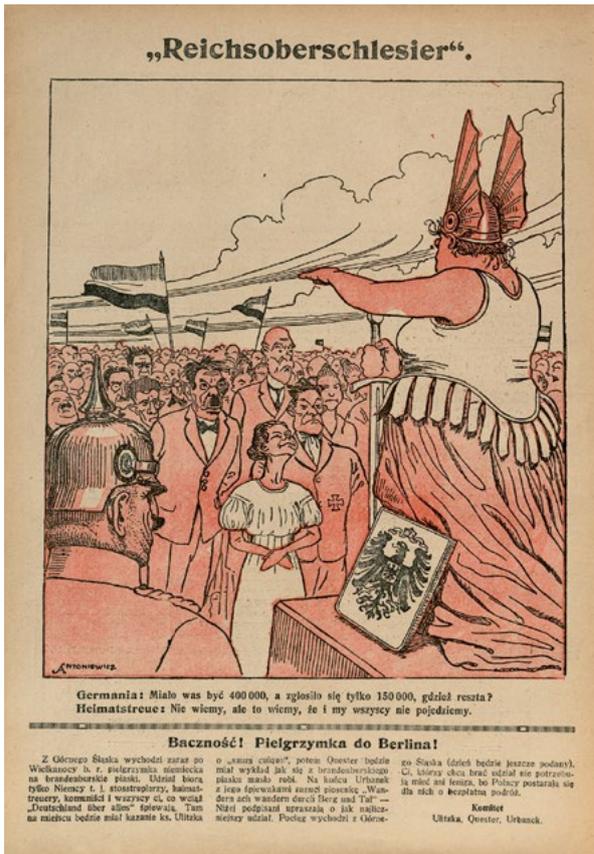


Abb. 15 Germania als korpulente Frau: zeittypische misogynie Abwertung als Symbol eines schwachen Deutschen Reiches – »Reichsoberschlesier«. In: Kocynder 2/23, 1. 3. 1921, S. 8.

Das Deutsche Reich und der polnische Staat

Das Deutsche Reich wurde in der polnischen Propaganda meist als Germania personifiziert. Jedoch sah das im deutschen Geschichtsbewusstsein verankerte Bild der stolzen Staatsführerin in der polnischen Satirezeitschrift ganz anders aus: Sie wurde als alte Frau mit Krückstock dargestellt und als »kaum noch lebendige Schabracke« (im Original auf Polnisch) bezeichnet.⁶⁴ In Oberschlesien wurde Germania im Sinne eines zusätzlichen humoristischen Elements – die zeitgenössische Frauenfeindschaft lässt grüßen – oft als korpulente Frau dargestellt.⁶⁵ Sie spricht mit einem Helm bekleidet, in der rechten Hand ein Schwert und das Staatswappen am Bein klebend zu einer Versammlung von »Vaterlandsverteidigern« und wirkt dabei grotesk. Auf jener Versammlung äußert sie ihre Unzufriedenheit über die unzureichende Zahl an Personen, die als Emigranten an der Volksabstimmung teilnehmen

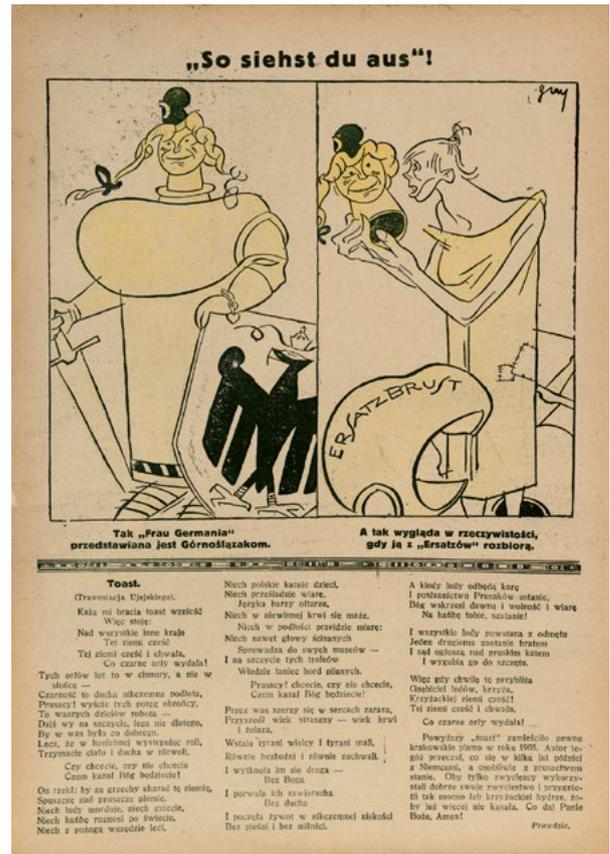


Abb. 16 Die Germania wurde als Symbol für das Deutsche Reich in der Satirezeitschrift auch als alte, gebrechliche Frau dargestellt – »So siehst du aus! In: Kocynder 2/20, 1. 2. 1921, S. 4.

wollen (Abb. 15). Einige Wochen vor der Volksabstimmung wurden zwei Illustrationen des Karikaturisten Kazimierz Grus veröffentlicht. Sie kontrastieren, wie die Deutschen den Oberschlesier:innen Germania präsentierten und wie dagegen die Realität aussähe, würde man – wie es in Kocynder heißt – »ihr die Insignien wegnehmen«. Das erste Bild zeigt die monumentale, üppige Figur einer jungen Frau mit geflochtenen Zöpfen, die sich mit der rechten Hand auf ein Schwert und mit der linken Hand auf das Staatswappen stützt.⁶⁶ Das zweite Bild zeigt eine alte, ausgemergelte Gestalt in einem abgetragenen Kleid, die eine vom Gesicht genommene Maske in der Hand hält. All dies sollte bei den Betrachter:innen Abscheu und Feindseligkeit hervorrufen sowie das Urteil, dass das deutsche Nachkriegsreich am Boden sei – ein Zustand, in dem keine Hoffnung auf eine Besserung der bisherigen Verhältnisse bestehen könne (Abb. 16).



Abb. 17 Das Deutsche Reich als »Verliererstaat«: Die Schuldenlast des Ersten Weltkriegs wurde zur Negativfolie eines starken polnischen Staates – Długi polskie i niemieckie [Polnische und deutsche Schulden]. In: Kocynder 2/25, 13. 3. 1921, S. 4.

In der polnischen Propaganda war das Deutsche Reich ein Verliererstaat. Dies wurde vor allem durch die Verschuldung Deutschlands und die Notwendigkeit, Kriegsreparationen zu zahlen, veranschaulicht. In vielen der Zeichnungen wird Deutschland als ein Land mit riesigen Schulden und großen wirtschaftlichen Problemen dargestellt. Deutschland krümmt sich unter der Last seiner Verpflichtungen, während daneben ein stolzer, schnurrbärtiger Pole in Adelskleidung zu sehen ist, der einen Sack trägt, welcher eine wesentlich kleinere Schuldenlast symbolisiert.⁶⁷ Die deutsche Propaganda porträtierte den polnischen Adel in negativer Weise, wohingegen er von den Polen als Bollwerk der nationalen Kultur dargestellt wurde. Dieser Ansatz geht auf die sarmatische Ideologie zurück, die in Polen-Litauen zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert vorherrschte. Sie propagierte die anarchische Freiheit des Adels gegenüber seinen Staatspflichten, das Bekenntnis zu den Werten



Abb. 18 Hohe deutsche Ambitionen und tiefer Fall – Wścigi górnośląskie [Oberschlesisches Pferderennen]. In: Kocynder 2/26, 20. 3. 1921, S. 8.

des Landlebens und einen weltanschaulichen Partikularismus.⁶⁸ Dies führte zu konservativen Tendenzen in allen Lebensbereichen. Während des gesamten Zeitraums war Polen sowohl ein innerlich starkes als auch ein international bedeutendes Land. Die Rückbesinnung auf diesen Zeitabschnitt im Vorfeld der Volksabstimmung sollte bei den Oberschlesier:innen das Gefühl der Verbundenheit mit Polen-Litauen stärken. Währenddessen betrachteten die Deutschen den Sarmatismus als Aberglauben, Erfindung oder Einbildung. Das Motiv des Schuldenvergleichs zwischen dem Deutschen Reich und den polnischen Nachkriegsverpflichtungen wird häufig verwendet. Die Illustration »Deutsche Schulden« eines polnischen Karikaturisten zeigt einen verschwitzten deutschen Sportler, der nicht in der Lage ist, eine Scheibenhantel zu führen, und einen lächelnden polnischen Sportler mit einem kleinen Gewicht in der linken Hand, der mit dem Finger auf die

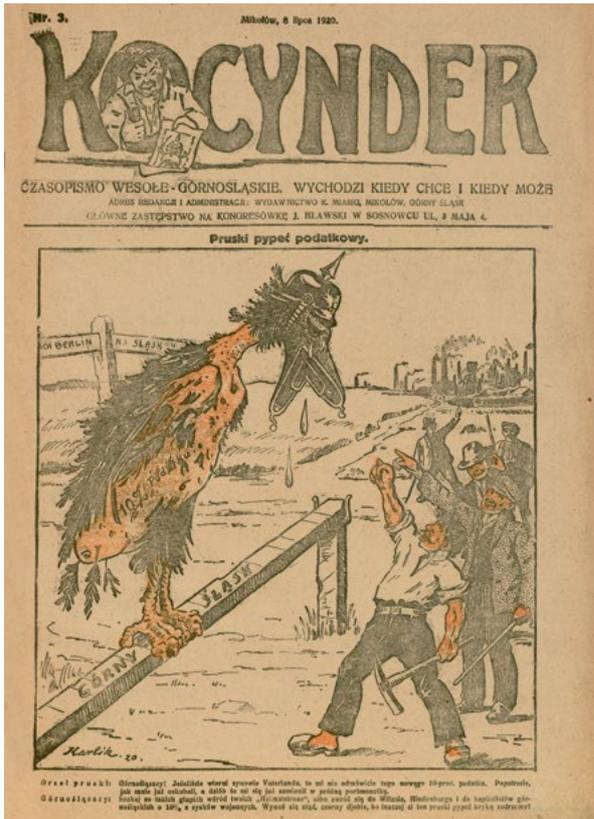


Abb. 19 Der federlose preußische Adler als Symbol für die vermeintliche Schwäche des Deutschen Reiches – Pruski pypeć podatkowy [Preußischer Steuerpips]. In: *Kocynder* 1/3, 8. 7. 1920, S. 1.

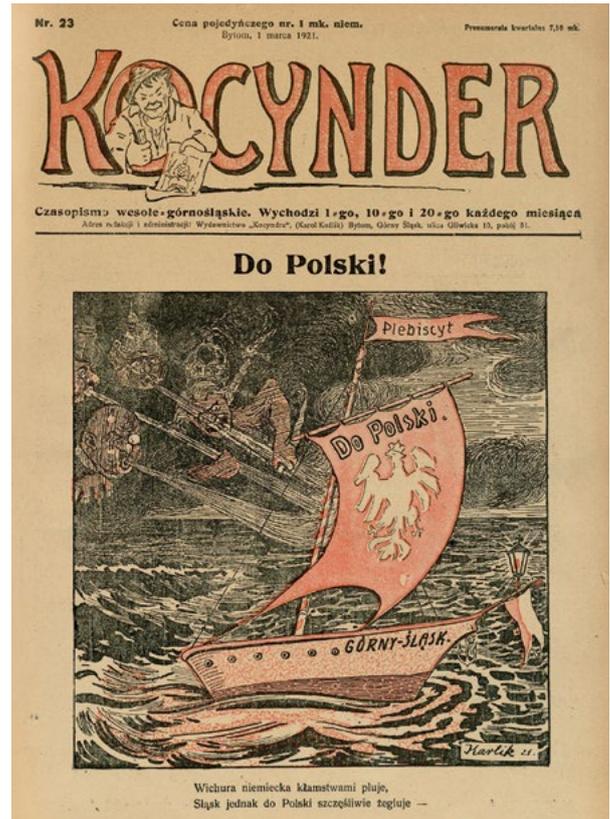


Abb. 20 Oberschlesien segelt nach Polen: Die Volksabstimmung sollte als einmalige Gelegenheit für die Erfüllung nationaler Selbstbestimmung dargestellt werden – Do Polski! [Nach Polen!] In: *Kocynder* 2/23, 1. 3. 1921, S. 1.

Worte »das sind meine Schulden« deutet. Darauf antwortet der Hantelsportler, der das Deutsche Reich symbolisiert: »Um meine Schulden zu stemmen, brauche ich dafür unbedingt Oberschlesier« (Abb. 17).

Um das Deutsche Reich zu diskreditieren, wurden auch andere Symbole des Staates lächerlich gemacht. Die Auszeichnungen für die Verdienste deutscher Soldaten wurden oft durch die Darstellung von personifizierten Tieren, wie z. B. Eseln, die unter anderem mit dem deutschen Eisernen Kreuz geschmückt waren, lächerlich gemacht. Andererseits veröffentlichte *Kocynder* eine Zeichnung des Illustrators Kazimierz Grus, auf der ein Pole auf einem Pferd über ein Hindernis mit der Aufschrift »Volksabstimmung« springt und ein deutscher Reiter mit seinem Pferd darüber stürzt. Die Bildunterschrift lautet: »das polnische Pferd nimmt das Hindernis, die deutsche Stute bricht aus und der deutsche Reiter gibt auf« (Abb. 18).⁶⁹

Ebenfalls oft verspottet wurde das Staatswappen des Deutschen Reiches, der schwarze Adler. Davon zeugt eine Illustration von Stanisław Ligoń aus dem *Kocynder* mit dem Titel »Preußischer Steuerpips«,⁷⁰ auf der ein federloser deutscher Adler mit charakteristischem preußischem Helm und offenem Schnabel dargestellt ist. Dieser Schnabel ähnelt einem leeren Geldbeutel, und der Adler selbst sitzt auf einer Hühnerstange und bittet die Oberschlesier um eine neue Steuer. Als Antwort bekommt er zu hören, dass er sich solche Deppen unter seinen »Vaterlandsverteidigern« suchen solle oder Kaiser Wilhelm bzw. Reichsmarschall Hindenburg und die oberschlesischen Kapitalisten um ein Zehntel der Kriegsgewinne bitten könne (Abb. 19).⁷¹

Wenige Wochen vor der Volksabstimmung druckte der *Kocynder* auf der Titelseite eine Illustration, die sich auf die früheren deutschen Behauptungen über die Wankelmütigkeit und Instabilität des polnischen Staa-



Abb. 21 Die polnische Arbeiterschaft wehrt sich symbolisch mit allen Mitteln gegen den deutschen »Michel«, karikaturistisches Symbol für das Deutsche Reich – Oto jedyny i najlepszy argument w walce naszej z Niemcami o Górną Śląsk [Hier ist das einzige und beste Argument in unserem Kampf gegen die Deutschen um Oberschlesien]. In: *Szczutek* 4/5, 27.1.1921, S. 1.

tes bezieht und Oberschlesien als Schiff zeigt, das nach Polen segelt. Darunter steht: »Der deutsche Sturm spuckt Lügen, aber Schlesien segelt fröhlich nach Polen« [im Original gereimt, Anm. d. Übers.] (Abb. 20).

Dies war gleichermaßen ein klares und unmissverständliches Signal an die Leser:innen der oben genannten Zeitung, an die Bewohner:innen der Region und an die Deutschen. Es sollte zeigen, dass diese trotz aller Gefahren und Widrigkeiten, die ihnen aus der Richtung des Deutschen Reiches drohten, ihren Traum vom Leben in einem unabhängigen polnischen Staat verwirklichen können würden. Die bevorstehende Volksabstimmung wurde dargestellt als einmalige Gelegenheit, ihr Nationalbewusstsein in großem Maßstab zu demonstrieren und zu zeigen, was sie wirklich von der deutschen Propaganda hielten.

Bevor das oberschlesische Gebiet nach dem Dritten Schlesischen Aufstand im Jahr 1921 aufgeteilt wurde, malte der polnische Karikaturist Zygmunt Kurczyński ein Bild mit dem Titel »Hier ist das einzige und beste Argument in unserem Kampf gegen die Deutschen um Oberschlesien.«⁷² Es zeigt einen schnauzbärtigen Polen, der dem »Michel« (eine scherzhafte Bezeichnung für die Deutschen), der eine traditionelle Schlafmütze und Hausschuhe trägt, einen Faustschlag ins Gesicht versetzt. Auf dem Boden liegt eine Spitzhacke, die der Pole entweder dort liegen ließ oder die ihm vom »Michel« aus der Hand gerissen wurde (Abb. 21).⁷³ Der wiederholte Terror des Feindes wurde in diesem Fall zu einem entscheidenden Argument für die polnische Verteidigung.⁷⁴

In der deutschen Propaganda wurde Polen als ein armes und rückständiges Land dargestellt. Diese zivilisatorische Kluft wurde beispielsweise durch die Wiederholung der Behauptung, die Pol:innen seien schmutzig und es mangle ihnen an Hygiene, verstärkt. In einer Illustration steht ein deutscher Soldat vor einer verfallenen Hütte. Davor entlaust eine Frau den Kopf eines Kindes, das zwischen zwei Schweinen sitzt. Der deutsche Soldat, der die Situation beobachtet, beginnt sich bereits selbst zu kratzen (Abb. 22).⁷⁵ In der Zeitung *Pieron* porträtierte der Karikaturist Heinrich Zille einen Mann, dessen Kopf aus einem Abort herauschaut, und versah ihn mit der Überschrift: »Ich fange langsam an, mich an die polnischen Verhältnisse zu gewöhnen!« (Abb. 23).⁷⁶

Mit Blick auf die Alphabetisierung wurde in der deutschen Presse behauptet, dass in Oberschlesien jeder lesen und schreiben könne, während im polnischen Landesinneren nicht einmal die Hälfte der Bevölkerung diese Fähigkeit erworben habe. Es wurde gefordert, dass die Republik, bevor sie die oberschlesische Region verwalten könne, zunächst ihren eigenen Kindern das Lesen und Schreiben beibringen müsse. Die Wochenzeitschrift *Pieron* veröffentlichte eine Karikatur mit dem Titel »Schulprüfung«, in der die Frage gestellt wird: »Kannst du lesen? Nein? Schreiben kannst du auch nicht? Gut – ab morgen bist du der neue polnische Schulinspektor!« (Abb. 24). Die Reichspropaganda verbreitete die Ansicht, dass die Polnische Republik im Vergleich zur Entwicklung Oberschlesiens weit zurücklag. Sie behauptete, Oberschlesien könne nur innerhalb der Grenzen des deutschen Staates vor Gefahren (einschließlich der Beschränkung der industriellen Produktion) geschützt werden, die mit dem Anschluss des Gebietes an die Polnische Republik verbunden wären. Die Deutschen stell-



Abb. 22 und 23 In deutschen Illustrationen wurde das Bild einer rückständigen polnischen Kultur in Abgrenzung zu einem fortschrittlichen deutschen Nationalstaat gezeichnet – Oberschlesier, warst Du in Polen? Dann weißt Du ja, was Du von »polnischer Kultur« zu erwarten hast! O. O.: o. Verl., 1921; Im polnischen Cabinet. In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 29.

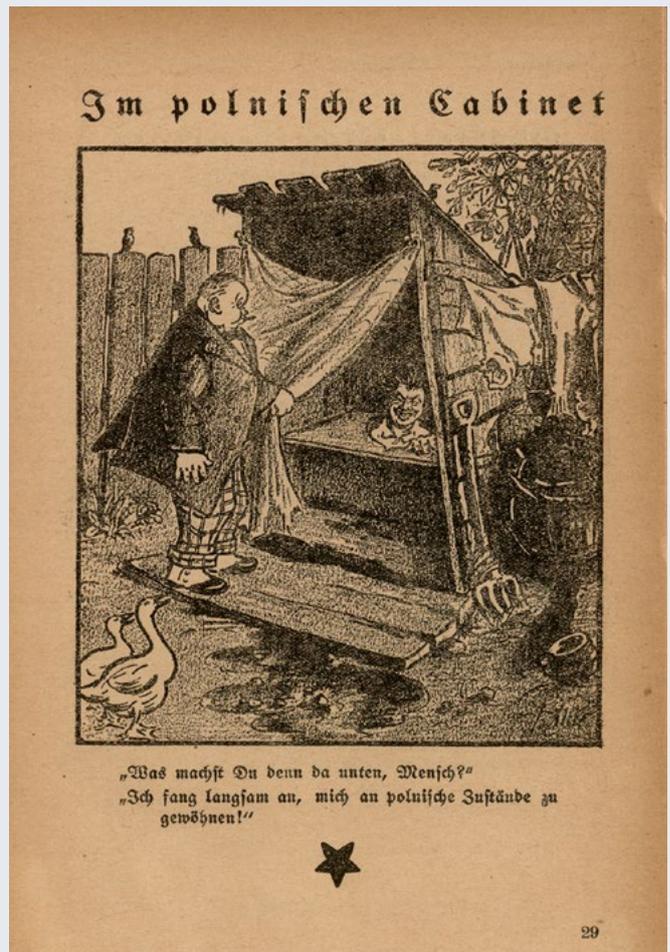




Abb. 24 Zugeschriebener Analphabetismus als Abwertung der polnischen Bevölkerung und der Polnischen Republik – Schulprüfung. In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 88.

ten die Frage: »Wird unser Land mit seiner Hochkultur der polnischen Verschwendung zum Opfer fallen?«⁷⁷

Die polnische Propaganda drehte das Thema herum und zeigte, dass das deutsche Bildungssystem nur ein weiterer Ausdruck der Unterdrückung wäre. Eine satirische Zeichnung, die während der Schlesischen Aufstände entstand, zeigt ein Klassenzimmer, in dem die Forderung der Kinder, sie mögen auf Polnisch unterrichtet werden, an der Tafel geschrieben steht. Daneben steht ein verwirrter deutscher Lehrer mit einem Stock in der Hand (eine Anspielung auf die Schulstreiks jener Zeit). Unter ihm steht ein Zitat aus der »Rota« [eines der bekanntesten Werke der polnischen Schriftstellerin Maria Konopnicka, das sich mit der Germanisierung Polens durch die Preußen auseinandersetzt; Anm. d. Übers.] sowie der Text »Weg mit der deutschen Schule – wir wollen polnischen Unterricht« (Abb. 25).

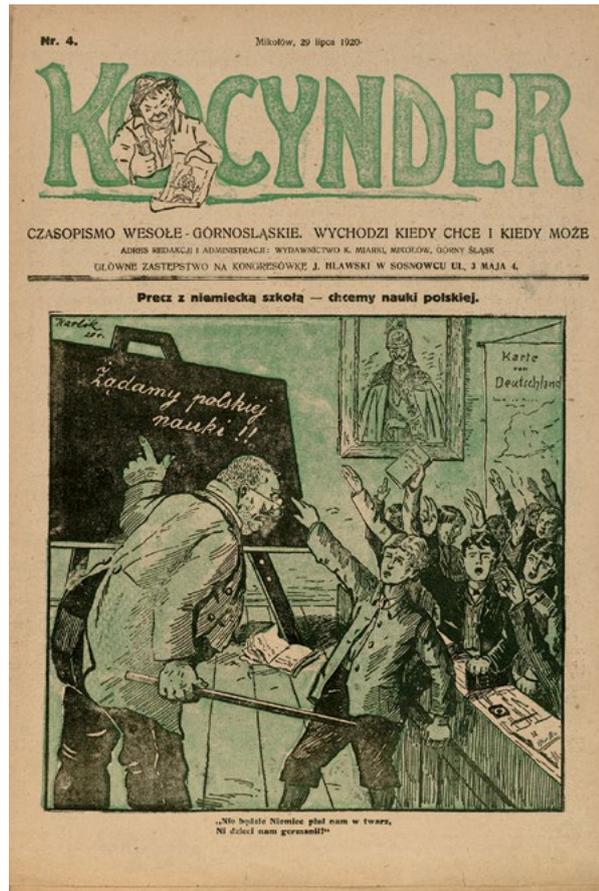


Abb. 25 Das Bildungssystem war ein wichtiger Teil der kulturellen Auseinandersetzungen in Oberschlesien – Precz z niemiecką szkołą [Weg mit der deutschen Schule]. In: Kocynder 1/4, 29. 7. 1920, S. 1.

Die Darstellung der »Leiter« der Plebiszitkommissariate

Eines der beliebtesten ikonografischen Motive waren die Leiter der Plebiszitkommissariate auf beiden Konfliktseiten, Wojciech Korfanty und Kurt Urbanek. Ersterer forderte am Ende des Ersten Weltkriegs vor dem deutschen Parlament lautstark die Eingliederung aller preußischen Teilungsgebiete Polens sowie Oberschlesiens in den zukünftigen polnischen Staat. In den Jahren 1918/19 war Korfanty Mitglied des Obersten Volksrates, der während des Großpolnischen Aufstandes die Regierung in Großpolen bildete. Ein Jahr später leitete er das polnische Plebiszitkommissariat in Oberschlesien, das die Eingliederung der Region in die wiedergeborene Republik Polen anstrebte. Deutsche Agitatoren versuchten auf verschiedene Weise, Korfanty in den Augen der regionalen Öffentlichkeit zu diskreditieren.

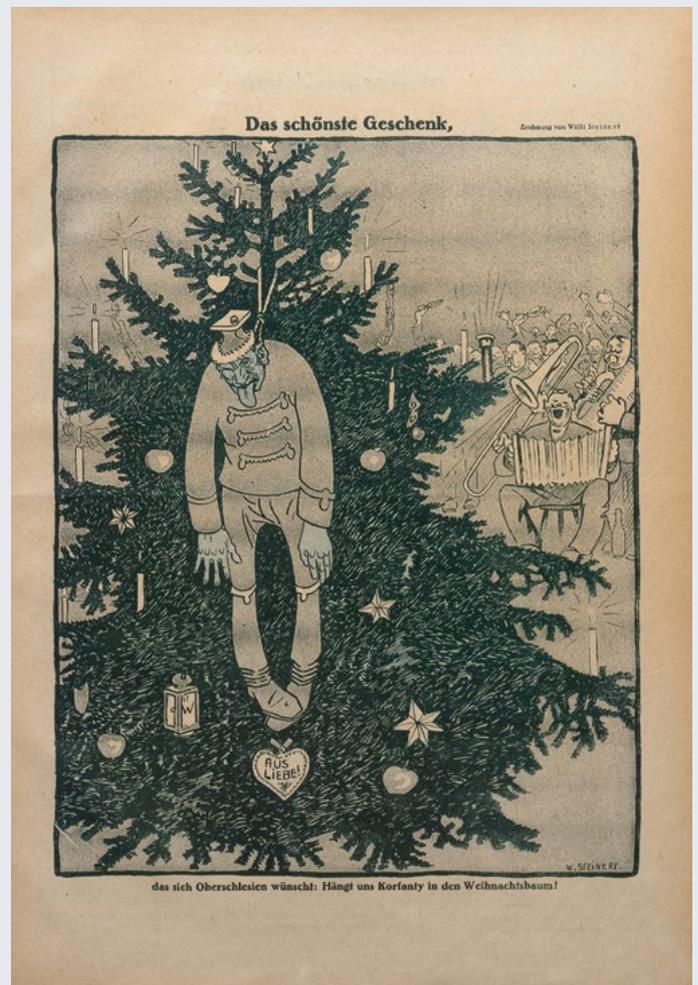
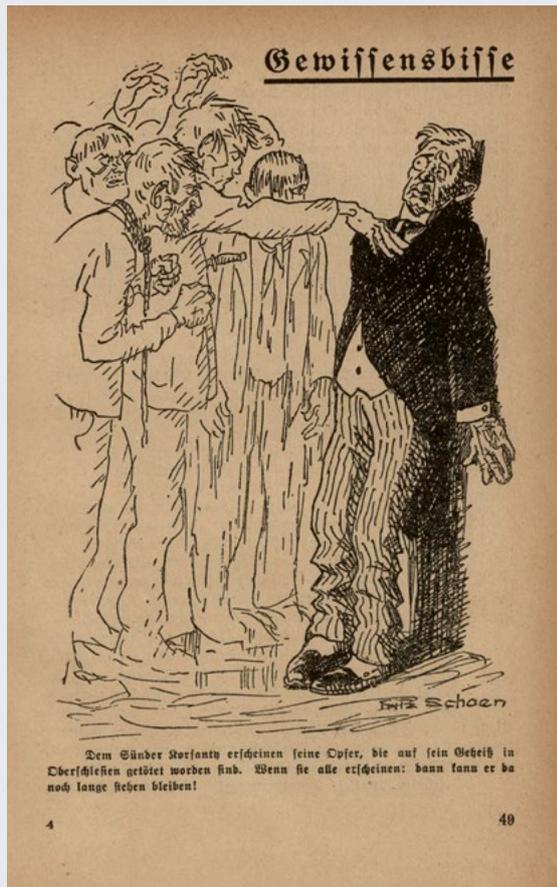


Abb. 26 und 27 Wojciech Korfanty, der Leiter des polnischen Plebiszit-kommissariats, als Projektionsfläche antipolnischer Ressentiments – Gewissensbisse. In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 49; Das schönste Geschenk, [...]. In: Pieron 1/23, 18.12.1920, S. 3.

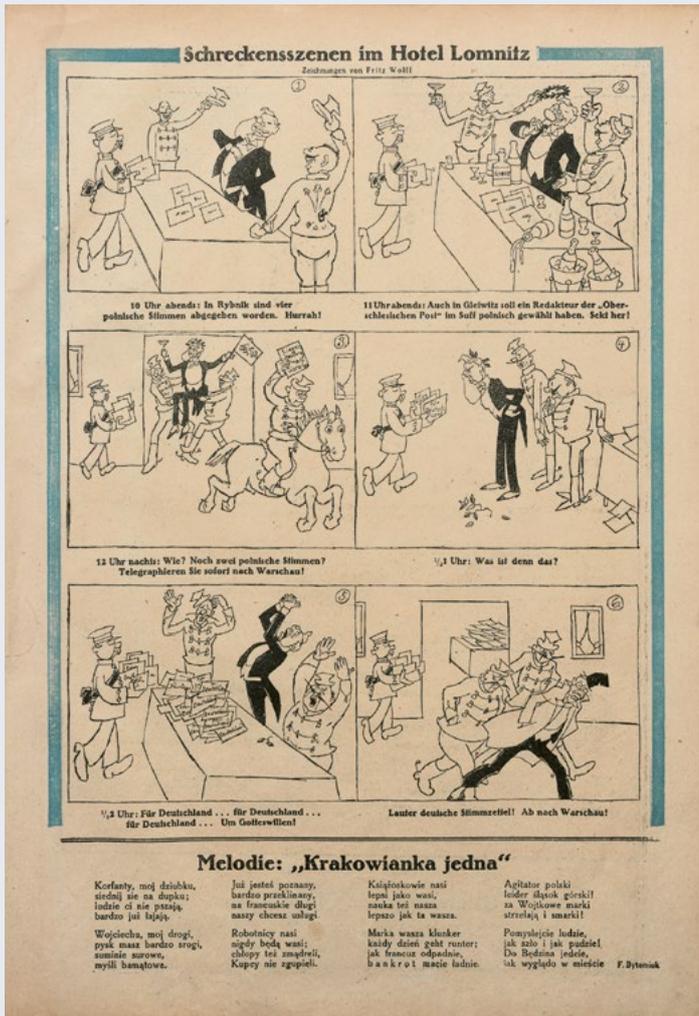


Abb. 28 und 29 Das Hotel Lomnitz als Symbol für die polnische Volksabstimmungspropaganda – Schreckensszenen im Hotel Lomnitz. In: Pieron 2/13, 26. 3. 1921, S. 5; Vor der Abstimmung. In: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 61.



Vor allem beschuldigten sie ihn wiederholt zahlreicher Gewalttaten sowie der Ermordung seiner politischen Gegner. Am bekanntesten war der Fall des Mordes am Gründer des Oberschlesischen Plebiszitkomitees, Teofil Kupka. Die Stichhaltigkeit dieser Anschuldigungen war problematisch.⁷⁸ In der Zeitung *Pieron* erschien aus jenem Anlass eine Illustration mit dem Titel »Gewissensbisse«, die zeigt, wie eine große Anzahl »seiner [Korfantys] Opfer auf dessen Befehl hin in Oberschlesien starb«.⁷⁹ Unter dem Bild droht Korfanty: »Wenn weiterhin Verräter auftauchen, wird diese Situation für lange Zeit andauern« (Abb. 26).

Er galt in der deutschen Propaganda als Inbegriff des Bösen. Visuell wurde ihm gar der Tod gewünscht. So zeigt ihn eine Karikatur von Willi Steinert hängend an einem Weihnachtsbaum (Abb. 27). Korfanty trägt auf dem Bild die charakteristische Konfederatka sowie Krakauer Tracht, welche ein deutliches Erkennungsmerkmal für die polnische Nationalität darstellt.

In der deutschen Agitation galt das »Hotel Lomnitz« als Zentrum der polnischen Volksabstimmungspropaganda. Ein Beweis dafür ist eine Karikatur, die auf den Seiten des *Pieron* veröffentlicht wurde. In dieser werden zwei beliebte Adlige, bekleidet mit Konfederatka und Krakauer Tracht, während einer vermeintlichen »Orgie« dargestellt. Sie unterhalten sich über die Zukunft, trinken Alkohol und klopfen sich auf die Schultern, während im Hintergrund die Sektkorken fliegen (Abb. 28 und 29).

Auch das Verhältnis zwischen Korfanty und der deutschen Presse in der Zeit vor der Volksabstimmung war ein interessantes Themenfeld. In der Zeitung *Kocynder* zeigen zwei Abbildungen unter dem Titel »Korfanty und die deutsche oberschlesische Presse« die Situation vor und während der Volksabstimmung. Auf der ersten steht Korfanty vor einer Meute bellender Hunde, die den polnischen Plebiszitkommissar wütend angreifen. Doch trotz der Angriffe bleibt dieser relativ gelassen. Auf dem zweiten Bild hingegen präsentiert sich Korfanty als Sieger und verjagt mit einem Stock die Hundemeute, die nun Angst vor ihm hat und davonläuft. Dieser »Stock« symbolisiert die Volksabstimmung, die beweisen soll, dass Oberschlesien polnisch ist (Abb. 30).

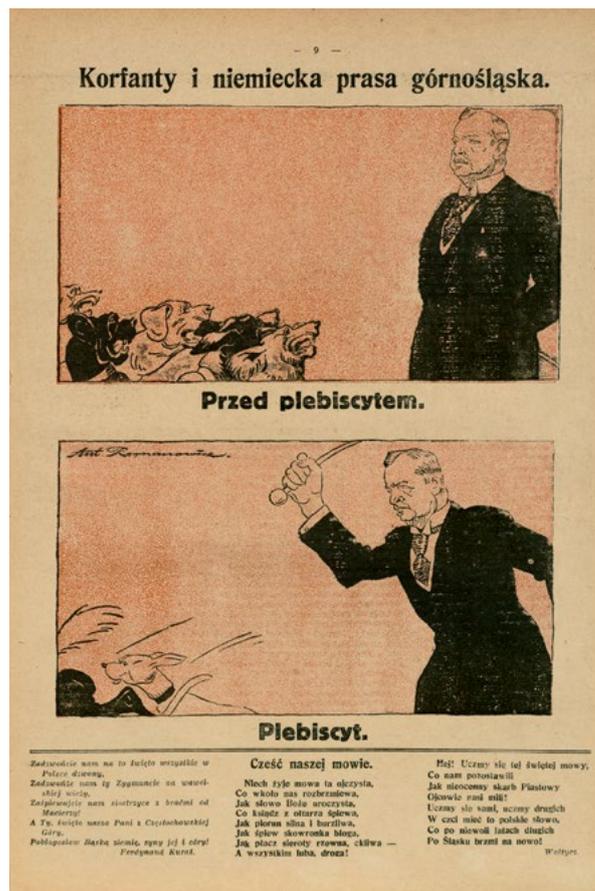


Abb. 30 Korfanty gegen die deutsche Presse: Die Volksabstimmung vertreibt die »deutschen Hunde« – Korfanty i niemiecka prasa górnośląska [Korfanty und die deutsche oberschlesische Presse]. In: *Kocynder* 2/26, 20.3.1921, S. 9.

Während des polnisch-deutschen Propagandakampfes 1919 bis 1921 spielten visuelle Medien (u. a. Presseillustrationen, Postkarten, Plakate, Aushänge, Flugblätter) eine wichtige Rolle. Die Ikonografie erreichte die Leser:innen am stärksten über Humorzeitschriften, Plakate und Postkarten. Sowohl der polnische *Kocynder* als auch der deutsche *Pieron* beeinflussten mit ihrem schonungslosen Humor und ihren satirischen Illustrationen die Gedanken und Entscheidungen der Einwohner:innen Oberschlesiens, die bei der bevorstehenden Volksabstimmung über die nationale Zugehörigkeit der Region entscheiden sollten. Das durchschnittliche Publikum der Zeitschriften setzte sich aus Vertreter:innen aller Gesellschaftsschichten zusammen: der lokalen Intelligenz, der Arbeiterschaft und der bildungsfernen Bevölkerung. Beide

Zeitschriften versuchten die Schwächen des Gegners so stark wie möglich hervorzuheben und somit seine Chancen auf einen Sieg bei der Volksabstimmung zu minimieren.

Die Mitarbeiter:innen der Redaktionen sowie der grafischen Abteilungen verfügten über entsprechende Ausbildung und Qualifikation, um Artikel und Illustrationen zu erstellen, welche in der Regel pädagogischer oder künstlerischer Natur waren. Die auf den Seiten von *Kocynder* und *Pieron* abgebildeten Grafiken behandeln unterschiedliche gesellschaftliche Fragestellungen. Dazu gehören Themen wie der Feind, Polen und Deutschland, die politische Führung, die Volksabstimmung und der bewaffnete Kampf.

Jede Illustration, die sich mit den oben genannten Themen befasst, sollte den Gegner und sein Verhalten in Verruf bringen und Ressentiments gegen ihn wecken, indem sie sich auf negative Archetypen bezog, die fest in der regionalen schlesischen Tradition verwurzelt waren, z. B. den Großindustriellen, der die Arbeiter:innen ausbeutete. Diese Aspekte waren aus Sicht der Zeitungen im Hinblick auf die bevorstehende Entscheidung über die nationale Zugehörigkeit Oberschlesiens am bedeutendsten. Positive Propaganda und Zukunftsbilder der Region waren weniger verbreitet. Beide Zeitungen erfüllten ihre Rolle perfekt, indem sie sich an den Bedürfnissen und Möglichkeiten ihrer Leser:innen orientierten. Dadurch trugen sie zweifellos zum Endergebnis der Abstimmung bei.

Aus dem Polnischen übersetzt von Anne Mühlich

Anmerkungen

1 Das vorliegende Kapitel von Marcin Wieloch stützt sich vor allem auf polnische Studien aus den 1960er und 1970er Jahren. Erforscht wurde in dieser Literatur besonders die Rolle der Presse während des Ringens um die Wahlstimmen der Oberschlesier, darunter ZIELIŃSKI, Wojciech: *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa na Górnym Śląsku* [Polnische und deutsche Volksabstimmungspropaganda in Oberschlesien]. Wrocław 1972; MALCZEWSKI, Fryderyk: *Z teorii i praktyki propagandy* [Aus Theorie und Praxis von Propaganda]. Warszawa 1967. Die Autorinnen des Buches möchten noch beispielhaft auf folgende neuere polnische Beiträge zum Thema hinweisen, was nicht erschöpfend zu verstehen ist. KUCZERA, Sabina: *Propaganda plebiscytowa na łamach »Górnoślązaka« w okresie bezpośrednio poprzedzającym plebiscytu górnośląski* [Propaganda für das Plebiszit auf den Seiten des »Górnoślązaka« in der Zeit unmittelbar vor dem Plebiszit in Oberschlesien]. In: *Śląski Almanach Powstańczy 2018*, Bd. 4, S. 29–45; SIUCIAK, Mirosława: *Polska agitacja patriotyczna w prasie górnośląskiej okresu powstań i plebiscytu 1919–1921* [Polnische patriotische Agitation in der oberschlesischen Presse während der Aufstände und der Volksabstimmung 1919–1921]. In: *Język Polski 4* (2020), S. 51–67. Als grundlegende polnischsprachige Monografie zur Volksabstimmung Fic, Maciej: *Plebiscyt górnośląski 20 marca 1921 roku. Najbardziej demokratyczna forma wyboru?* [Oberschlesisches Plebiszit am 20. März 1921. Die demokratischste Form der Wahl?] Warszawa 2022, und zur Satirezeitschrift »Kocynder« SKOWRONEK, Piotr: *Rola »Kocyndra«: czasopisma wesołego górnośląskiego, [które] wychodzi kiedy chce i kiedy może» w okresie powstań i plebiscytu na Górnym Śląsku* [Die Rolle der Zeitschrift »Kocynder: der fröhlichen oberschlesischen Zeitschrift, die erscheint, wann sie will und wann sie kann«, während der Aufstände und der Volksabstimmung in Oberschlesien]. In: *Polskość w narracjach medialnych z perspektywy Górnego Śląska* [Polnischsein in Medienerzählungen aus der Perspektive Oberschlesiens]. Hg. v. Aleksandra PETHE u. a. Katowice 2019, S. 111–159. Weitere Forschungen zum Plebiszit und zur Plebiszitpropaganda liegen ebenso auf Deutsch vor, darunter ist auszugsweise zu nennen: GROSCHE, Waldemar: *Deutsche und polnische Propaganda während der Volksabstimmung in Oberschlesien 1919–1921*. Dortmund 2002; GÓRNY, Maciej: *Oberschlesien und die Grenzen der Selbstbestimmung*. In: *Frieden durch Volksabstimmungen? Selbstbestimmungsrecht und Gebietsreferenden nach dem Ersten Weltkrieg*. Hg. v. Jens Oliver SCHMITT und Reinhard STAUBER. Wien 2022, S. 197–220; *Die Volksabstimmung in Oberschlesien 1921. Nationale Selbstbestimmung oder geopolitisches Machtspiel?* Hg. v. David SKRABANIA und Sebastian ROSENBAUM. Paderborn 2023.

2 ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 103.

3 MALCZEWSKI, *Z teorii i praktyki propagandy*, S. 98–99; DOBEK-OSTROWSKA, Bogusława u. a.: *Teoria i praktyka propagandy* [Theorie und Praxis der Propaganda]. Wrocław 1999, S. 33–35.

4 ŁAKOMY, Ludwik: *Plebiscyt górnośląski 1921–20 III–1936* [Oberschlesische Volksabstimmung 1921/20. März 1936]. Katowice 1936, S. 40.

5 ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 104. Ein prägnanter Überblick über Geschichte und Theorie der Propaganda findet sich beispielsweise in BUSSEMER, Thymian: *Propaganda. Konzepte und Theorien*. Wiesbaden 2005.

6 ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 105.

7 *Rozkaz!; Rodaczki!; Cześć Pieśni! [Befehl!; Landsleute!; Ein Hurra für das Lied!]*. In: *Nowiny Codzienne, Śląska Biblioteka Cyfrowa (ŚBC)*. 17. 3. 1921, S. 1.

8 Das Polnische Plebiszitkommissariat war eine Organisation, welche die Grundlagen für die künftige polnische Verwaltung in Oberschlesien schaffen sollte. Es war von Februar 1920 bis April 1921 im Einsatz. Geleitet wurde es von Wojciech Korfanty. Es war sehr weitreichend, denn es umfasste 27 Abteilungen und Sektionen, darunter eine Nachrichten- und Informationsabteilung sowie eine Presseabteilung.

- 9** KRZYK, Józef: *Wojna papierowa. Powstania śląskie 1919–1921* [Der Papierkrieg. Die schlesischen Aufstände 1919–1921]. Warszawa 2014, S. 4.
- 10** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 106.
- 11** Ebd., S. 110.
- 12** PROCEK, Małgorzata: *Plastyka powstań śląskich i plebiscytu* [Die schlesischen Aufstände und die Volksabstimmung in der bildenden Kunst]. In: *Zeszyty Gliwickie* [Gleiwitzer Hefte]. Bd. 5. Katowice 1967, S. 104–106.
- 13** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 110–111.
- 14** SOSNOWSKI, Kazimierz: *Wojna papierowa o Górny Śląsk* [Der Papierkrieg um Oberschlesien]. In: *Polska Zachodnia*, 25. 3. 1928, S. 8.
- 15** PROCEK, *Plastyka*, S. 106.
- 16** Ebd., S. 107.
- 17** Weitere Forschungen zu dieser Zeitschrift: SKOWRONEK, Piotr: *Rola »Kocyndra«*, S. 111–159.
- 18** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 112.
- 19** Es finden sich jedoch vereinzelt antisemitische Bildercodes im Material, die in diesem Kapitel nicht weiter diskutiert werden.
- 20** PARYS, Paweł: *Informacje o Żydach w aktach powstańczych (komunikat)* [Informationen über Juden in Akten der Aufständigen (Ankündigung)]. In: *Żydzi na Górnym Śląsku w XIX i XX wieku* [Juden in Oberschlesien im 19. und 20. Jahrhundert], *Zeszyty Rybnickie*. Bd. 14. Hg. v. Dawid KELLER und Barbara KALINOWSKA-WÓJCİK. Rybnik 2014, S. 171–178.
- 21** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 115.
- 22** Kurz nach der Niederlage im Ersten Weltkrieg versuchten die Deutschen um jeden Preis, insbesondere in den Pressemedien, zu zeigen, dass ihr Land in jeder Hinsicht noch immer stark sei. Im Gegensatz dazu korrigierten die Polen die Falschmeldungen in den deutschen Zeitungen und stärkten den Glauben ihrer Landsleute an die dauerhafte Wiedererlangung der Unabhängigkeit und die Entwicklung des Landes.
- 23** RATAJEWSKI, Jerzy: *»Der Weisse Adler« polskie czasopismo walczące* [»Der Weisse Adler« polnische Kampfzeitschrift]. *Opole* 1966, S. 9. Die Zeitung *Der Weiße Adler* selbst wurde 1919 gegründet und richtete sich an die teilweise germanisierten Oberschlesier.
- 24** GAWRYCH, Józef Alojzy: *Hotel Lomnitz. Z tajemnic szefa wywiadu* [Hotel Lomnitz. Aus den Geheimnissen des Geheimdienstchefs]. Katowice 1947, S. 161–167.
- 25** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 130.
- 26** Ligoń, Stanisław (1879–1954) – Polnischer Illustrator, Kultur- und Nationalaktivist. Ab dem Sommer 1920 veröffentlichte er unter dem Namen »Karlík« seine Propaganda-Zeichnungen, kombiniert mit Worten und Anekdoten, auf den Seiten des *Kocynder*. Er schuf zudem unzählige humoristische Epigramme und Witze für die Zeitung. HAWRANEK, Franciszek: *Encyklopedia powstań śląskich* [Enzyklopädie der schlesischen Aufstände]. *Opole* 1982, S. 273.
- 27** Przybyła, Jan (1884–1942) – Polnischer Schriftsteller und Kolumnist. Im April 1920 kam er nach mehrjähriger Abwesenheit nach Oberschlesien zurück und wurde Mitglied der Presseabteilung des Polnischen Plebiszitkommissariats. Er veröffentlichte seine poetischen und prosaischen Werke im *Kocynder*. KRZYK, *Wojna papierowa*, S. 55–56.
- 28** GRZONKA, Henryk: *Stanisław Ligoń 1879–1954*. Katowice 2019, S. 18–19.
- 29** Ebd., S. 19.
- 30** Dies geschah, um das Gefühl der Zugehörigkeit der Region zu Polen zu stärken und um zu zeigen, dass sich der schlesische Dialekt aus dem Altpolnischen und nicht aus dem Deutschen entwickelt hatte.
- 31** Es handelt sich hierbei um ein Diminutiv des Namens Karol oder Karel. KRZYK, *Wojna papierowa*, S. 55.
- 32** Polak, Wiktor (1883–1941) – Polnischer Dichter, Aufständischer, Volksabstimmungsaktivist. Im Jahr 1919 trat er der Polnischen Militärorganisation in Oberschlesien bei. Er schrieb auch Gedichte in polnischer Sprache sowie im schlesischen Ethnolekt. HAWRANEK, *Encyklopedia*, S. 411; Rybarz, Edward (1884–1940) – Nationalistischer Aktivist, Mitglied des schlesischen Sejm. Nach 1918 war er u. a. Delegierter des Obersten Volksrates in Poznań. Er zeichnete sich als Mitorganisator und Ratsmitglied der Polnischen Militärorganisation aus. Im Jahr 1921 leitete er die Presseabteilung des Polnischen Plebiszitkommissariats. ROSTWOROWSKI, Emanuel: *Polski słownik biograficzny* [Polnisches biografisches Wörterbuch]. Bd. 33. Wrocław 1991, S. 293–295; Bednorz, Józef (1882–1941) – Polnischer Publizist, nationalistischer Aktivist in Schlesien. Während der Volksabstimmungskampagne arbeitete er in der Presseabteilung des polnischen Plebiszitkommissariats. Während des Dritten Schlesischen Aufstandes war er in der Abteilung II des Oberkommandos der Aufständischen Armee tätig; ŁOZA, Stanisław: *Czy wiesz kto to jest?* [Weißt Du, wer das ist?] Warszawa 1983, S. 33.
- 33** KRZYK, *Wojna papierowa*, S. 54.
- 34** Romanowicz, Antoni (1895–1963) – Maler, Grafiker und Karikaturist, geboren 1895 in Warschau. Im Jahr 1920 kam er nach Oberschlesien, um die Volksabstimmung vor Ort zu unterstützen. Von August 1920 bis Juli 1922 arbeitete er in der Propagandaabteilung des Polnischen Plebiszitkommissariats in Beuthen. Er veröffentlichte Zeichnungen und Karikaturen im *Kocynder* und veröffentlichte sie ebenso auf Plakaten und Postkartenserien. Er schuf satirische Szenen, welche die Vorstellungskraft des Massenpublikums perfekt ansprachen. KRZYK, *Wojna papierowa*, S. 56.
- 35** Spiecker, Karl (1888–1953) – Deutscher Journalist und Politiker. Ab Februar 1920 leitete er als Vertreter des Staatskommissars für öffentliche Ordnung die deutsche Spionage- und Sabotagezentrale in Oberschlesien. Er widmete sich dieser Aufgabe nicht auf traditionelle und schematische Weise, da er ebenfalls ein führender antikommunistischer Aktivist und Koordinator einer antipolnischen Propagandakampagne war. Dank seiner vielseitigen Interessen gelang es ihm, ein starkes Zentrum der antipolnischen und arbeiterfeindlichen Ablenkungspropaganda zu schaffen. Er unterstützte die Presse, die lokalen Behörden, die Verteidigungsorgane und den Geheimdienst. ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 132–133.
- 36** Latacz, Ewald (1885–1953) – Schlesischer Politiker, Jurist und Notar. Er war Mitbegründer und Führer der Oberschlesischen Union in den Jahren 1919 bis 1921 und Verfechter der nationalen Identität der Oberschlesier sowie der Unabhängigkeit Oberschlesiens. Im Januar 1919 wurde er von den deutschen Behörden des Hochverrats beschuldigt und verhaftet. Im Frühjahr desselben Jahres wurde er unter Auflagen freigelassen, im Herbst von den Alliierten amnestiert. Von 1922 bis 1945 war er als Rechtsanwalt und Notar in Berlin tätig. JERCZYŃSKI, Dariusz: *Orędownicy niepodległości Śląska* [Die Befürworter der Unabhängigkeit Schlesiens]. Zabrze 2005, S. 128–139.
- 37** GOŁASZ, Zbigniew: *Polska czy Niemcy? Górny Śląsk na rozdrożu* [Polen oder Deutschland? Oberschlesien am Scheidepunkt]. Katowice 2021, S. 97.
- 38** GROSCHE, *Deutsche und polnische Propaganda*, S. 155.
- 39** ZIELIŃSKI, *Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa*, S. 133.
- 40** GROSCHE, *Deutsche und polnische Propaganda*, S. 271.
- 41** Tyc, Teodor (1896–1927) – Polnischer Historiker und nationalistischer Aktivist. Bis 1919 kämpfte er in den Reihen der preußischen Armee. Im Jahr 1920 war er stellvertretender Leiter der Presseabteilung des polnischen Plebiszitkommissariats. Nach der Teilung Oberschlesiens war er Mitbegründer der Gesellschaft der Freunde der Geschichte Westpolens in Poznań. Er war ebenso Mitbegründer des Vereins zur Verteidigung der westlichen Grenzgebiete und Herausgeber der *Westwache* sowie Träger des Ritterkreuzes des Ordens der Polonia Restituta. HAWRANEK, *Encyklopedia powstań śląskich*, S. 577.
- 42** TYC, Teodor: *Pamiętnik* [Tagebuch]. Poznań 1931, S. 91.

- 43** O.V.: Niemieckie pismo humorystyczne [Deutsche humoristische Zeitschriften]. In: *Gazeta Robotnicza*. 28.7.1920, S. 3.
- 44** Dammert, Rudolf (1879–1946) – Deutscher Verleger, Journalist und Autor von historischen Romanen. Während des Ersten Weltkrieges leistete er seinen Militärdienst, unter anderem als Presseoffizier in Rumänien. Danach gründete er mehrere Buch- und Zeitschriftenverlage sowie Werbeagenturen. JAHN, Bruno: Die deutschsprachige Presse. Ein biographisch-bibliographisches Handbuch. München 2005, S. 192.
- 45** Thalhofer, Hans (1886–1929) – Deutscher Journalist, Schriftsteller und Maler. Von 1919 bis 1920 war er stellvertretender Redakteur der *Ostdeutschen Morgenpost*. Seit Beginn der Zeitschrift *Pieron* veröffentlichte er dort seine Zeichnungen und Karikaturen. Nach der Gründung der Woiwodschaft Schlesien begann er seine Zusammenarbeit mit der Zeitschrift *Der Oberschlesische Wanderer*. PIOSKOWIK, Stefan: Hans Thalhofer ein Schriftsteller und Kunstmaler. Ein Zeitungsmann von besonderer Eigenart. In: *Oberschlesische Stimme*, 18.4.–1.5.2014, S. 3–4.
- 46** VOGEL, Rudolf: Deutsche Presse und Propaganda des Abstimmungskampfes in Oberschlesien. Bytom 1931, S. 130.
- 47** Ebd., S. 131.
- 48** Ebd., S. 132.
- 49** ZIELIŃSKI, Polska i niemiecka propaganda plebiscytowa, S. 134.
- 50** Die schlesischen Aufstände – eine Reihe von bewaffneten Konflikten in Oberschlesien, die in den Jahren 1919 bis 1921 zwischen der polnischen und der deutschen Bevölkerung stattfanden. Der wiedergegründete polnische Staat befand sich zu dieser Zeit im Aufbau.
- 51** SMOŁKA, Leonard: Między »zacofaniem« a »modernizacją« [Zwischen »Rückständigkeit« und »Modernisierung«]. Wrocław 1992, S. 41.
- 52** Siehe 1921 erschienenes Flugblatt: O.V.: »Bacność Powstańcy! Bacność Górnoślązacy!« [Obacht, Aufständische! Obacht, Oberschlesier!]. In: ŚBC, U. Śl. 86.
- 53** SMOŁKA, Między »zacofaniem«, S. 42.
- 54** Vgl. ebd., S. 46.
- 55** Vgl. ebd., S. 47.
- 56** Vgl. ebd., S. 53.
- 57** Osobliwy zwierz [Seltsames Getier]. In: *Kocynder*, 5.2.1921, S. 4.
- 58** JASIŃSKI, Zenon: Śląski kogel-mogel [Schlesisches Durcheinander]. Opole 2020, S. 54.
- 59** Grus, Kazimierz (1885–1955) – Polnischer Karikaturist, Grafiker und Buchillustrator. Am Ende des Ersten Weltkriegs kehrte er aus der russländischen Internierung in die damals polnische Stadt Lemberg/Lwów zurück. Dort begann er, mit der Zeitschrift *Szczutek* zusammenzuarbeiten. Während der Volksabstimmungskampagne beteiligte er sich an der Gründung von *Kocynder*, in der er seine satirischen Zeichnungen veröffentlichte. ŁOZA, Czy wiesz, S. 235.
- 60** JASIŃSKI, Śląski kogel-mogel, S. 61.
- 61** MITOSEK, Zofia: Literatura i stereotypy [Literatur und Stereotype]. Wrocław 1974, S. 69.
- 62** Nach: GROSCHE, Deutsche und polnische Propaganda, S. 301.
- 63** Ebd., S. 302.
- 64** JASIŃSKI, Śląski kogel-mogel, S. 53.
- 65** Vgl. SMOŁKA, Między »zacofaniem«, S. 64.
- 66** JASIŃSKI, Śląski kogel-mogel, S. 37.
- 67** Nach: SMOŁKA, Między »zacofaniem«, S. 48.
- 68** SOWA, Jan: Fantomowe ciało króla. Peryferyjne zmagania z nowoczesną formą [Der Phantomkörper des Königs. Periphere Kämpfe in moderner Form]. Kraków 2011, S. 268.
- 69** JASIŃSKI, Śląski kogel-mogel, S. 47.
- 70** Hier wird auf die Vogelkrankheit »Pips« angespielt, die vor allem zu Atemnot führt und sich durch Pusteln auf der Zunge zeigt. Die Krankheit erschwert die Nahrungsaufnahme.
- 71** Vgl. SMOŁKA, Między »zacofaniem«, S. 53.
- 72** JASIŃSKI, Śląski kogel-mogel, S. 64.
- 73** Nach: SMOŁKA, Między »zacofaniem«, S. 64.
- 74** Ebd., S. 63–64.
- 75** Nach: GROSCHE, Deutsche und polnische Propaganda, S. 290.
- 76** ORŁOWSKI, Hubert: Polnische Wirtschaft. Nowoczesny niemiecki dyskurs o Polsce [Polnische Wirtschaft. Der aktuelle deutsche Diskurs über Polen]. Olsztyn 1998, S. 262–284.
- 77** Vgl. GROSCHE, Deutsche und polnische Propaganda, S. 291.
- 78** JERCZYŃSKI, Orędownicy, S. 142–143.
- 79** Unmittelbar nach der Ermordung Kupkas gaben die Deutschen Korfanty die Schuld an der Tat und forderten seine Entfernung aus dem Abstimmungsgebiet. Ihrer Ansicht nach wurde jeder, der nicht mit den Ansichten des Plebiszitkommissars übereinstimmte, sofort aus dem regionalen politischen Leben entfernt.

Am Schluss eines Streifzugs: Fazit

Unsere Erkundungen der deutsch-polnisch-jüdischen Beziehungsbilder führten uns vom Dreikaisereck, wo sich bis in den Ersten Weltkrieg hinein das Deutsche Kaiserreich, das Habsburger Imperium und das Russländische Reich trafen, nach Galizien, wo polnische Identität im ausgehenden 19. Jahrhundert in Auseinandersetzung mit den Judenheiten ausgehandelt wurde, bis zurück nach Oberschlesien, wo in den Jahren 1919 bis 1921 eine intensive Auseinandersetzung um die potentielle Zugehörigkeit der Region zu Deutschland oder zu Polen, das im Zuge des Zerfalls der Imperien wiedererstand, stattfand.

Wir, ein interdisziplinäres Team mit kunsthistorischen, kultur- und politikgeschichtlichen Hintergründen, wandelten dabei auf den Spuren von populären, aber oft ephemeren Bildformaten. Vor allem die Bildpostkarte dominierte in den ersten zwei Jahrzehnten unseres Untersuchungszeitraums die Szenerie. Hunderte Motive des Grenzraums am Dreikaisereck und der Judenheiten in Galizien wurden zeitgenössisch produziert; tausendfach wurden sie gekauft und entweder verschickt oder gesammelt. Die Bilder bedeuteten den Menschen, seien es Durchreisende oder dort Lebende, etwas, sie schlossen an Einstellungen an und prägten diese mit heraus.

Nach dem Ersten Weltkrieg, der der Bildpostkarte einen weiteren Höhepunkt in der Verwendung bescherte, da Millionen Soldaten, die oftmals zum ersten Mal andere Regionen und Länder sahen, massenhaft auf das Bild-Text-Medium zurückgriffen, endete ihr »goldenes Zeitalter«. Visualität spielte in der politischen Kommunikation aber weiterhin eine wichtige Rolle. Bildpostkarten, Flugblätter und Plakate kamen etwa in den deutsch-polnischen Auseinandersetzungen um Oberschlesien zum Einsatz, aber besondere Durchschlagskraft entwickelten in dieser Phase zwei Satiremagazine, die auf die Kraft der Karikatur setzten. Die Bebilderung der Presse hatte seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert stetig zugenommen.

Auf unseren Streifzügen durch die historischen Bildwelten haben wir viel erfahren. Aus dem umfangreichen Untersuchungsmaterial hat sich am deutlichsten eine Erzählung der Grenzen herauskristallisiert – auf zwei Ebenen.

Grenzen und Grenzüberschreitungen als Faszinosum

Die Grenze zwischen dem Deutschen Kaiserreich, dem Habsburger Imperium und dem Russländischen Reich war ein sehr populäres Postkartenmotiv. In zahlreichen Varianten existierten Ansichten der konkreten physischen Grenze, also vom Schlagbaum, vom Häuschen der Grenzbeamten und von den Grenzbeamten selbst, in ihren unterschiedlichen Uniformen. Sie war zeitgenössisch auch in anderen Regionen ein beliebtes Motiv, so standen Staatsgrenzen für die Erfahrung von Liminalität und für Exotik. Schließlich war das ausgehende 19. Jahrhundert kein Jahrhundert der massenhaften fernräumlichen Mobilität im privaten und/oder beruflichen Kontext. Gesteigert wurde dies in den Kompositionen, in denen die Spannung der Grenze mit *Sex & Crime*-Elementen angereichert wurde. Themen des Schmuggels wurden offensiv aufgegriffen, Angebote der Prostitution mehr als angedeutet.

Darüber hinaus gab es ein Set an Motiven, die eine Erzählung unterschiedlicher kultureller Wertigkeiten der einzelnen Gebiete jenseits der Grenzen vermittelten. Insbesondere der postkartalische deutsche Blick auf jene Landstriche, die jenseits der Grenze mit dem Habsburger Imperium und dem Russländischen Reich lagen, betonte Unterschiede in der Urbanisierung und in der Gestaltung von Raum. Auf der einen Seite der Grenze, der deutschen, wurden Stadtarchitekturen betont, damit mithin die (urbane) Entwicklung, auf der anderen Seite, der polnischen Seite in beiden Imperien, die niedrige Bebauung, die Weite des Raums, manchmal der Schmutz, inszeniert.

Postkarten aus dem Dreikaisereck zeigen die deutsche Gesellschaft in Myslowitz/Mysłowice als eine, die aus eleganten Damen und Herren bestand, die die örtliche Promenade entlangschlenderten oder sich in den Restaurantgärten unterhielten. Die preußische oder deutsche Bilderzählung dominierte das Postkartenschaffen, was auch an der Symbolik abzulesen ist: Bei den Darstellungen der drei Kaiser war der preußische König häufig im Vordergrund; bei den Landschaftsabbildungen und/oder zeichnerischen Ornamenten wurde der Bismarckturm oft in Szene gesetzt. Der Fluss Przemsza/Przemsza, der sich in zwei Flussarme, die weiße und die schwarze Przemsza teilt, ist zusammen mit der dazugehörigen Landschaft eines der häufigsten Motive auf Postkarten aus Myslowitz. Hier werden visuell auch die Beziehungen

zwischen Einheimischen und Neuankömmlingen definiert – Wirtschaftsmigrant:innen aus dem Osten und Vertreter:innen verschiedener Ethnien, sehr häufig Jüdinnen:Juden sowie Geschäftsleute aus Galizien.

Abgrenzungen und Ausgrenzungen: Von der (gefährlichen) Körperlichkeit des Nationalismus

Grenzziehungen nahmen die Ansichtskarten der Jahrhundertwende und dann die Presseillustrationen der Phase nach 1918 aber auch auf anderer Ebene vor. Sie stellten unterschiedliche Gruppen, Pol:innen und Jüdinnen:Juden, Deutsche und Pol:innen, einander gegenüber. Visuelle Kommunikation erfordert die visuelle Kennzeichnung und Stereotypisierungen von Personen, die es ermöglichten, die sozialen Akteure der Grenzbegegnungen zu unterscheiden. Entsprechend trug die massenhafte visuelle Kommunikation zu der Herausbildung von Gruppenstereotypen bei, die an Körperlichkeiten festgemacht wurden. Dies gilt in besonderem und hervorgehobenem Maße für die Inszenierung der Judenheiten, wie sie massenhaft auf Postkarten aus Galizien zu finden war. Handelte es sich in Teilen um Inszenierungen mit einem antisemitischen Motivset, wie es sich im gesamten Europa zeitgenössisch herauszubilden begann, erzählten andere Postkarten eine Geschichte der Nicht-Integrierbarkeit von Judenheiten in die polnische und deutsche Nation: Sie blieben die Anderen, was im reduzierten Bildmedium der Postkarte an ihren Körpern festgemacht wurde. Antisemitische Modelle aus Galizien wurden auch auf Postkarten aus Myslowitz abgebildet. Nicht nur ihre Kultur und ihre Religion, sondern die Menschen in ihrer Körperlichkeit, der sie – egal in welcher Kleidung, egal wie assimiliert – nicht entrinnen konnten, wurden der Lächerlichkeit preisgegeben und dem Hass, wie sich in mancher Anschlusskommunikation zeigte. Die rassenbiologische Variante des Judenhasses, der selbst religiöse Konversion und kulturelle Assimilation von der Akzeptanz ausschloss, wurde hier in Bildform antizipiert bzw. befeuert.

Die Judenheiten in ihrer Körperlichkeit wurden deutlich anders erzählt als andere Ethnien auf den Postkarten der Zeit. Bei ihnen blieben visuelle Wertigkeitsdiskurse, so das deutliche Ergebnis eines komparativ angelegten Sammelbands zu Völkertypen im östlichen Europa,¹ auf der Ebene der Exotisierung stehen – die visuelle Freigabe zum Hass war spezifisch für die Postkarten mit Bildern von Judenheiten der Zeit. Auch der sich aufbauende polnisch-deutsche Konflikt in Ober-

schlesien um 1900 war weit davon entfernt, solch eine konfrontative, die anderen Menschen abwertende Bildsprache zu entwickeln. Ganz im Gegenteil: Auf den Ansichtskarten der Zeit finden sich, so Ryszard Kaczmarek und Remigiusz Lis an anderer Stelle, kaum Menschen.²

Erst nach 1918, als die Gewalteskalation des Ersten Weltkriegs am Ausklingen war und die Imperien zerfielen, brutalisierte sich in Oberschlesien die visuelle Auseinandersetzung zwischen Deutschen und Pol:innen. In dieser Phase zeichneten die Karikaturist:innen nicht nur die Staatsoberhäupter der anderen Seite mit spitzer Feder, sondern gaben den Angehörigen des jeweils anderen Nationalstaats entmenslichte Körper.

In der deutschen Propaganda wurde »der Pole« verarmt dargestellt, trug zerrissene Kleider und Mützen, oder als Adliger, der Alkohol nicht scheute und verschwenderisch war. Polen erschien als ein rückständiges Land von Analphabet:innen. In den Zeichnungen der Pol:innen wurden die Deutschen als besiegte Soldaten verspottet. Sie erschienen als politische Betrüger:innen und Demagog:innen, die versuchen, den durch den Krieg angespannten Haushalt auf Kosten Polens zu sanieren. Doch auch die polnische Propaganda scheute nicht vor nationalen Stereotypen und Rohheiten zurück. Die Deutschen werden als grausamer Unterdrücker:innen, Lügner:innen und zugleich dummer und primitiver ewiger Feind der Pol:innen dargestellt.

Die Grenzen, die auf den Postkarten gezeigt wurden, konnten scharf und gewalttätig werden. Das wurde auch bei Nationalismus und Judenhass deutlich. Bis zur radikalen Bildpropaganda der Nationalsozialisten, die politische Gegner:innen und als rassische Gegner:innen definierte Personen als Ungeziefer entwertete, war es nicht mehr weit. Das visuelle Feld war im deutsch-polnisch-jüdischen Dreieck auf jeden Fall schon bereitet, wie unsere Streifzüge zeigen.

Anmerkungen

¹ HOYER/RÖGER, Völker verkaufen.

² Vgl. KACZMAREK, Ryszard/LIS, Remigiusz: An der Grenze zwischen »West« und »Ost«. Die oberschlesische Bevölkerung auf Postkarten. In: HOYER/RÖGER, Völker verkaufen, S. 99–112.

Bildnachweis

Begegnungen am Grenort um 1900.

Zwischen nationaler Meistererzählung und Sensationen der Mobilität

Abb. 1 Śląska Biblioteka Cyfrowa (ŚBC), Private Sammlung, Link: www.sbc.org.pl/publication/105776 (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 2 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/1810; Abb. 3 ŚBC, Private Sammlung, Link: www.sbc.org.pl/dlibra/publication/88789/edition/83750 (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 4 ŚBC, Private Sammlung, Link: <https://sbc.org.pl/dlibra/publication/71481/edition/67457> (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 5 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/2491; Abb. 6 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/2410; Abb. 7 Pałac Schoena. Muzeum w Sosnowcu, Sammlung von Stefan Ślęzak, Sign. MS/H/2627; Abb. 8 ŚBC, Sign. PA440; Abb. 9 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/2478; Abb. 10 Biblioteka Narodowa w Warszawie, Sign. DŻS XII 8b/p.10/76; Abb. 11 Biblioteka Narodowa w Warszawie, Sign. DŻS XII 8b/p.16/15; Abb. 12 Biblioteka Narodowa w Warszawie, Sammlung J. Wasylkowski, Sign. Poczt.5985; Abb. 13 Biblioteka Narodowa w Warszawie, Sammlung J. Wasylkowski, Sign. Poczt.5973a; Abb. 14 ŚBC, Private Sammlung, Link: www.sbc.org.pl/dlibra/publication/72946/edition/68893 (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 15 Polska-org.pl, URL: <https://polska-org.pl/9869419,foto.html?idEntity=6964369> (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 16 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/2158; Abb. 17 Muzeum Miasta Mysłowic, Sign. MMM/H/2128; Abb. 18 Biblioteka Narodowa, Sign. DŻS XII 8b/p.15/6; Abb. 19 ŚBC, Private Sammlung, Link: www.sbc.org.pl/dlibra/publication/edition/92647?id=92647 (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 20 Privatarchiv Maren Röger; Abb. 21 Abgedruckt in: Tygodnik Ilustrowany [Illustrierte Wochenzeitung], Warszawa 1867, 15/404, S. 296; Abb. 22 bpk-Bildagentur, Bild-Nr. 70129255; Abb. 23 Deutsches Historisches Museum, Sign. PK 2021/828, DHM 00758656; Abb. 24 Pałac Schoena. Muzeum w Sosnowcu, Sammlung Monika Stańczyk, Sign. MS/II/3400 a,b; Abb. 25 ŚBC, Private Sammlung, Link: www.sbc.org.pl/dlibra/publication/77207/edition/72749 (zuletzt abgerufen am 27. 8. 2024)

Von Lemberg über Myslowitz nach Wien. (Über-) Regionale Inszenierung der Judenheiten als Fremd-Körper

Abb. 1 Arthur Langerman Archiv (ALAVA), Sign. 05667; Abb. 2 ALAVA, Sign. 05732; Abb. 3 ALAVA, Sign. 05690; Abb. 4 ALAVA, Sign. 05737; Abb. 5 ALAVA, Sign. 05684; Abb. 6 ALAVA, Sign. 05683; Abb. 7 Blavatnik Archive, Sign. GER.00335; Abb. 8 ALAVA, Sign. 05666; Abb. 9 ALAVA, Sign. 05669; Abb. 10 Online verfügbar unter: <https://ctmyslowice.pl/artykul/pocztowka-zydowska/1298719> (zuletzt abgerufen am 7. 5. 2024); Abb. 11 ALAVA, Sign. 03832; Abb. 12 Blavatnik Archive, Sign. ANTM.00175; Abb. 13 ALAVA, Sign. 03845; Abb. 14 ALAVA, Sign. 03845; Abb. 15 ALAVA, Sign. 03844; Abb. 16 ALAVA, Sign. 03302; Abb. 17 ALAVA, Sign. 03838; Abb. 18 Blavatnik Archive, Sign. ANTM.00124; Abb. 19 ALAVA, Sign. 03298; Abb. 20 Blavatnik Archive, Sign. ANTM.00440; Abb. 21 Blavatnik Archive, Sign. ANTM.00138; Abb. 22 ALAVA, Sign. 03851; Abb. 23 Blavatnik Archive, Sign. ANTM.00140; Abb. 24 ALAVA, Sign. 06741; Abb. 25 ALAVA, Sign. 03152; Abb. 26 ALAVA, Sign. 1078; Abb. 27 ALAVA, Sign. 06740; Abb. 28 Blavatnik Archive, Sign. ANTM 00432; Abb. 29 ALAVA, Sign. 09332; Abb. 30 Privatarchiv Maren Röger

Neue nationale Bildkämpfe.

Visuelle Medienaktivitäten während des deutsch-polnischen Propaganda-kampfes von 1919 bis 1921

Abb. 1 Biblioteka Śląska (BŚ), Sign. PA 1186/ U. Śl. 887; Abb. 2 Archiwa Państwowe (AP) Katowice, Sign. 12/15/0/4/281/18; Abb. 3 BŚ, Sign. PA 1192/ U.Śl. 880; Abb. 4 BŚ, Sign. PA 1136; Abb. 5 BŚ, Sign. R 1039 III; Abb. 6 AP Katowice, Sign. 12/15/0/4/281/22; Abb. 7 BŚ, Sign. U. Śl. 886; Abb. 8 Abgedruckt in: Kocynder 1/3, 8. 7. 1920, S. 3; Abb. 9 BŚ, Sign. U. Śl. 798; Abb. 10 Abgedruckt in: Kocynder 2/21, 5. 2. 1921, S. 4; Abb. 11 Abgedruckt in: Kocynder 2/26, 20. 3. 1921, S. 14; Abb. 12 Abgedruckt in: Kocynder 1/6, 5. 9. 1920, S. 1; Abb. 13 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 34; Abb. 14 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 43; Abb. 15 Abgedruckt in: Kocynder 2/23, 1. 3. 1921, S. 8; Abb. 16 Abgedruckt in: Kocynder 2/20, 1. 2. 1921, S. 4; Abb. 17 Abgedruckt in: Kocynder 2/25, 13. 3. 1921, S. 4; Abb. 18 Abgedruckt in: Kocynder 2/26, 20. 3. 1921, S. 8; Abb. 19 Abgedruckt in: Kocynder 1/3, 8. 7. 1920, S. 1; Abb. 20 Abgedruckt in: Kocynder 2/23, 1. 3. 1921, S. 1; Abb. 21 Abgedruckt in: Szczutek 4/5, 27. 1. 1921, S. 1; Abb. 22 BŚ, Sign. PA 1179; Abb. 23 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 29; Abb. 24 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 88; Abb. 25 Abgedruckt in: Kocynder 1/4, 29. 7. 1920, S. 1; Abb. 26 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 49; Abb. 27 Abgedruckt in: Pieron 1/23, 18. 12. 1920, S. 3; Abb. 28 Abgedruckt in: Pieron 2/13, 26. 3. 1921, S. 5; Abb. 29 Abgedruckt in: Der lustige Pieron. Gleiwitz 1921, S. 61; Abb. 30 Abgedruckt in: Kocynder 2/26, 20. 3. 1921, S. 9.

Ein Team polnischer und deutscher Historiker*innen und Kunsthistoriker*innen unternimmt Streifzüge in die Grenzräume und Bruchzonen der deutsch-polnisch-jüdischen Verflechtungsgeschichte. Im Fokus des reichlich illustrierten Bandes stehen Postkarten und Pressekarikaturen zwischen 1890 und 1920. Der Blick richtet sich auf das Dreikaisereck, an dem das Deutsche Reich, das Habsburger Imperium und das Russländische Reich aneinandergrenzten und Begegnungen zwischen Deutschen, Polen und Juden auf Bildpostkarten inszeniert wurden. Die Reise geht weiter ins habsburgische Kronland Galizien, wo die Massenmedien die schwierigen und ungleichen polnisch-jüdischen Beziehungen visuell erzählten. Schließlich wird der Einsatz von Bildern im Moment der antagonistisch-nationalistischen Konfliktpuspitzung zwischen Deutschland und Polen nach dem Ersten Weltkrieg in Oberschlesien untersucht. Es entfaltet sich eine visuelle Geschichte zwischen Begegnungen und Bilderkämpfen.

