

Titelbild: Granatenfertigung bei den Lederwerken Cornelius Heyl in Worms (Stadtarchiv Worms),
Stahlhelm-Motiv von Max Slevogt (Landesbibliothekszenrum / Pfälzische Landesbibliothek
Speyer)

Titel: „Heimatfront“ – Der Erste Weltkrieg und seine Folgen im Rhein-Neckar-Raum (1914–1924)

Herausgeber: Martin Krauß / Walter Rummel

Herstellung: verlag regionalkultur

Satz: Jochen Baumgärtner, vr

Umschlaggestaltung: Jochen Baumgärtner, vr

Endlektorat: Andrea Sitzler, vr

ISBN 978-3-89735-838-6

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Diese Publikation ist auf alterungsbeständigem und säurefreiem Papier
(TCF nach ISO 9706) gedruckt entsprechend den Frankfurter Forderungen.

© 2014. Alle Rechte vorbehalten.

verlag regionalkultur

Ubstadt-Weiher • Heidelberg • Neustadt a.d.W. • Basel

Korrespondenzadresse:

Bahnhofstraße 2 • 76698 Ubstadt-Weiher

Telefon 07251 36703-0 • Fax 07251 36703-29

E-Mail: kontakt@verlag-regionalkultur.de

Internet: www.verlag-regionalkultur.de

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	6
EINLEITUNG	8
KRIEGSBEGINN	16
VERWALTUNG, POLITIK UND PROPAGANDA 1914–1918	50
WIRTSCHAFT	84
DER KRIEG KOMMT IN DIE HEIMAT	106
ALLTAGSLEBEN	134
KRIEGSENDE	168
DIE KRIEGSFOLGEN (1918–1924/30)	202
ANHANG	234



VERSORGUNG DER VERWUNDETEN DURCH FREIWILLIGE HELFERINNEN

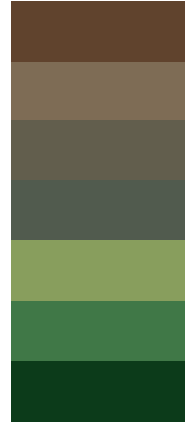
Rote Kreuz-Sammlung 1914 zugunsten der
freiwilligen Krankenpflege im Kriege.

Entwurf: A. v. Roessler. Druck: H. C. Bestehorn, Aschersleben

Landesbibliothekszentrum / Pfälzische Landesbibliothek Speyer, Plakatsammlung

Bereits vor Kriegsbeginn wurden Aufrufe für eine Rote Kreuz-Sammlung 1914 zugunsten der freiwilligen Krankenpflege im Kriege publiziert. So bat die ‚Haßlocher Zeitung‘ am 27. Juni 1914 unter Verweis auf die „außerordentliche Verstärkung“ der Wehrmacht im Jahr 1912 um Spenden, die in ganz Deutschland „unter dem Protektorate der Landesherren“ gesammelt werden sollten: „Niemand weiß, wann die Söhne unseres Volkes ins Feld gerufen werden. Es heißt darum, jederzeit bereit sein, den Hilfsbedürftigen so schnell und so vollkommen Linderung und Heilung zu bringen, als die Menschenkraft vermag.“ Hauptzweck war es, durch Heranziehung von Zivilisten zu Sanitätsdiensten Soldaten für die Front freizubekommen. Unmittelbar nach Kriegsbeginn rief die bayerische Königin Marie Therese am 2. August 1914 die „Frauen und Jungfrauen Bayerns“ auf, sich, wie ihre Töchter, in den Dienst des Roten

Kreuzes zu stellen. Am 3. August 1914 veröffentlichte die erste Vorsitzende des Speyerer Frauenvereins vom Roten Kreuz, Wilhelmine von Neuffer, die Gattin des pfälzischen Regierungspräsidenten Adolf von Neuffer, ebenfalls einen entsprechenden Aufruf: „Die Entscheidung ist gefallen. Unsere tapferen Soldaten ziehen in den Kampf, bereit ihr Leben fürs Vaterland zu opfern. Wir aber, die Zurückgebliebenen, wollen es als unsere heilige Pflicht ansehen dem Vaterland zu dienen, indem wir das Los der ins Feld Ziehenden zu erleichtern suchen, soweit es in unseren Kräften steht.“ Neben Geld- und Sachspenden wurde insbesondere um „Helferinnen in der Krankenpflege“ geworben. Das Rote Kreuz war in Deutschland bis 1918 eng mit den regierenden Fürstenhäusern verbunden, was es nach dem Ende der Monarchien in eine tiefe Krise stürzte.





MASSENWARE

Munitionsproduktion in Frankenthaler Maschinenfabriken, 1915

Historisches Museum der Pfalz, Speyer, Maschinenfabrik KSB, GPN_02384 (Querformat)

Schnellpressenfabrik Albert & Co., GPN_02380 (Hochformat)



Der Erste Weltkrieg war in einem bis dahin unbekanntem Ausmaß ein technisierter Krieg. An allen Fronten spielte die Artillerie eine zentrale Rolle im Kampfgeschehen, durch tagelange massive Kanonaden sollten die gegnerischen Stellungen sturmreif geschossen werden. Dies hatte einen enorm hohen Munitionsverbrauch zur Folge und nachdem die deutschen Vorräte im Oktober 1914 verschossen waren, musste das Heer bei ständig steigendem Bedarf aus der laufenden Produktion mit Granaten versorgt werden. Dazu war es notwendig, die Munitionsproduktion deutlich zu steigern und auf möglichst viele Unternehmen auszudehnen. In erster Linie kamen dafür Maschinenfabriken und andere metallverarbeitende Betriebe in Betracht, die über die zur Fertigung von Granaten notwendigen Werkzeugmaschinen verfügten. Da Facharbeiter fehlten, wurden die Maschinen überwiegend von angelernten Frauen und Jugendlichen bedient, ältere, nicht kriegsdienstpflichtige Arbeiter übernahmen meist Anleitungs- und Kontrollfunktionen.





PROPAGANDASCHLACHT

Plakate als Aufforderung zur Zeichnung von Kriegsanleihen, 1917

Stadtarchiv Speyer, Bestand 6, Nr. 1301

In halbjährlichem Abstand fanden großangelegte Kampagnen zur Zeichnung von Kriegsanleihen statt, in denen mit allen Mitteln zeitgenössischer Propaganda an den Patriotismus des deutschen Bürgertums appelliert wurde. Dafür genügten oft wenige Worte, umso eindrucksvoller waren die Bildmotive: Ein kampferprobter Soldat steht mit festem Blick am

Stacheldrahtverhau, die Gasmasken umgehängt, die Handgranaten griffbereit. Ihn kann so schnell nichts erschüttern, solange die Heimatfront ihn unterstützt. Auch der Kampfflieger weiß, was er zu tun hat. Man kann ihm getrost vertrauen, das in die Kriegsanleihe investierte Geld wird ohne Zweifel zum Sieg beitragen.





AUFRUF ZUM SAMMELN VON ERSATZNAHRUNGSMITTELN

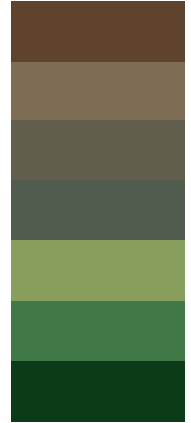
„Wollt Ihr Oel, dann sammelt Bucheckern!“

Plakat des Kriegsausschusses für Öle und Fette, o. D. [um 1916]

Stadtarchiv Mannheim – ISG, Nr. 00013

Vor dem Hintergrund der englischen Seeblockade forderte das nach einem Entwurf von Julius Gipkens (1883 – 1968) gestaltete Plakat die Bevölkerung auf, im Wald Bucheckern zu sammeln, um der wachsenden Fettknappheit zu begegnen. Dazu griff man vor allem auf Schulkinder zurück. Aufgrund des geringen Fettertrags der Früchte blieb diese Aktion aber weitgehend wirkungslos. Auch von amtlicher Stelle musste schließlich eingeräumt werden, dass der Aufwand in keinem rechten Verhältnis zum Ertrag stehe. Insofern wirken Bild und Text des Plakates, das die Verantwortung für den Ölbedarf den Einzelnen und ihrem persönlichen Einsatz zuschiebt, fast zynisch. Auch die Appelle an die Landwirtschaft, Mohn anzupflanzen, weil die Pflanze sehr viel Öl enthielt,

konnten die Situation nicht entschärfen. Im Vergleich zum Friedensverbrauch betrug der offizielle Ration der Verbraucher im Sommer 1916 22% (Butter), 13,9% (Schmalz), 39% (Pflanzliche Fette). Die Zuteilungen sanken bis 1918 immer weiter. Die desolate Versorgungslage erzeugte eine wahre Sammelhysterie. Im Kriegsmerkblatt der Ernährung vom Sommer 1916 heißt es beschwörend: „Alles, was der deutsche Boden in diesem Sommer und Herbst hervorbringt, muss gesammelt und aufbewahrt werden.“ Derartige Aufrufe setzten die Menschen auch moralisch stark unter Druck. Ihr Engagement sollte „die schändlichen Aushungerungsabsichten unserer Feinde zuschanden“ machen und „zum endlichen Siege“ beitragen.





DIE VATERLOSE FAMILIE

Feldpostkarte mit Weihnachtsmotiv, Dezember 1914

Zentralarchiv der Evangelischen Kirche der Pfalz, Speyer, Abteilung 173, Nr. 561

Das Motiv der Feldpostkarte führt die Situation vieler Familien vor Augen und ist damit repräsentativ für die immer wieder variantenreich dargestellte Abwesenheit des Vaters. Front und Heimat werden über ein Simultanbild miteinander verknüpft und aufeinander bezogen. In einer Winterlandschaft erscheint dem wachhabenden Soldaten visionsartig seine Ehefrau mit Kind in der Weihnachtsstube; der Vater ist zugleich durch seine vor dem Tischbäumchen aufgestellte Fotografie in die Gemeinschaft einbezogen. Der in Gebetsform gehaltene Spruch wechselt in die Perspektive der Angehörigen und knüpft ein zusätzliches Segensband zum Vater. Die stete Sorge um das Wohl der Männer an der Front ließ viele Familien zu Bildern wie diesem greifen. Beliebt waren auch Motive mit Kindern, die ihres abwesenden Vaters im Gebet gedachten.

Das große Kartenangebot bediente einen gewaltigen Markt, da nie zuvor soviel Post geschrieben wurde wie im Ersten Weltkrieg. Schätzungen kommen auf 28,7 Milliarden Sendungen, davon sollen allein 7 Milliarden Bildpostkarten portofrei als Feldpost befördert worden sein. Postkarten fungierten zudem als ein massenwirksames Propaganda-Medium, wenn sie für die Zeichnung von Kriegsanleihen warben oder Parolen nach dem schlichten Muster verkündeten: „Wie die Natur zum Osterfest erwacht, so blühe und gedeihe deutsche Macht“.

Da der Krieg entgegen aller Erwartung kein rasches Ende nahm, wurden neben Briefpost auch Liebesgaben wie warme Unterwäsche, Strümpfe und Schokolade an die Front gesandt. In der ‚Pfälzer Zeitung‘ (Ludwigshafen) warben zumindest bis 1915 noch Anzeigen etwa der Firma Stollwerck unter der Marke „Kriegs-Gold“ und „Kriegs-Silber“ für versandfertige Gebinde.

