

Propagandakarten in der „Kolonialen Bildsammlung“ der Stadt- und Universitätsbibliothek Frankfurt am Main

Jana Moser, Dresden

Propagandakarten, auch als politische, geopolitische, Agitations- oder Suggestivkarten bezeichnet, sind kartenrelevante Darstellungen, die durch gezielte Konstruktion und spezielle Inhalte eine emotionale Wirkung beim Kartennutzer hervorrufen wollen. Zum Teil können auch sogenannte Pressekarten in diese Kartenkategorie fallen. Wie bei allen Bezeichnungen ist aber zu beachten, daß zeitliche und räumliche Einschränkungen gemacht werden müssen: nicht jede Pressekarte ist eine Propagandakarte.

Der Begriff Propaganda ist verknüpft mit der Verbreitung bestimmter Ideen, Theorien und Ziele. Durch die intensive und aggressive Nutzung dieses Kommunikationsmittels in der Zeit des Nationalsozialismus in Deutschland erhielt der Begriff gerade hier ein negatives Image. In diesem Zusammenhang sollte jedoch nicht vergessen werden, daß Propaganda auch heute noch unter anderen Bezeichnungen und mit wesentlich subtileren Mitteln regelmäßig eingesetzt wird. Propagandakarten sind in diesem Zusammenhang nur ein Baustein einer ganzen Reihe von Methoden zur Übermittlung solcher Botschaften.

Im Prinzip gibt es Propagandakarten, solange es Karten gibt. Schon in der Antike begann die politische Funktionalisierung von Karten. Mit ihrer Hilfe wurden Herrschaftsräume abgegrenzt und Ansprüche geltend gemacht. Bis zum 18. Jahrhundert handelte es sich bei solchen Karten jedoch meist um Unikate, die in langwieriger Handarbeit gezeichnet oder mit Hilfe einfacher Druckmethoden in kleinen Auflagen hergestellt wurden. Durch diese Umstände war die Nutzung auf einen kleinen, elitären Personenkreis begrenzt. Daher blieb auch die Verbreitung und Tragweite solcher Karten begrenzt.

Ihre ausgeprägte Wirkung in weiten Teilen der Bevölkerung konnten Propagandakarten erst seit Anfang des 20. Jahrhunderts entfalten. Die rasante Entwicklung der Druck- und Werbetechnik brachte spätestens während des

Ersten Weltkrieges auch Karten mit propagandistischem Inhalt als Massenware unter die Menschen. Mit dieser starken Erweiterung des Nutzerkreises konnten die Karten die von den Machern erwünschte Wirkung voll entfalten und boten nun vielfältige Möglichkeiten der ideologischen Beeinflussung.

Auch während des Kalten Krieges erfuhr die Propagandakartographie eine intensive Nutzung durch die gegnerischen Seiten. Nach Ogrissek war die Propagandakarte in sozialistischen Ländern eine „... hochentwickelte Kartenkategorie mit der Aufgabe, die schöpferischen Potenzen der Werktätigen für die Verwirklichung der Beschlüsse der Partei der Arbeiterklasse und der Regierung sowie für die Erhaltung des Friedens zu mobilisieren und die wissenschaftlich begründete Erläuterung der revolutionären Theorie des Marxismus-Leninismus und ihre Anwendung bei der Veränderung des gesellschaftlichen Lebens zu propagieren.“ [Ogrissek 1981].

Auf den folgenden Seiten soll jedoch vorrangig auf Propagandakarten deutscher Herkunft aus der Zeit zwischen 1918 und dem Ende der nationalsozialistischen Herrschaft 1945 eingegangen werden. Dies liegt zum einen an dem Bestand des Kolonialen Bildarchivs der Stadt- und Universitätsbibliothek Frankfurt am Main, auf den Bezug genommen wird. Auf der anderen Seite aber auch daran, daß dieser Zeitraum den Höhepunkt für Propagandakartographie in Deutschland bildete. Im Ersten Weltkrieg



erfolgte eine Intensivierung der Feindpropaganda vorrangig durch Flugblätter, Plakate und Filme. Einen Gestaltungsschub für Suggestivkarten gab es vor allem durch starke Impulse aus der Produktwerbung seit den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts. Außerdem gelten die verbesserten Reproduktionsmethoden der Landesaufnahmen und die weltbildprägenden geographischen Entdeckungen des 19. Jahrhunderts als Voraussetzung für öffentlichkeitswirksame Raumbilder und deren Verbreitung.

Das Dritte Reich nutzte ihre Wirkung auf die Masse der Bevölkerung gezielt aus. Von einigen Herstellern wurden politische Karten sogar als „schlagkräftige Waffen“ bezeichnet. Großformatige Propagandakarten erschienen zu Beginn des Zweiten Weltkrieges vorrangig auf Titelblättern von Zeitungen. Die Protagonisten der politischen Kartographie im Nationalsozialismus, unter anderen Karl Haushofer, Arnold Hillen-Ziegfeld, Karl Springenschmid oder Rupert v. Schumacher, arbeiteten gezielt auf das Ausbrechen dieser Kartenkategorie aus der traditionellen Kartographie hin. Sie legten das Primat der Karten auf deren psychologische Wirkung und forderten ihre Anerkennung als eigenständige kartographische Kategorie unter der Bezeichnung Kartographik. Propagandakarten sollten in der politischen Propagandistik und Gebrauchsgrafik angesiedelt sein.

Zielgruppen

Propagandakarten entfalten ihre Wirkung am effektivsten, wenn sie als Massenware konsumiert werden. In der Zeit zwischen 1918 und 1945 wurden gezielt Karten für bestimmte Nutzergruppen produziert und auf deren Bedürfnisse und Wünsche ausgerichtet. Da Propaganda ein auf die Psyche und nicht auf die Logik des Menschen zielender Vorgang ist, gab es gewollte und ungewollte Nutzerkreise.

Die Klientel für Propagandakarten in Deutschland Anfang bis Mitte des 20. Jahrhunderts zeichnete sich in der Regel durch einen niedrigeren Bildungsgrad wie Volksschulabschluss aus. Angesprochen werden sollte der einfache Arbeiter, der auf Grund seines ermüdenden Alltags wenig aufnahmefähig für komplizierte Sachverhalte war. Außerdem besaß der Adressat kaum Erfahrungen in Bezug auf Karten. Von den Protagonisten der politischen Kartographie wurden sonstige Karten überhöhend als „Spezialgebiet der komplizierten Kartographie“ bezeichnet. Letztlich wurde aber nicht ein einzelnes Individuum, sondern die Masse der Bevölkerung als Zielobjekt gesehen. Unter Einwirkung des Herdentriebes konnten sowohl der einzelne Mensch als auch ein Großteil der Bevölkerung durch schlagkräftige Werbung/Propaganda gepackt und in eine bestimmte Richtung gezogen werden.

Nicht als Nutzer erwünscht war das wissenschaftlich gebildete, intellektuelle Publikum. Ziel der Propaganda war nicht intellektuelle Bildung sondern die Ausschaltung des Intellekts. Die massive Ableh-

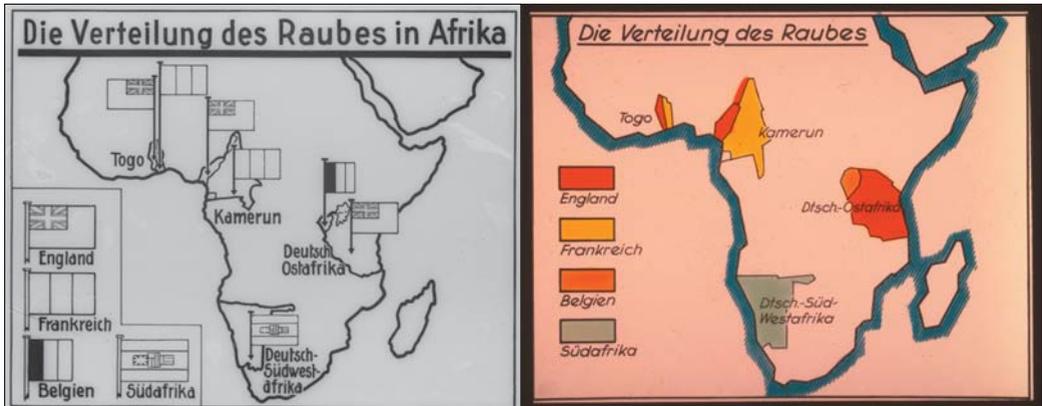


Abbildung 1 und 2: Die Verteilung des Raubes in Afrika (s/w und mehrfarbig). Beide Karten verdeutlichen den plakativen Stil, der durch geringe Kartenbelastung unterstützt wird. Dadurch wird die Aufmerksamkeit des Nutzers auf die mit Fähnchen versehenen bzw. farbigen Flächen gelenkt. In diesem Fall wird die Verteilung der deutschen Afrikakolonien an andere Kolonialstaaten im Ergebnis des Versailler Vertrages wiedergegeben. (STUB Frankfurt/Main: 042-0247-23 und 023-0262-76)

nung von nationalsozialistischen Propagandakarten durch Intellektuelle und wissenschaftliche Kartographen auf Grund des unhaltbaren wissenschaftlichen Niveaus, konnte von deren Machern als gutes Zeichen für die Wirksamkeit auf die Masse der Bevölkerung gewertet werden.

Für die Umsetzung der Ziele der Propaganda musste das menschliche Denken weitgehend außer Kraft gesetzt werden. Um dies zu erreichen, waren konkrete Vorstellungen über Kartennutzung und Wirkmechanismen der Karteninhalte und des Designs notwendig. Auch die Analyse der Bedürfnisse, Wünsche und Erfahrungen der Benutzer sowie das daran anschließende Anknüpfen durch die Kartenaussagen war Voraussetzung für erfolgreiche Propagandakartographie. Besonders wichtig für die psychologische Schlagkraft erwies sich aber das passende Design. So wie in der Werbung einprägsame Markennamen und Markenzeichen geschaffen wurden, schufen die Hersteller von Propagandakarten einprägsame und schlagwortartige räumliche Begriffe. Die so präsentierten Karten sollten sich als Gedächtniskarten (mental maps) im Kopf verankern und langfristig hängen bleiben.

Inhalt und Design von Propagandakarten

Für den Anspruch, die Masse der Bevölkerung zu erreichen, müssen die Inhalte von Agitationskarten, unabhängig von der Zeit ihrer Herstellung, sehr leicht erfassbar sein. Sie besitzen daher meistens eine relativ geringe Kartenbelastung. Nur wenige ausgewählte Elemente werden übersichtlich und leicht erfassbar auf einer im Vergleich dazu großen Fläche platziert. Das lässt sich sehr gut auch an den Abbildungen am Rand erkennen, die trotz ihrer starken Verkleinerung noch gut lesbar bleiben. Propagandakarten zeichnen sich durch einen plakativen graphischen Stil und besonders kontrastreiche Farbgebung aus. (Abb. 1 und 2)

Oberste Priorität hatte die schnellste und beste Lesbarkeit der Karten. Wie in der Werbung gilt auch hier: gute Propagandakarten müssen sich selbst erklären. Durch den Einsatz von Symbolen wurde der Wiedererkennungseffekt erhöht. Auch hier zeigt sich die enge Anlehnung an die Werbung, wo durch Markensignets Vertrauen geschaffen werden sollte. Außerdem sollten Sehnsüchte unter der Ausnutzung von Traumata geweckt und gesteuert werden. Im Fall der Propaganda des

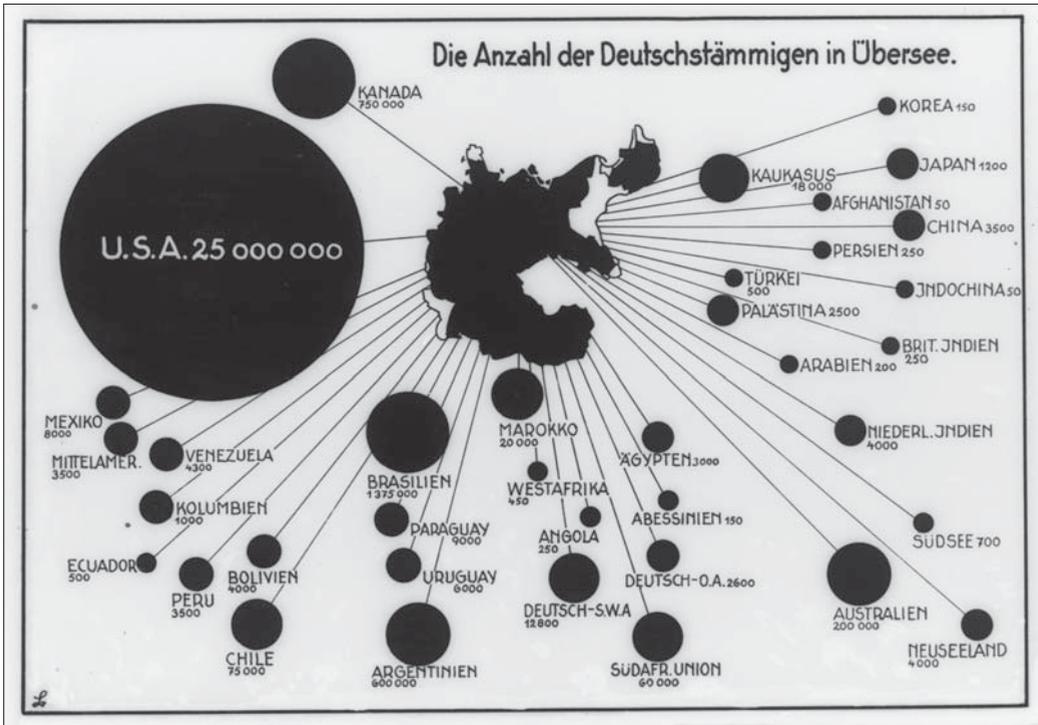


Abbildung 3: Die Anzahl der Deutschstämmigen in Übersee (STUB 044-7625-19). Der dazugehörige Entwurf besitzt den Titel „Verlorenes Deutschtum. Deutschstämmige in Übersee“ (STUB Frankfurt: 044-7626-14).

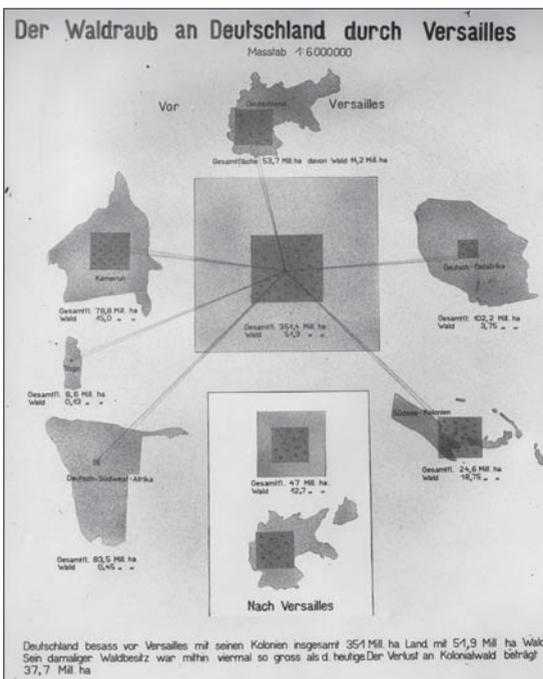


Abbildung 4: Der Waldraub an Deutschland durch Versailles. Mit einfachsten Flächenkartogrammen wird der „Verlust“ der Kolonien und eines Teiles des Deutschen Reiches und des darin enthaltenen Waldes verzeichnet. Der Größenvergleich zwischen „Vor Versailles“ und „Nach Versailles“ sollte den Menschen die Bedeutung und Menge der verlorenen Gebiete vermitteln und damit gleichzeitig einen inneren Widerstand gegen diese „Ungerechtigkeit“ hervorrufen. (STUB 044-7622a-07)

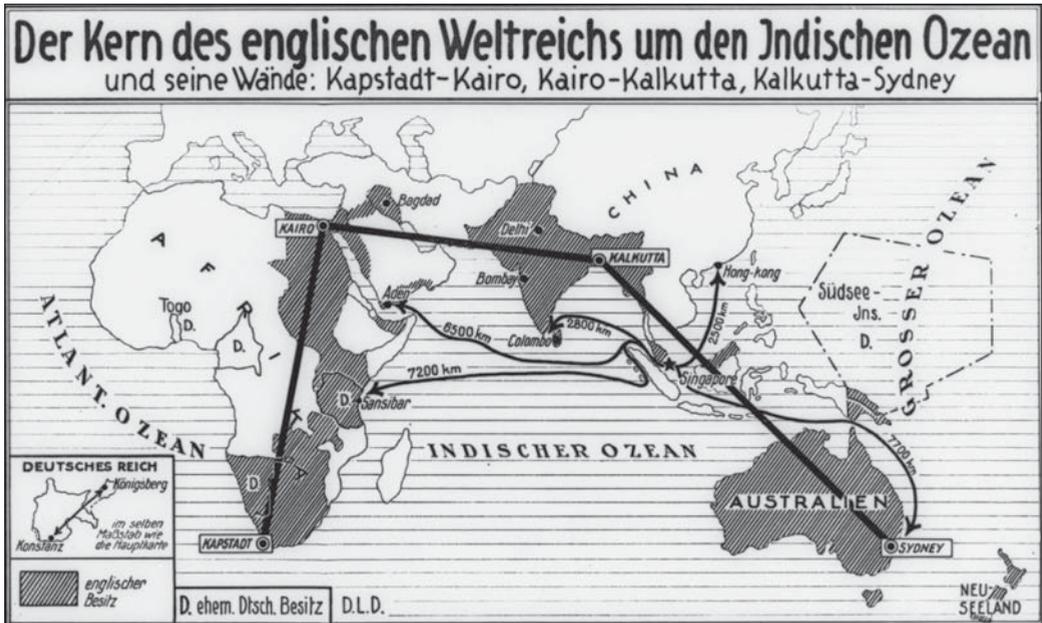


Abbildung 5: „Der Kern des englischen Weltreiches um den Indischen Ozean.“ Die dargestellte Achse um den Indischen Ozean soll dem Nutzer hintergründig die Machtstellung Großbritanniens in Handel und Verkehr in dieser Region verdeutlichen, die, so die angestrebte Schlußfolgerung, zuungunsten Deutschlands ausgeübt wurde. (STUB 044-7627-14)

Dritten Reiches bestand das von den Herrschenden „kultivierte“ Trauma im Vertrag von Versailles und den dadurch erlittenen territorialen Verlusten nach dem verlorenen Ersten Weltkrieg. (Abbildungen 3 und 4)

Im gleichen Zuge wurden die Karten genutzt, um Feindbilder in den Köpfen der Bevölkerung zu konstruieren und durch ständige Wiederholung festzusetzen. Wie die Abbildungen 5 und 6 zeigen, zielten solche Maßnahmen speziell auf das weltumfassende Kolonialreich Großbritanniens, aber auch Frankreich und andere europäische Staaten, sowie die USA waren Ziele von intensiver Feindpropaganda mit Hilfe von Karten. Provokativ wurde die politische und militärische Lage so dargestellt, dass der Leser nur zu dem einen Schluß kommen konnte: das eigene Land ist winzig und liegt eingeschlossen zwischen riesigen, zum Teil unbesiedelten Gebieten. Zu diesem Zweck wurden mit befremdenden Projektio-

nen die erdräumlichen und sachlichen Realitäten verzerrt dargestellt.

Die Darstellung des Sachverhaltes muß durch möglichst einfache und klar strukturierte Formen und Farben erfolgen. Zu diesem Zweck entwickelte Schumacher 1934 die Theorie der Raumdarstellung, die eine weitere Erhöhung der Schlagkraft von Propagandakarten zum Ziel hatte. Hauptpunkte dieser Theorie waren die Standardisierung und Typisierung von Signaturen und Farbgebung sowie die Vereinheitlichung der Konstruktionsformen. Da sich der Durchschnittsmensch nach Schumacher nicht im Linien-, Flächen- und Farbewirrwahl bisheriger Karten zurechtfinden konnte, wurde durch dieses erste Regelwerk eine Erhöhung der adressatengerechten Treffsicherheit angestrebt.

Die Formensprache wies daraufhin einen kaum zu übertreffenden Grad an generalisierter Verknüpfung objektiver Daten mit demagogisch verzerrten und erfundenen Informatio-

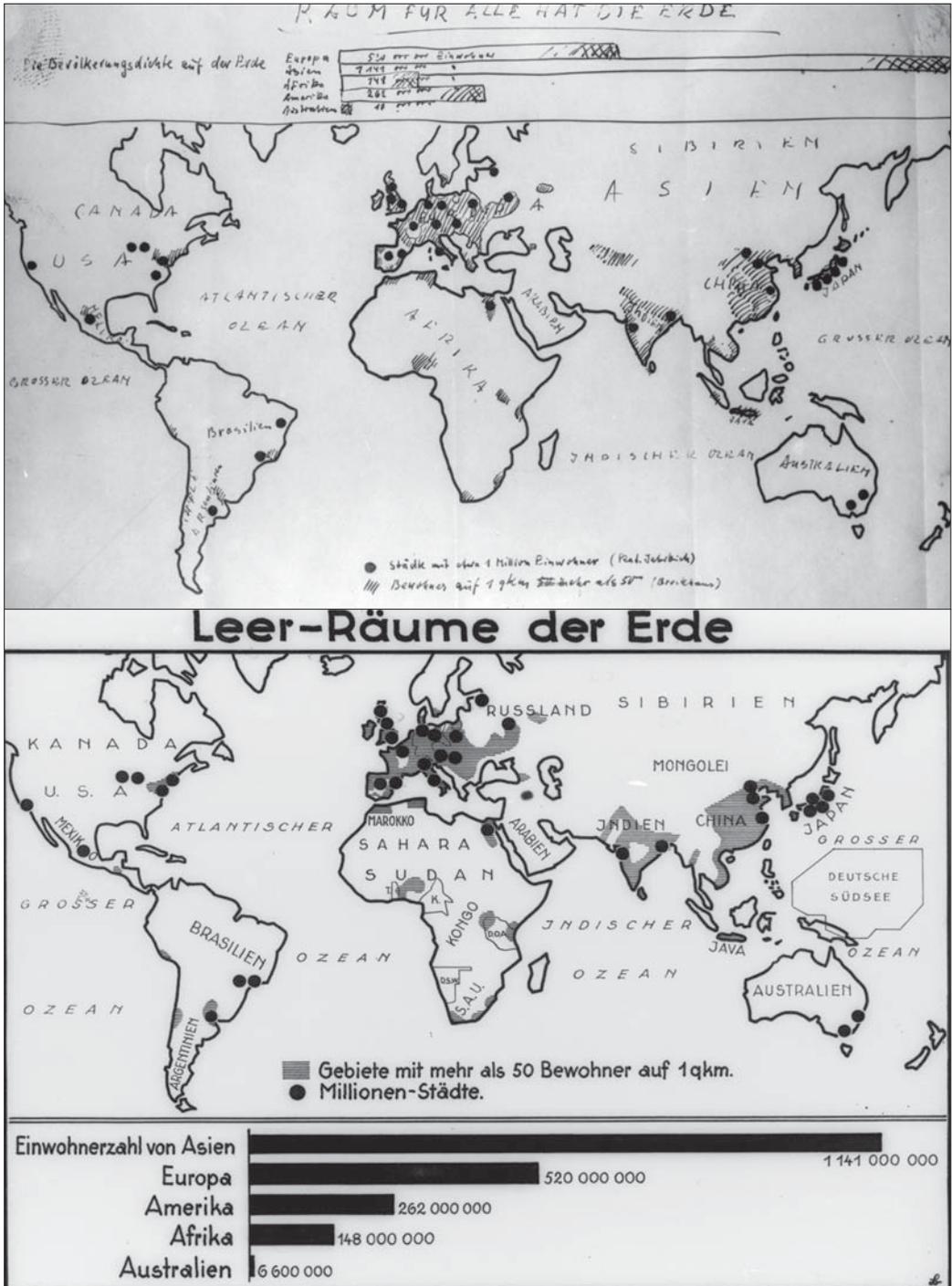


Abbildung 8 und 9: Die beiden Abbildungen zeigen beide das Thema der großen „Leer-Räume“ der Welt. Abbildung 8 ist ein handgezeichneter Entwurf, Abbildung 9 die daraus entstandene gedruckte Karte. (STUB 044-7625-20, STUB 044-7626-04)

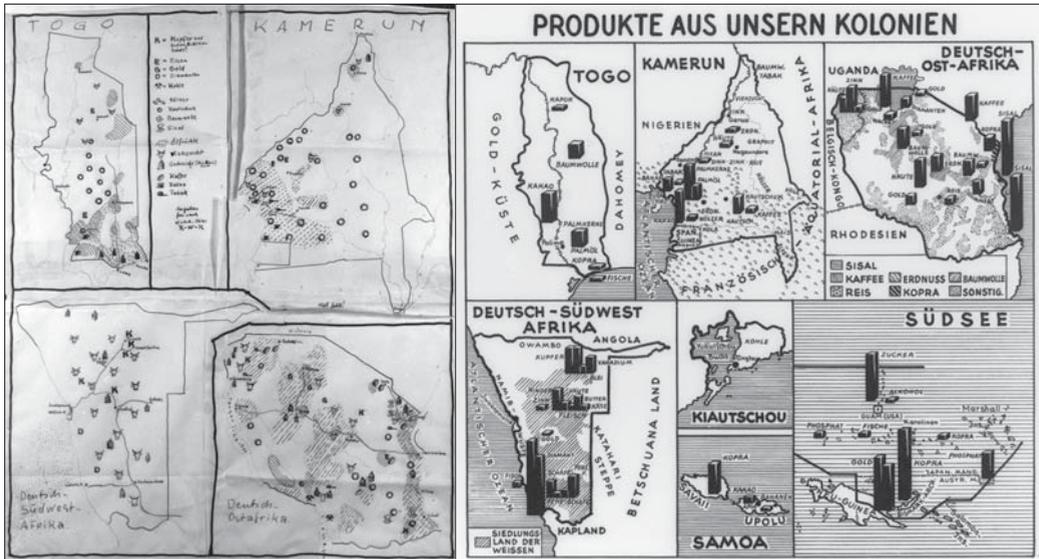


Abbildung 10 und 11: Verdeutlichung des angeblichen wirtschaftlichen Wertes der ehemaligen deutschen Kolonien. Die Angabe der Wirtschaftsprodukte der einzelnen Gebiete sollte die Bedeutung der Verluste für das Deutsche Reich signalisieren. Die Hersteller verzichteten dabei auf die Angaben der enormen Kosten für die Kolonien bis 1915 und zielten einseitig auf die Herausbildung des Wunsches der Nutzer nach Rückgewinnung dieser Gebiete. Abbildung 10 zeigt einen handgezeichneten Entwurf mit Punktsignaturen und Flächenschraffuren, Abbildung 11 ist ein Endprodukt mit Kartodiagrammen und Flächenfärbung. (STUB 044-7625-16, STUB 044-7626-10)

ler Vertrag vorrangig Großbritannien zugute kam (Abbildungen 10 und 11).

Die Karten in der Kolonialen Bildsammlung

Die Koloniale Bildsammlung der Stadt- und Universitätsbibliothek Frankfurt am Main beinhaltet hauptsächlich Photographien aus der Zeit der deutschen Kolonien, sowie der nach dem Verlust derselben nach dem Ersten Weltkrieg verstärkten Beschäftigung mit diesen Gebieten. Damit ist der Zeitraum der Objekte auf etwa 1880 bis 1945 eingeschränkt. Neben der großen Anzahl an Photographien von Landschaften, Personen, technischen Einrichtungen, Gebäuden, Veranstaltungen und Festen und vielen anderen

Anlässen enthält die Datenbank auch eine Reihe von fotografierten Karten und kartenverwandten Darstellungen.

Die Palette der Karten reicht von Deutschland und den deutschen Kolonien (seit 1920 ehemalige Kolonien) in Afrika und der Südsee bis hin zu Weltkarten verschiedenen Inhalts. Auch Fotos aus Deutschland mit kolonialem Hintergrund sind enthalten.

Zum Zeitpunkt der Recherche im März 2004 enthielt die Internetdatenbank¹ rund 50.000 Bilder. Der größte Teil stammt aus dem Frankfurter Bestand selbst, inzwischen konnten aber auch andere in- und ausländische Archive verfilmt und in das Projekt eingegliedert werden.

¹ www.stub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de

Bei Eingabe des Suchbegriffs „Karte“ als „Sachgruppe“ präsentierte die Datenbank 615 gefundene Objekte. Darin enthalten sind auch einige wenige Postkarten oder Photographien von Personengruppen vor Karten oder Globen sowie von Unterrichtsräumen mit Wandkarten. Der Benutzer des digitalen Bildarchivs kann nach folgenden Untersuchgruppen recherchieren:

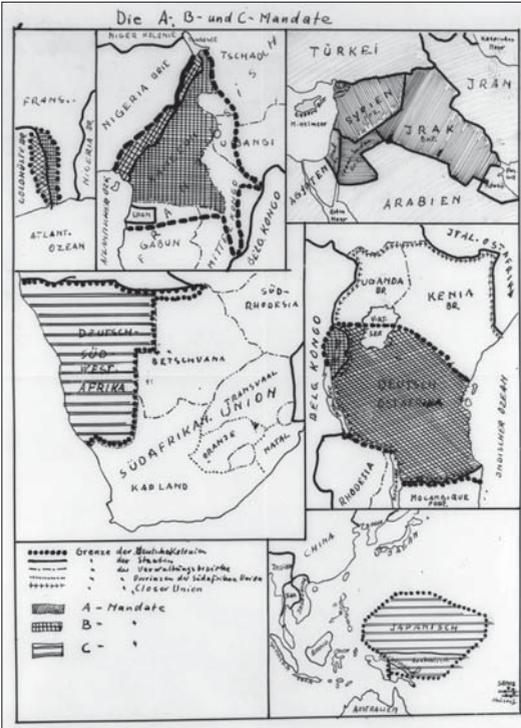
Sachgruppen	Anzahl
Karte	615
Luftbild	29
Pläne	3
Stadtplan	1
Reliefkarte	5
Thematische Karte	405
Bevölkerungskarte	7
Biologische Karte	3
Geologische Karte	3
Geschichtskarte	20
Gewässerkarte	13
Klimakarte	13
Landschaftszonenkarte	5
Politische Karte	320
Grenzkarte	39
Kolonialkarte	148
Militärkarte	12
Schlachtaufstellung	2
Siedlungskarte	19
Verkehrskarte	92
Eisenbahnkarte	28
Luftfahrtkarte	5
Straßenkarte	11
Telekommunikationskarte	1
Wirtschaftskarte	54
Agrarkarte	10
Rohstoffkarte	26
Topographische Karte	168
Höhenschichtenkarte	10
Weltkarte	34

Ein großer Teil der in der Internetdatenbank recherchierbaren Karten zeigt Afrika als Ganzes oder in Teilen, aber auch Deutschland, Europa, einzelne europäische Staaten, den asiatischen Raum und Weltkarten. Die Spezialisierung auf Afrika liegt im Sammelgebiet und dem Namen des Archivs als „Koloniale Bildsammlung“ begründet. Daraus folgt auch, dass ein Großteil der Karten politische und wirtschaftliche Aussagen sowie Fragen des Raumes wiedergibt und als Propagandakarten definiert werden kann.

Propagandakarten in der Bildsammlung

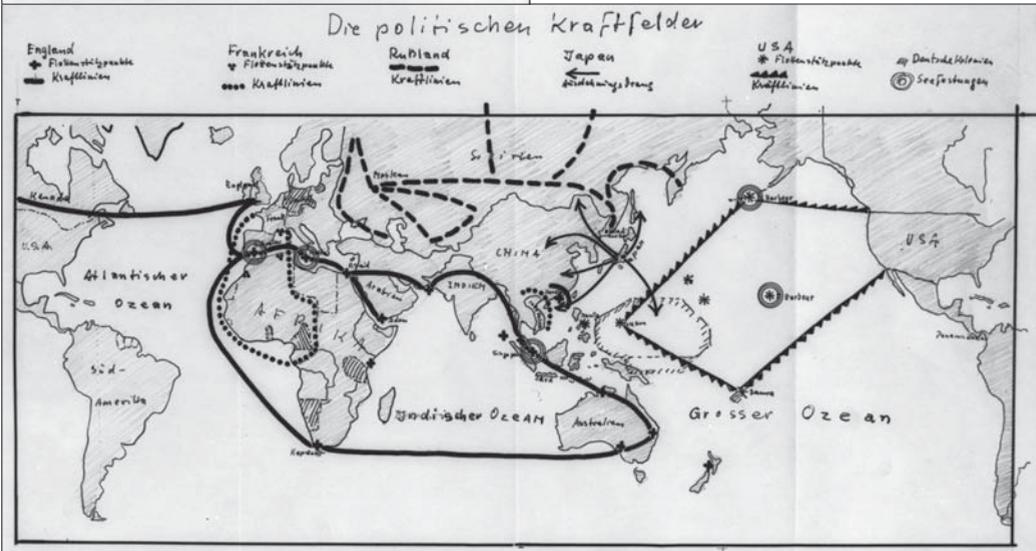
Von den 615 in der Sachgruppe „Karte“ gefundenen Objekten können rund 50% als politische oder Propagandakarten bezeichnet werden. Diese Karten zeigen in ihrem Duktus und Inhalt die typischen Merkmale von Propagandakarten. Die andere Hälfte der Karten gliedert sich hauptsächlich in kleinmaßstäbige topographische Übersichtskarten und thematische Karten mit der Darstellung von Infrastruktur, klimatischen Elementen, Bevölkerung u.a. Außerdem sind eine Reihe von Photographien aus Ausstellungen mit kartographischen Objekten und solche von Personengruppen mit Karten oder in Unterrichtsräumen vorhanden. Diese Aufnahmen stammen vorrangig aus der Zeit des Nationalsozialismus. Letztlich handelt es sich auch bei diesen Photographien um Propaganda, aber nicht um Propagandakarten im speziellen Sinn.

Auf Grund der Ausrichtung des Bildarchivs ist es nicht verwunderlich, daß ein Großteil der Karten solche mit suggestivem Inhalt sind. Im Zeitraum des Sammelgebietes (1880-1945) wurden Propaganda-

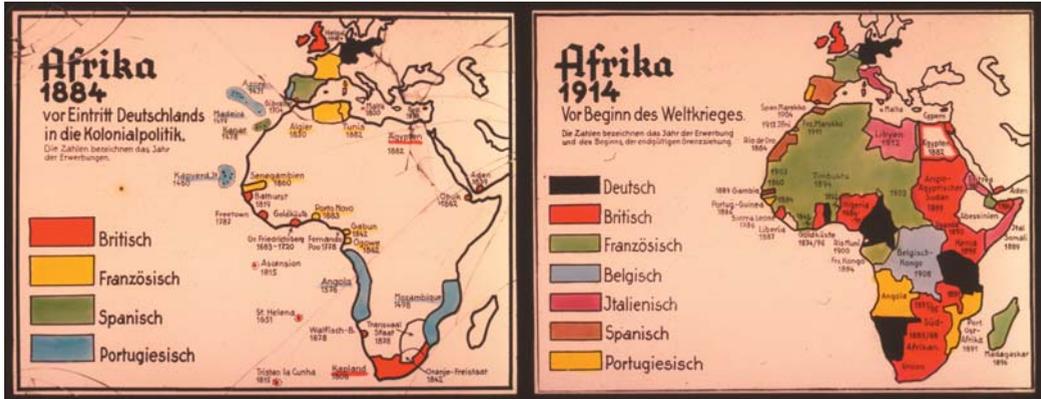


ganda und deren Hilfsmittel wie die Kartographie intensiv und häufig genutzt.

Die vorhandenen Propagandakarten der Fotosammlung stammen zum größten Teil aus der Zeit zwischen dem Ersten und dem Zweiten Weltkrieg. Wie schon bei der Gesamtheit der im Bildarchiv verankerten Photographien erwähnt, zeigen auch die enthaltenen Karten häufig außer-europäische Gebiete. Vorrangig ist dabei die Darstellung der ehemaligen deutschen Kolonien in Afrika (Togo, Kamerun, Deutsch-Ostafrika und Deutsch-Südwestafrika) sowie in der Südsee und China. Die meist in den 1930ern hergestellten Agitationskarten der Kolonialgebiete preisen deren angebliche Wirtschaftskraft sowie die großen Flächen mit geringer Bevölkerungsdichte. Damit sollten der



Abbildungen 12 und 13: „Die A-, B- und C-Mandate“ und „Die politischen Kraftfelder“. Die Darstellung der nach dem Ersten Weltkrieg als Mandatsgebiete definierten Länder sowie deren Mandatare und die Angabe der politischen Einflussgebiete in der Welt zeigen vor allem die Vorherrschaft Großbritanniens, verstärkt durch die zusätzlichen Gebietsgewinne als Profiteur des Mandatssystems. Deutschland wird als kleines, seiner Kolonien und damit Wirtschaftsgebiete und Lebensräume beraubtes Land inmitten riesiger Weltreiche dargestellt. (STUB 044-7625-17, STUB 044-7625-15)



Abbildungen 14 und 15: Die Kolonialgebiete in Afrika vor 1884 (Berliner Kongo-Konferenz 1885 und Eintritt Deutschlands in den Kreis der Kolonialmächte) und 1914 vor Beginn des Ersten Weltkrieges. (STUB 023-0262-01, STUB 023-0262-17)

deutschen Bevölkerung die Vorzüge der Gebiete suggeriert werden und sich die Sehnsucht nach einer Rückeroberung der an sich meist wertlosen und kostenintensiven Kolonialgebiete in den Köpfen der Menschen festsetzen.

Bei genauerer Betrachtung der Situation muß jedoch davon ausgegangen werden, dass mit dieser Taktik ein anderes Ziel verfolgt wurde. Die Eroberung der tatsächlich vor dem Ersten Weltkrieg häufig umstrittenen und wirtschaftlich bezuschussten Gebiete konnte kein ernsthaftes Ziel sein. Vielmehr wurde versucht, über solche Umwege in der Bevölkerung das Feindgefühl gegen Großbritannien als scheinbaren Nutznießer der wirtschaftlichen Macht der Kolonien aufzubauen und zu festigen. Durch bizarre und undurchsichtige Konstruktionen und Argumentationswege ließ sich die angesprochene Bevölkerung besser in die „richtige“ Bahn leiten als durch direkte Feindpropaganda. Einen Wert hätten die Kolonialgebiete für das Dritte Reich lediglich als Tauschobjekte besessen.

Besonders eindrucksvoll in ihrer Wirkung zeigen sich hierbei Bilder einer Ausstellung, in der anhand einfachster Karten die Größe der anderen europäischen Kolonialmächte (England, Frankreich, Holland, Italien) mit der ihrer Kolonialreiche verglichen wird. Als gewünschtes Resultat wuchs die Empörung in der deutschen Bevölkerung, der Wunsch nach eigenen Kolonien war geweckt. Außerdem konnte durch solche Propagandamaßnahmen von anderen, weniger gut vermittelbaren Plänen abgelenkt werden.

Schlußbemerkungen

Das aus heutiger Sicht größte Problem von Propagandakarten und deren Wirkung besteht in der weitgehend uneingeschränkten Autorität, die die Kartenzeichner beim Nutzer besaßen und zum großen Teil noch heute besitzen. Nach dem Motto, der Zeichner hat immer Recht, wurden Karten oftmals unkritisch betrachtet.

Zusätzlich gab die Kombination von Design und Psychologie Propagandakarten eine spezielle Form der Glaubwürdigkeit. Die Inhalte sind eindeutig darge-

stellt; durch Standardisierung und Typisierung erreichen sie einen hohen Grad an Wiedererkennbarkeit und wirken auf den Nutzer handlungsmotivierend.

In Bezug auf die Propagandakarten des Dritten Reiches ließ deren Wirkung erst mit dem Scheitern der expansiven Kriegsführung um 1943 nach und führte gar zu deren Verschwinden. Der Grund dafür liegt in der Tatsache, dass sich Misserfolge und militärische Rückwärtsbewegungen nicht wirkungsvoll und positiv darstellen lassen. Im Gegensatz zur Schriftform ließ sich die Sachlage in Karten nicht uneingeschränkt schönen oder relativieren. Daraus lässt sich erkennen, dass selbst Propagandakarten zumindest im Kern ihrer Aussage eines Minimums an Objektivität bedürfen und nicht vollständig gegen den allgemeinen Zeitrend unter die Bevölkerung gebracht werden können.

Für die Nutzung von Propagandakarten für Forschungszwecke ist eine umfangreiche und genaue Quellenkritik unerlässlich. Sowohl die zeitgenössische Politik und die Intentionen des Verfassers als auch die Wirkung der Karten und deren versteckter Informationsgehalt müssen unbedingt berücksichtigt werden. Als Massenprodukte und mit ihrer zum Teil wenig ästhetischen Form gelten Propagandakarten nicht als Sammelobjekte erster Wahl. Bei Sammlern historischer Karten sind in der Regel Eigenschaften wie Kostbarkeit, das heißt Seltenheit und Ästhetik erwünscht.

Bei genauerer Betrachtung können jedoch auch Propagandakarten wegen ihrer scheinbaren Banalität und Schlichtheit faszinieren. Hintergründig können sie

heute unzählige Geschichten erzählen und sind, mit entsprechender Vorsicht betrachtet, genauso als historische Quellen zu betrachten und zu verwenden wie z.B. Briefe und Archivakten.

Literatur

Böttcher, Christina: Propagandakarten - ein Medium kartographischer Irritation? In: **Scharfe, Wolfgang** [Hrsg.]: 9. Kartographiehistorisches Colloquium Rostock 1998, Bonn, 2002, S. 105–110.

Böttcher, Christina: „Ins Gehirn der Massen kriechen“ – Standortgebundenheit und Quellenwert von Propagandakarten. In: **Schneider, Gerhard:** Die visuelle Dimension des Historischen, Wochenschau Verlag, Schwalbach/Ts. 2002, S. 124-141.

Hoffmann, Franko: Politik und Kartographie in der Zeit des Nationalsozialismus. Diplomarbeit am Institut für Kartographie der Technischen Universität Dresden, 2002, unveröffentlicht.

Ogrissek, Rudi (1981): Stichwort: Agitations- und Propagandakarten. In: **ABC Kartenkunde**, Leipzig, S. 14-15.