

Lutz Hachmeister: „Hitlers Interviews“

Wie man einen Diktator interviewt

Von Michael Meyer

Deutschlandfunk, Andruck, 11.11.24

Sollte man Autokraten und Diktatoren interviewen? Lutz Hachmeister hat sich dieser Frage einmal anders genähert: Er hat Interviews zusammengestellt, die ausländische Journalisten mit Adolf Hitler geführt haben. Damals war ihr Mehrwert begrenzt. Heute können sie uns aber einiges lehren.

Hitler mochte keine Journalisten. Diese Erkenntnis erscheint recht banal, in diesem Punkt war der NS-Diktator nicht anders als andere Autokraten und Diktatoren. Und dennoch kam es immer wieder, selbst nach der Machtergreifung 1933, zu Gesprächen und Interviews mit ausländischen Journalisten.

Lutz Hachmeisters Buch, das glänzend recherchiert und geschrieben ist, teilt die rund 100 Interviews, die im Laufe der Jahre entstanden sind, in drei Phasen auf: Einmal die Zeit vor dem gescheiterten Putsch von 1923, und noch vor dem Verfassen seines Buches „Mein Kampf“, dann die Phase von 1930 bis 1933, als die Nationalsozialisten ihre Machtoptionen nutzten, und dann die folgende Phase in den dreißiger Jahren, vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs.

Keine Interviews mit Juden

Hachmeister erläutert, dass die allermeisten dieser Interviews von US-amerikanischen Journalisten geführt wurden, zu einem geringeren Teil auch von italienischen und französischen Kollegen. Hitler habe auch deswegen ungern Interviews gegeben, weil er sich bei ausländischen Journalisten nicht sicher sein konnte, ob sein Gegenüber vielleicht Jude war.

„Zudem konnte er sich nicht sicher sein, welche Folgekommentare die Interviews nach sich ziehen würden, da sie in die übergeordnete Berichterstattung der jeweiligen Auslandsmedien zu den Vorgängen im NS-Regime eingebunden waren. Wenn ihm seine Berater, allen voran der langjährige ‚NS-Auslandspressechef‘ Ernst ‚Putzi‘ Hanfstaengl, zwecks Imageverbesserung Interviews mit Ausländern aufnötigten, legte er großen Wert darauf, dass die schon 1920 formulierten Kernpunkte der NS-Ideologie immer wieder vorkamen, und nutzte die publizistischen Gespräche für taktisch-strategische Themensetzungen und glatte Lügen, die ihm gerade wichtig erschienen.“

Lutz Hachmeister

Hitlers Interviews – Der Diktator und die Journalisten

Kiepenheuer und Witsch

380 Seiten

28,- Euro

Hitler habe den propagandistischen Wert solcher Gespräche erkannt, denn auf diesem Weg konnte er seine Botschaft vor allem an britische und amerikanische Leser und Politiker zurückspielen, analysiert Hachmeister. Spin-Doctor und Arrangeur dieser Gespräche war zunächst sein Presseadjutant, Ernst, genannt „Putzi“ Hanfstaengl, der die Wirkung moderner Pressearbeit erkannte. Er wurde jedoch 1933 aus dem Amt gedrängt, weil Propaganda-Chef Goebbels lieber selbst über Interviewtermine bestimmen wollte.

Hachmeister beschreibt in seinem Buch aber nicht nur die Bedingungen, unter denen die Gespräche entstanden, sondern stellt auch die verschiedenen Journalisten vor, die mit Hitler sprachen, nur wenige Frauen waren darunter, wie etwa die Britin Dorothy Thompson, die ein Gespräch mit Hitler 1932 für ein Buch nutzte, das eine Abrechnung mit der NS-Bewegung war. Ohnehin darf man sich die Hitler-Interviews nicht als 1:1- Wiedergabe vorstellen, Frage – Antwort, sondern die Zitate wurden eingebettet in längere Texte, die in Zeitungen, Journalen oder als Buch erschienen. Die Interviewer waren meist die Stars ihrer Branche, darunter auch Adlige oder Männer mit Verbindungen in diplomatische Kreise.

New York Times verschweigt Hitlers Antisemitismus

Bei der inhaltlichen Analyse sind in Hachmeisters Buch auch jene Passagen interessant, die belegen, wie sehr der Diktator die Öffentlichkeit belog. Noch 1932, ein Jahr vor der Machtergreifung, sagte Hitler einem französischen Journalisten:

„Man hat gesagt: Hitler bedeutet Krieg. Ich will Ihnen versichern: Mein Sieg wird die deutschen Beziehungen mit dem Ausland in keinsten Weise ungünstig beeinflussen können. Nein, der Sieg des Hitlerismus bei der Wahl zur Reichspräsidentenschaft wird den Frieden in Europa in keinsten Weise in Gefahr bringen. [...] Der Frieden in Europa, ich sage es noch einmal, wird nicht gestört werden, es sei denn ein Land will das. Wir werden das nicht sein.“

Hitler brachte in den Interviews natürlich auch seinen Judenhass unter, in späteren Jahren hielt er sich damit allerdings zurück, weil er wusste, dass das im Ausland schlecht ankommen würde. Spannend zu lesen sind auch Hachmeisters Beobachtungen, wie bestimmte Medien im Ausland arbeiteten – etwa verzichtete die „New York Times“ lange Jahre darauf, Hitlers Antisemitismus zu thematisieren – sah sich die Zeitung, die im Besitz einer jüdischen Verlegerfamilie war, doch selbst antisemitischen Vorwürfen ausgesetzt.

Die Autokraten behalten die Oberhand

Den allermeisten Interviews und Gesprächen gemein war eine gewisse Faszination der Journalisten, Hitler zu interviewen, das galt gemeinhin als Scoop, als besonders spannendes journalistisches Juwel. Die Gespräche selbst machten, so beschreibt es Hachmeister, ihrer Branche aber meist keine Ehre, im Gegenteil. Schon bei der Anbahnung der Termine spielten Eitelkeiten, Karrierewünsche und Ranküne eine Rolle, manchmal auch blanke Sympathie für die nationalsozialistische Politik: 1935 interviewte ein Journalist der portugiesischen Zeitung „Diario de Noticias“ Hitler. Zu dieser Zeit herrschte in Portugal bereits das faschistische Salazar-Regime. Die portugiesische Botschaft bahnte den Termin mit Hitler ehrerbietig an:

„Der Gesandte betonte, dass Herr Boaventura kein Interview erbittet, keine Fragen zu stellen hat oder stellen wird, dass vielmehr der Führer und Reichskanzler nach seiner Wahl ihm nur

ein paar Worte über ein beliebiges Thema sagt, womit die Inanspruchnahme beendet sein würde.“

Hachmeister beschließt sein Buch mit einem Bezug zu heute: Wenn westliche Journalisten Autokraten und Diktatoren befragen, könne man keines dieser Interviews als komplett gelungen bezeichnen, manche gingen sogar wegen mangelnder Vorbereitung richtig schief. Die Diktatoren behielten immer die propagandistische Oberhand:

„Journalisten in demokratischen Mediensystemen sollten sich daher immer fragen, ob letztlich die Propagandaeffekte für den Tyrannen, der häufig mit Großmachtansprüchen auch demokratische Systeme des Auslands aushebeln möchte, nicht gewichtiger sind als alle kurzfristigen Nachrichtenwerte und Scoops. Und für solche strategischen Fragen liefert die Geschichte der Hitler-Interviews, im Detail wie im Gesamtergebnis, gutes Material, auch wenn sie vielen Medienhäusern im Nachhinein nicht mehr gefallen dürfte.“