



ANDRÁSSY
UNIVERSITÄT
BUDAPEST

DONAU-INSTITUT

FÜR INTERDISZIPLINÄRE FORSCHUNG BUDAPEST



SZÉCHENYI TERV

Donau-Institut Working Papers

Astrid Otto

Zur Normalität der medialen Kontrolle – Die mediale Inszenierung der DDR am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts

Donau-Institut Working Paper No. 50

2014

ISSN 2063-8191

Nemzeti Fejlesztési Ögynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

TAMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0015

Astrid Otto

*Zur Normalität der medialen Kontrolle –
Die mediale Inszenierung der DDR am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts*

Donau-Institut Working Paper No. 50

2014

ISSN 2063-8191

Edited by the Donau-Institut, Budapest.

This series presents ongoing research in a preliminary form. The authors bear the entire responsibility for papers in this series. The views expressed therein are the authors', and may not reflect the official position of the institute. The copyright for all papers appearing in the series remains with the authors.

Author's address and affiliation:

Astrid Otto

Doktorandin / Freie Universität Berlin

E-Mail: a.otto@fu-berlin.de

© by the author

Inhalt

Abstract	1
1. Der Medienlenkungsapparat der DDR.....	2
2. Zur Geschichte des Leipziger Messeamts.....	5
2.1 Zur Funktion der Leipziger Messe in der Honecker-Ära	9
2.2 Zur Normalität der Medienlenkung auf den Leipziger Messen	11
2.3 Die Beziehung staatlicher Institutionen zu ausländischen Journalisten.....	14
2.4 Mediale Inszenierungen und interne Strukturen des Leipziger Messeamts	17
Quellen.....	19

Abstract*

Am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts in der DDR lässt sich demonstrieren, wie politische Machteliten in staatssozialistischen Systemen in Zeiten des Kalten Krieges in Mitteleuropa die sogenannten Leitmedien regulierten als auch Organisationen für sich instrumentalisierten, um ihre Hegemonie zu sichern und weiter auszubauen.

In dem Dissertationsprojekt zur „Genesis und Rekonstruktion der Öffentlichkeitsarbeit in der DDR am Fallbeispiel des Leipziger Messeamts“ wurden u.a. folgende Forschungsfragen untersucht: Wie haben staatliche Organe die PR-Aktivitäten und den medialen Output der Organisation Leipziger Messe reguliert? Wie gestalteten sich die Beziehungen zwischen der PR-Abteilung der Leipziger Messe, in- wie ausländischen Journalisten sowie staatlichen Institutionen? Welche Aufgaben wurden der Presseabteilung zugewiesen und in welchem Umfang fand eine politische Einflussnahme statt. Die Fragen wurden mittels einer Methodentriangulation operationalisiert. Bei der Bestimmung des Begriffs „sozialistische Öffentlichkeitsarbeit“ stützt sich diese Studie auf veröffentlichte und unveröffentlichte Publikationen von Wissenschaftlern der DDR als auch der Bundesrepublik Deutschland. Zusätzlich wurden Akten in deutschen Archiven aus den Jahren 1959 bis 1987 ausgewertet, hier insbesondere aus dem Bundesarchiv in Berlin, dem Unternehmensarchiv der Leipziger Messe sowie dem Sächsischen Staatsarchiv in Leipzig. Schließlich wurden narrative Interviews mit ehemaligen Mitarbeitern der Presseabteilung des Leipziger Messeamts und einem ihrer ehemaligen Direktoren geführt, welche alle in der Ära Honecker tätig waren.

Den theoretischen Rahmen bildet die Systemtheorie Luhmanns, der Macht als ambivalente Größe versteht. Luhmann negiert die Ansätze der klassischen Machttheorie und definiert Macht aus einer systemtheoretischen Perspektive als Einflussnahme (Luhmann in Kieserling 2012). „Einfluss liegt also immer dann vor, wenn die Selektionsleistung eines Teilnehmers durch Mitteilung einem anderen bekanntgemacht und von diesem im Ergebnis als Einschränkung seiner Möglichkeiten des Erlebens und Handelns akzeptiert wird, ohne dass er die Selektion selbst als eigene vollzieht.“¹ In diesem Paper wird der Fokus auf die 70er und 80er Jahre gelenkt, in dem der Medienlenkungsapparat der DDR weiter ausgebaut bzw. perfektioniert wurde.

* Die Autorin wurde im Rahmen des Projektes TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0015 unterstützt.

¹ Kieserling, André (Hrsg.): Niklas Luhmann. Macht im System, Berlin: Suhrkamp, 2012, S.52.

1. Der Medienlenkungsapparat der DDR

Einige veröffentlichte wissenschaftliche Publikationen haben sich nach 1989 mit dem Gegenstand der Medienlenkung in der DDR aus unterschiedlichen Sichtweisen, u.a. der historischen, kommunikationswissenschaftlichen und politikwissenschaftlichen Perspektive genähert und versucht, die Reglementierung und Kontrolle der Medien in der DDR zu rekonstruieren. Die aktuelle Forschungsliteratur zum Thema Medienlenkung der DDR zeigt, dass auch der Medienlenkungsapparat ein komplexes und teilweise intransparentes Gebilde von handelnden staatlichen Akteuren und Institutionen war.² Aus Fragmenten der Medienlenkung ergibt sich allmählich ein vollständiges Mosaikbild. Demnach kann die Reglementierung nach verschiedenen Ebenen und staatlichen Instanzen differenziert werden. Zum einen gab es politische Akteure und staatliche Institutionen, die die sogenannten „Argumentationsanweisungen“ für die gesamte Medienlandschaft in der DDR entworfen haben. Wie viele Akteure insgesamt an diesem Prozess des konzeptionellen Managements der Medieninhalte beteiligt waren und wie die Lenkungsmechanismen funktionierten, wurde seit der Wende 1989 gut erforscht.³ Auf der operativen Ebene gab es eine Vielzahl von Akteuren, die letztendlich die Vorgaben und Direktiven des staatlichen Medienlenkungsapparats ausführten. Die Kontrolle der Ausführung der Vorgaben erfolgte durch eine weitere staatliche Instanz, der Abteilung Agitation des Ministeriums für Staatssicherheit. Inwieweit das Ministerium für Staatssicherheit alle Medien in der DDR und ihre Akteure observieren konnte, ist bislang wenig, meistens im Rahmen von Einzelfallstudien, untersucht worden.⁴

Es wird die Annahme vertreten, dass die Intensität der Medienlenkung und der Anleitung der SED gemäß der verschiedenen zeitlichen Phasen und gemäß externer und interner politischer Ereignisse unterschieden werden kann.⁵

Es können seit Anfang der 50er Jahre fünf staatliche Hauptinstanzen oder Akteure, die die gesamte Medienlandschaft der DDR als auch deren Umsetzung (inklusive Kirchenblätter,

² Vgl. u.a. Meyen, Michael/Fiedler, Anke (Hrsg.): *Die Grenze im Kopf. Journalisten in der DDR*, Berlin: Panama Verlag, 2011.

³ Ebd.

⁴ Vgl. u.a. Reichert, Steffen *Transformationsprozesse: Der Umbau der LVZ*, Münster: Lit Verlag (Medienwandel in Ostdeutschland, 1), 2000.

⁵ Vgl. u.a. Bösenberg, Jost-Arend: *Die aktuelle Kamera (1952-1990). Lenkungsmechanismen im Fernsehen der DDR*, Potsdam: Verlag für Berlin und Brandenburg, 2004.

Publikumszeitschriften sowie die Fernseh- und Rundfunkanstalten) reglementieren, identifiziert werden:

1. Generalsekretär des ZK der SED Staatsoberhaupt Walter Ulbricht (1950-1971), Erich Honecker (1971-1989)
2. ZK- Sekretäre für Agitation und Propaganda Albert Norden (1955-1967), Werner Lamberz (1967-1978), Joachim Herrmann (1978-1989)
3. Agitationskommission beim Politbüro des ZK der SED (1955-1989)
4. ZK-Abteilung Propaganda Kurt Hager (1949–52); ZK-Abteilung Agitation und Propaganda Abteilungsleiter: Horst Sindermann (1953-1963), dann ZK-Abteilung Agitation Rudolf Singer (1963-1966), Werner Lamberz (1966–1971), Hans Modrow (1971-1973), Heinz Geggel (1973-1989), ZK-Abteilung Propaganda: Kurt Tiedke (1961–79), Klaus Gäbler (1979–89)
5. Presseamt des Ministerrates der DDR Fritz Beyling (1953-1958), Kurt Blecha (1958-1989)

Dabei lassen sich die Instanzen, die die Argumentationsanweisungen für die Anleitung der Medien ausarbeiteten als auch deren Umsetzung operativ kontrollierten, kaum voneinander trennen.

Die Generalsekretäre der SED behielten sich von Anfang an vor, das Zentralorgan „Neues Deutschland“ selbst anzuleiten. Seit der ersten Ausgabe des Zentralorgans „Neues Deutschland“ (ND) nach der Zwangsvereinigung von KPD und SPD am 23. April 1946 wurde die Zeitung von den Parteivorsitzenden Wilhelm Pieck (KPD) und Otto Grotewohl (SPD) bzw. von deren Stellvertretern Walter Ulbricht und Max Fechner inhaltlich reglementiert.⁶ Diese Anleitungspraxis für das Zentralorgan der SED änderte sich auch nicht in der Ära Ulbricht oder unter Honecker, wobei auch hier akteursbedingte Differenzen auszumachen sind. Ulbricht überließ die inhaltliche Lenkung des ND den nachgeordneten Staatsorganen (den ZK-Sekretären Norden und Lamberz). Er schrieb nicht, wie Erich Honecker später, selbst Beiträge und Artikel für die sogenannten Leitmedien, das „Neue Deutschland“, für die „Aktuelle Kamera“ oder Nachrichtenmeldungen, die über die Nachrichtenagentur der DDR (ADN), an alle Redaktionen in der DDR weitergeleitet wurden.

Die ZK-Sekretäre für Agitation und Propaganda waren direkt dem Generalsekretär unterstellt. Die ZK-Sekretäre Norden, Lamberz und Herrmann waren auch gleichzeitig Vorsitzende der Agitationskommission beim Politbüro. Sie leiteten die Agitationskommission an und gaben die

⁶ Holzweissig, Gunter: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln u.a.: Böhlau, 2002.

Anweisungen an die Printmedien, den Hörfunk und das Fernsehen weiter (außer Kirchenzeitungen und Bezirkspresse).⁷

1955 konstituierte sich die **Agitationskommission beim Politbüro**. Es war u.a. auch eine politische Reaktion auf die kritischen Stimmen in der Öffentlichkeit.

Die Agitationskommission hatte sich zum Ziel gesetzt, mit medial vermittelten Argumentationen auf die öffentliche Meinung zu reagieren und ihr politisches Handeln zu legitimieren.⁸ Die Agitationskommission bestand 1964 aus acht hauptamtlichen und 17 ehrenamtlichen Mitgliedern. Zu den ehrenamtlichen Mitarbeitern gehörten auch Chefredakteure vom ND und der „Berliner Zeitung“, sowie des FDJ-Organs „Junge Welt“, der Gewerkschaftszeitung „Die Tribüne“, als auch der Leiter des Presseamts, Kurt Blecha, und die Vorsitzenden der Staatlichen Komitees für Rundfunk und Fernsehen und andere Funktionäre aus dem Parteiapparat.⁹

Holzweissig vertritt die Ansicht, dass sich die Agitationskommission in den 80er Jahren unter Herrmann zu einer „Befehlsausgabe“ transformierte, die jeweils dienstags nach der Politbürositzung tagte.¹⁰ Es wird die These vertreten, dass sich die Argumentationsanweisungen zur inhaltlichen Anleitung der Presse immer mehr von der Zielsetzung, die öffentliche Meinung beeinflussen zu wollen, entfernten, da kaum Studien im Rahmen des Meinungsklimas in der DDR in den 80er Jahren als Grundlage hinzugezogen wurden.

Die Abteilung Agitation und Propaganda beim ZK wechselte in den 50er und 60er Jahren ständig ihre Strukturen. Sie wurde ursprünglich 1949 als Abteilung Massenagitation gegründet. Die primären Aufgaben lagen anfangs in der Kontrolle und Koordinierung der Agitation der Massenorganisationen (FDJ, FDGB u.a.), der Administration des Rundfunks, des Films und der Presse. Heinz Geggel war fast 16 Jahre Leiter der Abteilung Agitation. Der Abteilung gehörten insgesamt acht Sektoren an, wobei einige Sektoren primäre Funktion nicht der Medienlenkung dienten (Sichtagitation, Bibliothek und Zeitungsarchiv, B-Sektor als Vorbereitung für den Krisen- bzw. Kriegsfall). Die anderen Sektoren umfassten den Rundfunk und die Presse, den Sektor „Arbeit

⁷ Ebd.

⁸ Vgl. Holzweissig, Gunter: Medienlenkung in der SBZ/DDR. Zur Tätigkeit der ZK-Abteilung Agitation und der Agitationskommission beim Politbüro der SED. in: Publizistik, 1994, H. 1, S. 58–72.

⁹ Ebd.

¹⁰ Holzweissig, Gunter: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln u.a.: Böhlau, 2002, S. 134.

mit den ausländischen Korrespondenten in der DDR“, sowie den Sektor Agitation und die Redaktion der monatlich publizierten Agitationszeitschrift „Was und Wie“. ¹¹

Seit Anfang der 50er Jahre bis 1989 waren **beim Presseamt** zahlreiche Aufgaben gebündelt: Es vergab die Lizenzen für alle Presseerzeugnisse, koordinierte und organisierte die Öffentlichkeitsarbeit der Ministerien, sowie die Veröffentlichung des Regierungspresседienstes, der „Presse-Informationen“, die dreimal wöchentlich erschienen. Das Presseamt übernahm die Verwaltung des Imports der benötigten westlichen Zeitungen und Zeitschriften in der DDR für den dienstlichen Gebrauch und die redaktionelle Betreuung der Monatszeitschrift „Presse der Sowjetunion“. Des Weiteren lenkte diese staatliche Institution die Medieninhalte der Blockparteien und reglementierte die Kirchenzeitungen in einer Vor- und Nachzensur. ¹²

Neben den Hauptakteuren des Medienlenkungsapparates in der DDR gab es noch andere sekundäre Akteure, die ebenfalls auf die inhaltliche Medienberichterstattung und mediale Akteure Einfluss nahmen. Zum Beispiel stellen Reichert (2000), Holzweissig (2002) sowie Kluge et al. (1997) aufgrund einer qualitativen Analyse der Akten der Staatssicherheit als Befund heraus, dass die Journalisten der „Leipziger Volkszeitung“ observiert wurden und diese personenbezogenen Materialien ebenfalls den staatlichen Instanzen weitergeleitet wurden, um entsprechende „Maßnahmen“ zu veranlassen. Der Medienlenkungsapparat der DDR wurde unter Ulbricht sukzessive aufgebaut und die Überwachung der Medieninhalte und der Argumentationsanweisungen für die einzelnen Medien wurden unter Honecker perfektioniert und damit die Medienlenkung intensiviert.

2. Zur Geschichte des Leipziger Messeamts

Die Leipziger Messe ist eine der ältesten Messen der Welt und hat als Organisation eine bis ins 12. Jahrhundert reichende Historie. Um 1165 wurde die Messe erstmalig in einem Stadtbrief dokumentiert. Kaiser Maximilian I. verlieh der Stadt bereits 1497 Messeprivilegien. 1893 brachte der „Verband der Leipziger Meß-Interessierten“ Mitgliedskarten als Messeausweise heraus. ¹³ 1917 wurde der Verein „Meßamt für die Mustermessen in Leipzig“ gegründet.

¹¹ Ebd.

¹² Bulisch, Jens: *Evangelische Presse in der DDR. "Die Zeichen der Zeit" (1947-1990)*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2006.

¹³ Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): *Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn*, Teilband 2 1914-1997, Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2). 1999.

Erich Gruner entwarf im Gründungsjahr das Logo MM (Abkürzung für: Meßamt für Muster-Messen), das auch noch in der DDR verwandt wurde. Ende des 19. Jh. veröffentlichte der Verband die „Zeitschrift des Leipziger Messeverbandes“. Seit 1894/95 wurde die Leipziger Messe im Frühjahr und im Herbst abgehalten. Offiziell hatte der Oberbürgermeister Leipzigs den Vorsitz im Aufsichtsrat inne, doch die eigentlichen Geschäfte führten die Wirtschaftsverbände. Zwar wurde die Messe Anfang des 19. Jahrhunderts finanziell von Reich und Staat unterstützt, aber der damalige Messeamtsdirektor Köhler legte großen Wert auf die Selbstverwaltung der Messe.¹⁴

Im März 1917 übernahm das Messeamt nach einer Anordnung des Messeamtsdirektors die Aufgabe, die Mustermessen weiterzuentwickeln, neue Industriezweige, wie z.B. die Automobilindustrie, für die Messe zu gewinnen sowie Einkäufer aus dem In- und Ausland zu generieren. Das Messeamt sollte zwischen interessierten Ausstellern, den Branchenverbänden sowie den inländischen und ausländischen Einkäufern vermitteln.

Dazu wurden freie Schriftsteller während und vor der Leipziger Messe eingesetzt, die über die Leipziger Messe Mitteilungen oder Fachbeiträge produzierten und den Redaktionen der Fachzeitschriften zur Verfügung stellten. Von Anfang an aber verfügte jede lokale Zeitung, wie z.B. die Leipziger Volkszeitung, sowie die Fachzeitschriften über eine Sonderredaktion zur Leipziger Messe. In dieser Zeit gab es erste Auseinandersetzungen zwischen dem Messeamt und den Redaktionen der Fachpresse, da einige sogenannte Fachschriftsteller die Redaktionen unter Druck setzten, die eingesandten Pressemitteilungen über die Leipziger Messe zu veröffentlichen. Einige Berichtersteller bzw. PR-Praktiker ließen sich sogar von den Redaktionen die Beiträge honorieren (ebd.).¹⁵ Neben den Pressemitteilungen setzte das „Leipziger Meßamt“ schon in den 20er Jahren zahlreiche Werbe- und PR-Mittel ein, darunter die messeeigene Zeitung „Die Leipziger Mustermesse“. 1918 wurden 350 Tageszeitungen und Fachzeitschriften durch den Presseverteiler über die Messe informiert. Schon 1921 wurde ein Pressezimmer während der Messen eingerichtet.

„Die Werbeinhalte gingen in den 20er Jahren in einer überdimensionierten Quantität der Mittel und Methoden unter. Die Werbung konnte ihre Orientierungsfunktion nicht mehr erfüllen“.¹⁶ Die

¹⁴ Ebd.

¹⁵ Zum „unlauteren Meßschriftstellertum“ siehe Tänzler, Heike: Die Pressearbeit der Messe als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit und der Imagepflege, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2), 1999, S. 471-482. hier S. 476 ff.

¹⁶ Marhenke, Karl-Ursus: Zwischen Konkurrenz und Innovation. Die Werbung der Leipziger Messe in den 1920er Jahren, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Köln u.a.: Böhlau, 1999, S. 483-495. Hier S. 492.

Branchenverbände und das Leipziger Messeamt kooperierten in den 20er Jahren bezüglich ihrer Informationspolitik und ihrer Werbung miteinander und konnten somit Synergieeffekte entwickeln. In ihrer Pressearbeit war die Leipziger Messe Anfang des 20. Jahrhunderts im Vergleich zu anderen kommunalen Pressestellen in Deutschland innovativ. Die Kommunikationsnetzwerke zu den einzelnen ausländischen Konsulaten der Leipziger Messe wurden schon Anfang des 20. Jahrhunderts aufgebaut und entsprechendes Werbematerial produziert und versandt. Es existierten im Jahr 1927 zehn Geschäftsstellen und 142 Vertretungen, die weltweit verteilt waren. Sie alle waren mit Werbetätigkeiten für die Leipziger Messe beauftragt.¹⁷ Neben der Presseabteilung wurden in dieser Zeit die Druckerei und das Werbebüro gegründet.

Nach der Machtergreifung durch die Nationalsozialisten erhielt das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda offiziell den Vorsitz über das Leipziger Messeamt.

Die Messe transformierte nicht zu einer Propagandaveranstaltung des NS-Regimes.¹⁸ Hitler konzentrierte sich auf andere Messen, wie z.B. auf die internationale Automobil- und Motorrad-Ausstellung in Berlin, und schenkte der Leipziger Messe wenig Beachtung. Die Eröffnungsveranstaltung wurde in Zeiten des Nationalsozialismus von Propagandaminister Goebbels abgehalten, da das Regime im Rahmen der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit und Auslandspropaganda die ausländische Medienöffentlichkeit für sich gewinnen wollte.

Nach dem zweiten Weltkrieg erließ die Leipziger Stadtverwaltung am 6. August 1945 die Direktive über die Reaktivierung der Leipziger Messe. Unter der Sowjetischen Militäradministration in Deutschland (SMAD) trat die Satzung des Leipziger Messeamts von 1930/1932 wieder in Kraft. Von den inner- und intraorganisationalen Strukturen sowie dem PR-Know-how der Leipziger Messe, die schon in den 1920er Jahren aufgebaut wurden, profitierte die SMAD nach dem 2. Weltkrieg und später die DDR-Führung und nutzte diese organisationalen Rahmenbedingungen für ihre politische Auslandspropaganda.

Als Gegenstück zur Leipziger Messe gründete sich die Hannover Messe, die in den ersten Jahren ihres Bestehens der dortigen Alliiertenkontrolle (Engländer) unterstand. Die Sowjetische Militäradministration in Deutschland legte bis zur Gründung der DDR am 7. Oktober 1949 die Basis

¹⁷ Ebd.

¹⁸ Geyer, Jochen: Die selbstverwaltete Messe. Der Messestandort zwischen 1916 und 1945, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): *Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn*. Köln u.a.: Böhlau, 1999, S. 451–470.

für eine zentrale Planwirtschaft sowjetischen Typs.¹⁹ Der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Entwicklung wurde auf den Ausbau der Schwerindustrie gelegt.

Die Abschaffung des Privateigentums im Produktionsbereich war eine Voraussetzung für den Aufbau und die Konsolidierung einer zentralen Planwirtschaft. Zwischen totalitärer Herrschaftsform und Planökonomie bestand eine Korrelation, die nicht zufällig entstanden war. Die Ideologie des Marxismus-Leninismus bildete die Legitimationsgrundlage für die Hegemonie der sozialistischen Einheitspartei Deutschlands. Im November 1950 wurde das Leipziger Messeamt, eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, in einen volkseigenen Betrieb umgewandelt (VEB Leipziger Messeamt). Die Folge war, dass sich „das innere Gefüge der Messe [immer mehr veränderte]; sie begann sich unter Verstärkung ihrer Exportfunktion in ein Instrument der von Berlin aus zentral gelenkten Staatsplanwirtschaft zu verwandeln“.²⁰

Die Leipziger Messe fand in der DDR zweimal jährlich im Frühjahr (März) und im Herbst (September) statt. Dabei wurde ab 1969 eine schwerpunktmäßige Aufteilung der Industriebranchen auf die Frühjahrs- und Herbstmesse vorgenommen. Der Fokus der Frühjahrsmesse lag danach auf den Branchen metallverarbeitende Industrie, Werkzeugmaschinen, sowie Land- und Nahrungsgütertechnik, Elektro- sowie Informationstechnik und wissenschaftlicher Gerätebau.

Während der Herbstmesse kamen die Aussteller aus dem In- und Ausland hauptsächlich aus den Branchen Chemie und Chemieanlagen, Straßenfahrzeuge, Textilmaschinen, Freizeitgestaltung und Sportartikel, Unterrichtsmittel sowie Einrichtungen für Bildungsstätten.

Die DDR-Führung hatte mit der Leipziger Messe das Ziel verbunden, den wissenschaftlich-technischen Leistungsstand insbesondere gegenüber den westlichen kapitalistischen Ländern zu dokumentieren und den Ost-West-Handel zu fördern. Sie verband damit außenpolitische Ziele: die Souveränität der DDR und ihre Eigenständigkeit gegenüber den kapitalistischen Ländern herauszustellen. Der Staatsführung der DDR ging es darum, ihrer Bevölkerung und den Besuchern die Erfolge „sozialistischer Errungenschaften“ auf der Leipziger Messe zu präsentieren. „Wirtschaftliches Handeln in Leipzig bewegte sich zugleich immer auch im bürokratischen

¹⁹ Schroeder, Klaus (Hrsg.): *Der SED-Staat. Geschichte und Strukturen der DDR 1949-1990*. Unter Mitarbeit von Steffen Alisch, München: Carl Hanser. 1998.

²⁰ Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): *Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn*, Teilband 2 1914-1997, Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2). 1999, S. 614.

Ordnungsrahmen politischer Zwänge.“²¹ Die Messe avancierte zur größten Handelsmesse in der DDR.

Das Leipziger Messeamt unterhielt eine Zweigstelle in Berlin sowie über 160 Vertretungen und Ausgabestellen für Messeausweise auf fünf Kontinenten. Zu den größten westlichen Handelspartnern der DDR zählten die Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Italien, die Niederlande und Österreich.²²

Unter Honecker wurde die Leipziger Messe als Aushängeschild der Wirtschaftsleistung der DDR instrumentalisiert. Der SED-Staatsapparat hatte sich als Ziel gesetzt, gerade im technischen Bereich ein positives Image in den nicht-sozialistischen Ländern aufzubauen. Der inhaltliche Fokus der wissenschaftlichen Kongresse, Tagungen und Fachvorträge auf der Leipziger Messe war, über neueste technische und wissenschaftliche Entwicklungen und Erkenntnisse der DDR zu informieren und „das internationale Ansehen der DDR zu stärken.“²³

2.1 Zur Funktion der Leipziger Messe in der Honecker-Ära

In der Ära Honecker wurde die DDR-Wirtschaft rezentralisiert. Honecker führte ein neues Programm, die sogenannte „Einheit von Wirtschafts- und Sozialpolitik“, ein, welche auf dem VIII. Parteitag der SED 1971 beschlossen wurde. Offiziell wurde mehr politischer und kultureller Freiraum proklamiert, womit auch die Verhandlungen um eine internationale Anerkennung der DDR gefördert werden sollten.²⁴ Zugleich ließ er in den 70er Jahren bis auf einige Handwerksbetriebe alle Betriebe in der DDR verstaatlichen, indem sie gezwungen wurden, eine staatliche Mehrheitsbeteiligung zu akzeptieren. Honecker konzentrierte die Industrie durch die Einführung großer Kombinate, die auf ihren Teilmärkten öfters eine Monopolstellung innehatten. Es existierten unter Honecker zwei Formen der staatlichen Betriebe: Kombinate (ein Zusammenschluss auf vertikaler oder horizontaler Ebene von Betrieben) und volkseigene Betriebe VEB (ökonomisch abhängige Wirtschaftseinheiten, die Ende der 70er Jahre meistens in Kombinate zusammengefasst wurden).²⁵

²¹ Ebd. S. 613.

²² BArch DC 8/11.

²³ O.V.: Ordnung für die wissenschaftlich-technische Öffentlichkeitsarbeit auf der Leipziger Messe v. 30.10.1972. In: UA-LM, nicht signiert, n. paginiert.

²⁴ Schroeder, Klaus (Hrsg.): Der SED-Staat. Geschichte und Strukturen der DDR 1949-1990. Unter Mitarbeit von Steffen Alisch, München: Carl Hanser. 1998.

²⁵ Ebd.

In seiner Amtszeit prägte Honecker den Terminus „Demokratischen Zentralismus“. In der DDR verstand man den demokratischen Zentralismus des Staates und der Massenorganisationen als Antagonismus zur bürgerlichen Demokratie. Das Prinzip des „Demokratischen Zentralismus“ war im Parteistatut der SED unter Erich Honecker geregelt:

„Der Organisationsaufbau der Partei beruht auf dem Prinzip des Demokratischen Zentralismus. Dieser Grundsatz besagt: a) dass alle Parteiorgane von unten bis oben demokratisch gewählt werden [...] c) dass alle Beschlüsse der höheren Parteiorgane für die nachgeordneten Organe verbindlich sind, straffe Parteidisziplin zu üben ist und die Minderheit sowie der Einzelne sich den Beschlüssen der Mehrheit diszipliniert unterordnet.“²⁶

In der Praxis waren die Top-down Entscheidungen und Weisungsbefugnisse über Inhalte und Personen konstitutiv. Die Kandidaten für bestimmte Positionen wurden von hierarchisch übergeordneten Stellen oder Personen vorgegeben und die Wählbarkeit der Leitungen war pro forma.²⁷ In der DDR, wie in anderen sozialistischen Staaten, war die Einhaltung der Vorgaben der Partei über das Prinzip des Demokratischen Zentralismus gestellt und ein konstitutives Element der Hegemonie der SED.

Das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten (MfAA) sowie das Ministerium für Außenhandel (MAH) nahmen spätestens Anfang der 70er Jahre eine entscheidende Rolle in außenpolitischen Fragen ein. Die außenpolitischen Befugnisse des Staatsrates wurden nach der Verfassungsrevision von 1974 fast vollständig beseitigt. Die Außenpolitik wurde auf die Regierung der DDR, d.h. auf den Ministerrat, transferiert. Somit nahm auch das Presseamt beim Ministerrat der DDR eine wichtige Funktion in der Außenpolitik der Honecker-Ära ein.²⁸ Erich Honeckers Außenpolitik zielte im Gegensatz zu Walter Ulbricht auf eine Anerkennung der DDR als souveränem Staat. 1972 erlangte die DDR ihre Anerkennung als unabhängiger Staat durch den Grundlagenvertrag mit der Bundesrepublik. Darin verpflichteten sich die beiden deutschen Staaten, die Autonomie und Selbstständigkeit in inneren und äußeren Angelegenheiten gegenseitig zu respektieren. 1973 wurde die DDR als Vollmitglied der UNO anerkannt.²⁹

²⁶ Programm und Statut der SED vom 22. Mai 1976. Mit einem einleitenden Kommentar von Karl Wilhelm Fricke. Köln, Ziffer 23, 1976. Ziffer 23.

²⁷ Schroeder, Klaus (Hrsg.): Der SED-Staat. Geschichte und Strukturen der DDR 1949-1990. Unter Mitarbeit von Steffen Alisch, München: Carl Hanser. 1998.

²⁸ Brünner, Thomas: Public Diplomacy im Westen. Die Presseagentur Panorama DDR informiert das Ausland, Frankfurt a. Main: Peter Lang (Zivilisationen und Geschichte, 12), 2011.

²⁹ Heydemann, Günther. Die Innenpolitik der DDR, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH (Enzyklopädie Deutscher Geschichte Band 66), 2003.

Diese offizielle Lesart der Weisungs- und Entscheidungsbefugnisse beeinflusste im erheblichen Maß alle gesellschaftlichen Teilsysteme der DDR, sprich auch die Entscheidungsbefugnisse der Betriebe und Kombinate der DDR und auch die einzelner Struktureinheiten des Leipziger Messeamts.

2.2 Zur Normalität der Medienlenkung auf den Leipziger Messen

Im Mittelpunkt des Medienlenkungsapparates des Leipziger Messeamts stand die Regierungskommission Leipziger Messe, die 1955 gegründet wurde. Ihr gehörten u.a. das Büro des Präsidiums des Ministerrates, das Presseamt, verschiedene Wirtschaftsministerien, die staatliche Plankommission, die DEWAG-Werbung, das DDR-Außenministerium (Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten), das Amt für Zoll und Kontrolle des Warenverkehrs, der Rat der Stadt Leipzig sowie die Räte der Bezirke Leipzig, Dresden, Karl-Marx-Stadt und Suhl an. In einem Beschluss des Präsidiums des Ministerrates von 1962 wurde festgelegt, dass das Ministerium für Außenhandel und Innerdeutschen Handel die Vorbereitung und Durchführung der Leipziger Messen sowie deren Koordinierung und Kontrolle verantworten sollte. Das Präsidium des Ministerrates wurde angewiesen, zu jeder Leipziger Messe Direktiven zu den politisch-ökonomischen Grundsatzfragen auf der Grundlage von Vorlagen des Ministeriums für Außen- und Innerdeutschen Handel zu verabschieden. „Bei Meinungsverschiedenheiten zwischen den einzelnen Staatsorganen sind diese vom Minister für Außenhandel und Innerdeutschen Handel dem Stellvertreter des Vorsitzenden des Ministerrates für die Koordinierung der Wirtschaftsfragen zur Klärung und Entscheidung vorzutragen.“³⁰

Das Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten soll laut diesem Beschluss inhaltliche Anweisungen erteilen, „die die wirksame Beeinflussung der Presseberichterstattung in den sozialistischen und kapitalistischen Ländern durch unsere diplomatischen Vertretungen gewährleisten.“³¹ In dem Beschluss wird das Ministerium des Inneren beauftragt, die Ein- und Ausreisebestimmungen für die ausländischen Messegäste zu kontrollieren und evtl. Modifikationen dem Vorsitzenden des Ministerrates zur Endabnahme vorzulegen. Hier wird deutlich, dass die „Einladungspolitik“ zur Chefsache mit höchster Priorität erklärt wurde. Der Leiter des Presseamts erhält die Vollmacht „die politisch-ökonomische Pressearbeit“ zu sichern.³²

In den 80er Jahren wurden im Gegensatz zu den 70er Jahren nicht nur Argumentationsrichtlinien von der Regierungskommission für die Leipziger Messen entworfen, sondern „Maßnahmen zur

³⁰ Beschluss des Präsidiums des Ministerrates v. 6.2.1962. In: BArch DC 8/11, S. 2.

³¹ Ebd. S. 4.

³² Ebd. S. 2.

Sicherung einer koordinierten Information der inländischen und ausländischen Journalisten auf handels- und messepolitischem Gebiet“ entwickelt.³³

Für die Frühjahrsmesse 1988 wurde per Beschluss das Ziel festgelegt, das „hohe Leistungswachstum der DDR-Volkswirtschaft zu verdeutlichen und [...] den Kampf der sozialistischen Bruderstaaten um die Erhaltung des Friedens [...] zu unterstützen“. ³⁴ Das Schwerpunktthema wurde unter dem Claim „Integrierte MESZ-, Prüf- und Regelungstechnikweg zur Leistungssteigerung“ gefasst.³⁵ Der Fokus der Media Relations lag auf der „qualifizierten Informationstätigkeit“ der ausländischen Wirtschafts- und Fachpresse durch die Presseabteilungen der Außenhandelsbetriebe und Kombinate der DDR. „An ausländische Journalisten sind Exklusivinformationen zur Förderung konkreter Außenhandelsvorhaben zu vermitteln, qualifizierte Gruppen- und Einzelgespräche [...] zu organisieren.“ ³⁶ Statements statushoher politischer oder wirtschaftlicher Akteure aus den nicht-sozialistischen Ländern, die das hohe Leistungsniveau der DDR-Wirtschaft und die Attraktivität der Leipziger Messe bestätigten, wurden angeführt, um das positive Image zur Leipziger Messe zu penetrieren.

„Alle zahlenmäßigen Angaben über den Außenhandel der DDR, soweit sie nicht im Statistischen Jahrbuch enthalten sind, Wertungen, Einschätzungen usw. bedürfen der erforderlichen zentralen Abstimmung.“ ³⁷ Gerhard Beil, Staatssekretär des Ministeriums für Außenhandel, erteilte für die Messe 1987 Handlungsanweisungen, um die Zielsetzungen des Exportes in Länder des nicht-sozialistischen sowie des sozialistischen Wirtschaftsgebiets zu erreichen. Er gab Anweisungen für die inhaltliche Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit.³⁸ In den 80er Jahren wurde die Presse- und PR-Lenkung der DDR-Medien vor, während und nach der Leipziger Messe zur Normalität.³⁹

³³ Maßnahmen zur Sicherung einer koordinierten Information der inländischen und ausländischen Journalisten auf handels- und messepolitischem Gebiet in Zusammenhang mit den Leipziger Messen 1987. v. 20.11.87, in: BArch DC 9/314. o. D.

³⁴ Ebd. S. 3.

³⁵ Ebd.

³⁶ Ebd. S. 2.

³⁷ Ebd. S. 3

³⁸ Informationen über Ausführungen von Gen. Dr. Beil zur LM 1987 vor den Chefredakteuren vom 11.3.1987, in: BArch DC 9/314. nicht paginiert.

³⁹ Hier soll der Begriff „Normalität“ systemtheoretisch reflektiert werden. Normalität steht im Begriffsfeld mit Normativität, Routine, Ritual, Habitus und Muster (Handlungs-, Deutungsmuster). Normalität ist die Differenz zur Ausnahme, der Störung, dem Unerwarteten (vgl. Bohn 2003). Auf der Akteursebene steht das Normale im Antonym zum Pathologischen, Abweichenden, Exzentrischen bis Genialem. (Ebd.) Mittels Ritualen wird die gesellschaftlich wahrgenommene Normalität, die das Pathologische bzw. die Abweichung mit einschließt, durch Wiederholungen konsolidiert. Nach Luhmann wird „die kommunikative Normalität einer [...] instabilen

Nicht nur statushohe politische Akteure sprachen Empfehlungen für die Presselenkung der DDR aus, sondern auch die Industrieministerien in den Abschluss- bzw. Evaluationsberichten zur Leipziger Messe.⁴⁰

In einem Abschlussbericht der Pressestelle des Ministeriums für Allgemeinen Maschinen-, Landmaschinen- und Fahrzeugbau zur Öffentlichkeitsarbeit während der Leipziger Herbstmesse 1985 heißt es: „Die Redaktion Ausland des Neuen Deutschlands sollte mehr zur Auslandspropaganda genutzt werden.“⁴¹ Als Empfehlung wurde ausgesprochen, dass „gemeinsam mit dem Presseamt und dem Pressestab des Ministerium für Außenhandels sowie mit dem Allgemeinen Deutschen Nachrichtendienst und dem Neuen Deutschland und dem Fernsehen eine verbindliche Festlegung zu treffen [ist] über die Verfahrensweise bei Meldungen über Spitzengespräche.“⁴² Das Ministerium für Außenhandel übermittelte die Pressemitteilungen sowie das Bildmaterial an ADN, welche vom Pressekollegium, dem Leipziger Messeamt, den Industrieministerien, Außenhandelsbetrieben sowie der Interwerbung GmbH geliefert wurden.⁴³ Die Meldungen der Nachrichtenagentur ADN übernahmen die übrigen Medien der DDR, das Neue Deutschland, Aktuelle Kamera, Bezirkszeitungen, Rundfunk sowie das Fernsehen der DDR. ⁴⁴„Wir waren immer verpflichtet, den Teil Bundesrepublik eins zu eins ungekürzt von ADN zu übernehmen.“⁴⁵ Aber auch bei der „Gleichschaltung“ der DDR-Medien zur Berichterstattung über die Leipziger Messe gab es gelegentlich Abstimmungsprobleme: „Verbessert werden muss die direkte Zusammenarbeit mit den zentralen Medien nach Absprache mit dem Pressestab des Ministeriums für Außenhandel, um Berichterstattungspressen aus zeitlichen und örtlichen Gründen auszuschließen.“⁴⁶ Es wurde darauf geachtet, dass die Presseinformationen der redaktionellen Qualität der Medien in Sprache und Stil adaptiert wurden.

Aus den Argumentationsanweisungen des Ministeriums für Außenhandel zur Leipziger Herbstmesse 1985 geht hervor, dass auch Geggel, Leiter der Abteilung Agitation- und Propaganda,

Gesellschaft [...] durch erwartungsleitende Wahrscheinlichkeiten stabilisiert.“ (zitiert nach Bohn 2003: 47. In: Luhmann 1997).

⁴⁰ BArch DC 9/326.

⁴¹ Abschlussbericht des MALF. o. D. in: BArch DC 9/326, S.2.

⁴² Ebd.

⁴³ Die Interwerbung GmbH, Gesellschaft für Werbung und Auslandsmessen, wurde 1957 gegründet und hatte neben dem Leipziger Messeamt eine Monopolstellung in der Ausführung von Werbemaßnahmen für ausländische Handelspartner in der DDR inne. Sie schrieb für die Auslandswerbung, z.B. in Form von Messepräsenz, der Exportbetriebe der DDR als auch für die Werbung von ausländischen Unternehmen, die in der DDR Werbung schalten wollten, verantwortlich (vgl. u.a. Brüner 2011).

⁴⁴ BArch DC 9/326.

⁴⁵ Interview Görlt 2011.

⁴⁶ Abschlussbericht Öffentlichkeitsarbeit im Bereich des MALF zur LMF 1986, in: BArch DC 9/326.

folgende Anweisungen für die DDR-Presse und den Pressebeauftragten gegeben hat: „Nur publizieren, was der DDR nutzt, keine Länder zur Messezeit angreifen, mit denen wir Geschäfte machen wollen; DDR-Erzeugnisse vorstellen, ihre Vorzüge zeigen, keine Diskussion über „Q“ [Qualität] und Qualitätsmängel; Berichterstattung im größeren Umfang beginnt mit der Messe.“⁴⁷

Mittels Inszenierungen von Events und Veranstaltungen, wie der Verleihung von „Goldmedaillen“ zur LFM, sollte die Medienwirksamkeit erhöht werden. Es wurde versucht, sich den medialen Selektionskriterien, den Nachrichtenfaktoren, der westlichen Medien anzupassen. Neben dem MAH sollte das Presseamt laut Direktive zu den Leipziger Messen 1988 die DDR-Medien anleiten.⁴⁸ Die Evaluations- bzw. Ergebnisberichte mussten von allen Pressebeauftragten der ausstellenden Ministerien, Betriebe, Kombinate, Außenhandelsbetriebe sowie weiteren Akteuren, der Interwerbung GmbH und der Panorama GmbH verfasst und an das Presseamt übergeben werden.⁴⁹ Die Abgabe der Abschlussberichte bzw. Evaluationsberichte erfolgte mit einer genauen zeitlichen Terminierung einschließlich einer Uhrzeitangabe.⁵⁰

2.3 Die Beziehung staatlicher Institutionen zu ausländischen Journalisten

Am 1. März 1973 wurde vom Ministerrat der DDR eine Verordnung für akkreditierte ausländische Journalisten zur Tätigkeit von Publikationsorganen anderer Staaten und deren Korrespondenten verabschiedet. Nach diesem Beschluss mussten sich ausländische Korrespondenten, die in der DDR journalistisch tätig werden wollten, vom Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten eine Genehmigung für ihre Arbeit einholen. Für die Eröffnung eines Korrespondenten-Büros in der DDR mussten sich die Journalisten schriftlich an den Leiter des Bereichs Presse und Information des DDR-Außenministeriums (MfAA) wenden. In der Verordnung wird festgelegt, dass sich alle akkreditierten Journalisten an die Grundsätze ihrer journalistischen Tätigkeit zu halten hätten, die im jeweiligen Interesse der DDR ausgelegt werden konnten. Der Beschluss schränkte die Pressefreiheit der akkreditierten Journalisten ein, indem gedroht wurde, die Arbeitsgenehmigung zu entziehen, falls falsche mediale Darstellungen der staatlichen Organe und ihrer führenden politischen Akteure

⁴⁷ Protokoll vom 27.08.1985 v. Dr. Beil zur Leipziger Herbstmesse. in: BArch DC9/314, S. 6.

⁴⁸ Maßnahmen zur Sicherung einer koordinierten Information v. 20.11.1987. in: BArch DC 9/326.

⁴⁹ Die Panorama GmbH war die Auslandspresseagentur der DDR, die 1974 gegründet wurde und direkt der Abteilung Auslandsinformation im ZK der SED untergeordnet war. Die Agentur distribuierte Pressematerial, Interviews, Kommentare und Berichte der DDR-Führung an mediale Akteure als auch politische Akteure und Institutionen aus der Bundesrepublik und dem „nicht-sozialistischen Ausland“ sowie der Länder der Dritten Welt (vgl. Brünner 2011).

⁵⁰ Ebd.

sowie der mit der DDR verbündeten Staaten veröffentlicht bzw. geäußert werden sollten.⁵¹ Mit dieser Direktive wollte die SED-Führung die ausländischen Medien zur Durchsetzung ihrer Interessen lenken und reglementieren.

Im Rahmen der Vorbereitung der Frühjahrsmesse 1973 wurde die westdeutsche Medienberichterstattung zu diesem Thema analysiert und bewertet: „Auf einer völlig gesonderten Linie läuft seit Tagen eine massive Hetzkampagne gegen die Verordnung des Ministerrates über die Tätigkeit ausländischer Publikationsorgane in der DDR. Grundtenor: 'Maulkorbgesetz' - DDR bricht den Berliner Vertrag.⁵² Als Konsequenz wurde am 12. März 1973 die Akkreditierung von drei Korrespondenten des Deutschlandfunks und der Deutschen Welle als Messe-Berichtersteller auf der Leipziger Frühjahrsmesse verweigert.⁵³ Am gleichen Tag wurden Argumentationen und Deutungsmuster der Regierungskommission für die Internationale Pressekonferenz des Presseamts auf der Leipziger Frühjahrsmesse 1973 entworfen, um den negativen Frame zu entkräften. „In jedem Staat gibt es eine Ordnung für die Tätigkeit ausländischer Korrespondenten. Das ist die normalste Sache der Welt [...]. Im Übrigen straft die hier in Leipzig geübte und von Ihnen ja täglich erlebte Praxis alle Behauptungen einer angeblichen Beeinträchtigung der Arbeit ausländischer Korrespondenten lügen.“⁵⁴ Des Weiteren sollte als Argumentationshilfe und Orientierung auf den Kommentar im Neuen Deutschland vom 11. März 1973 verwiesen werden.

Einen Tag später am 13. März 1973 fanden Verhandlungen über die praktische Ausweitung des Handels zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR zwischen dem Staatssekretär des Bundeswirtschaftsministeriums, Detlev Karsten Rohwedder, und dem Minister für Außenwirtschaft der DDR, Horst Sölle, auf der Leipziger Messe statt.⁵⁵

Erst zwei Tage später, am 15. März, brechen der Bundeswirtschaftsminister Hans Friderichs, Staatssekretär Detlev Rohwedder und der niedersächsische Finanzminister Walther Leisler Kiep ihren Messe-Besuch vorzeitig ab, um gegen die Verweigerung der Akkreditierung der Journalisten zu protestieren.⁵⁶

⁵¹ FU-Online-Datenbank DDR-Handbuch: Enzyklopädie der DDR, S.3828 <http://www.digitale-bibliothek.de/band32.htm> (Stand 05.03.12).

⁵² In der BRD-Propaganda v. 11.3.73 o.V. In: BArch DC 9/319. S.2.

⁵³ FU-Online-Datenbank DDR-Handbuch: Enzyklopädie der DDR, S. 306 <http://www.digitale-bibliothek.de/band32.htm> (Stand 06.03.12).

⁵⁴ Zu Eventualfragen auf der Pressekonferenz des Presseamtes am 13.3.1973 v. 12.3.1973. In: BArch DC 9/319.

⁵⁵ Ebd.

⁵⁶ FU-Online-Datenbank DDR-Handbuch: Enzyklopädie der DDR S. 336 /<http://www.digitale-bibliothek.de/band32.htm>. abgerufen am 30.04.2012.

Durch den Beschluss des Ministerrates der DDR zu den Akkreditierungsvorschriften für ausländische Journalisten stand die DDR-Führung im Jahr 1973 unter einem besonderen Legitimationsdruck. Das äußerte sich auch auf der Herbstmesse 1973. Die Regierungskommission und das Presseamt identifizierten folgende in der bundesdeutschen Medienberichterstattung medial inszenierte Krisenthemen, die sie durch ein gezieltes mediales Framing mittels Argumentationsanweisungen zu minimieren versuchten.⁵⁷

- „Zum Thema gegenseitiger Bezug von Presseerzeugnissen BRD-DDR“
- „Zum Thema Verschuldung“
- „Zur Qualitätsproblematik [der Industrieerzeugnisse der DDR]“
- „Zu den Beziehungen DDR-BRD“
- „Zur Währungskrise“

Auch hier arbeitete das Presseamt eng mit der Abteilung für Agitation und Propaganda und dem ZK-Sekretär für Agitation und Propaganda zusammen.⁵⁸ Das Presseamt legte den Vorschlag für Fragen, die seitens ausländischer Journalisten gestellt werden könnten, dem ZK-Sekretär für Agitation und Propaganda zur Freigabe vor.

Auf der Leipziger Herbstmesse 1973 waren insgesamt 98 sogenannte „Pressebeauftragte“ der Wirtschaftsministerien (das Ministerium für Schwermaschinen- und Anlagenbau, für Chemische Industrie, für Leichtindustrie, für Glas und Keramik, für Kohle und Energie, für Handel und Versorgung), der Außenhandelsbetriebe sowie der Vereinigung Volkseigener Betriebe und Kombinate der DDR an den jeweiligen Messeständen präsent.⁵⁹ Die Mehrheit der PR-Praktiker war männlich, 22 weiblich. Die Mehrzahl der Pressereferenten stellten die Außenhandelsbetriebe der DDR mit 29 PR-Referenten (darunter Büromaschinenexport, Carl Zeiss Jena, Chemie-Export-Import).

Jeden Tag fanden sogenannte Internationale Pressekonferenzen von Ständen und Delegationen aus sozialistischen Ländern (Sowjetunion, VR Polen, Bulgarien) als auch von DDR-Kombinaten und den Ministerien sowie Fachpressegespräche mit den akkreditierten medialen Akteuren statt.

⁵⁷ BArch DC 9/319.

⁵⁸ Brief von Blecha an Lamberz v. 29.8.1975. In: BArch BC 9/321. nicht paginiert.

⁵⁹ Verzeichnis der Pressebeauftragten der Industrie und Außenhandelsbetriebe der DDR v. 2.-9.9.1973, in: BArch DC 9/320.

Die Internationale Pressekonferenz des Presseamts auf der Leipziger Messe wurde durch eine Vorbesprechung zwischen dem Präsidium der Internationalen Pressekonferenz mit der DDR-Presse geplant.⁶⁰

2.4 Mediale Inszenierungen und interne Strukturen des Leipziger Messeamts

Die Internationale Pressekonferenz bzw. Eröffnungspressekonferenz stand im Fokus des medialen Spektakels auf der Leipziger Messe. Sie fungierte als Regierungspressekonferenz, da sie vom Presseamt beim Ministerrat der DDR und den Ministerien geplant, durchgeführt und nachbereitet wurde.⁶¹

Die Presseabteilung des Leipziger Messeamts wurde nicht in die Vorbereitungen der Eröffnungspressekonferenz auf der Leipziger Messe involviert. Weder konnte das Leipziger Messeamt die Journalisten einladen, noch die Pressemappe vorbereiten.⁶²

„Es gab ein gewisses Ritual bei der Eröffnungspressekonferenz. Die ersten Fragen wurden immer von DDR-Journalisten gestellt. Von ADN, der staatlichen Nachrichtenagentur, vom Neuen Deutschland, vom Rundfunk. Und dann gab es immer Fragen von ein oder zwei Journalistenkollegen aus dem sozialistischen Ausland, so von der Prawda oder der Iswestja als Regierungszeitung der Sowjetunion. Und dann aus Polen oder Tschechien als Nachbarländer. Und dann folgten zwei bis drei Fragen von leitenden Journalisten aus der Bundesrepublik, die damals in der DDR akkreditiert waren [...]. Da gingen sehr viel mehr Arme hoch, aber die Reihenfolge war vorbestimmt, zumal die Pressekonferenz zeitlich begrenzt war [...].“⁶³ Nicht einmal der Bereichsleiter der Abteilung Werbung- und Öffentlichkeitsarbeit in den 80er Jahren wurde über die Messedirektiven direkt informiert. „Das waren zum Teil Verschlussachen, die nur der Generaldirektor bekommen hat.“⁶⁴

Während der Leipziger Herbstmesse 1987 organisierte das Leipziger Messeamt (LMA) zusammen mit den Botschaften 30 Presse- und Werbeveranstaltungen in 25 Ländern.⁶⁵ Leitende Mitarbeiter des Leipziger Messeamts konnten Informationsgespräche mit der inländischen als auch mit der Presse aus sozialistischen und nicht-sozialistischen Ländern führen.

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ BArch DC 9/326

⁶² Ebd.

⁶³ Interview Kramp 2011

⁶⁴ Interview Görtl 2011

⁶⁵ Abschlussbericht vom Dienstbereich LMA zur LM 1987 v. 11.9.1987. In: BArch DC9/326.

Die Hauptaufgabe des LMA war die Bereitstellung der technischen und materiellen Infrastruktur, wie z.B. Rundfunkstudios und Büros, um für die akquirierten Journalisten auf der Leipziger Messe die besten Arbeitsbedingungen zu schaffen.⁶⁶

Pressemitteilungen und PR-Mittel wurden in den 80er Jahren vom Leipziger Messeamt in einer unübersichtlichen Fülle, wie schon in den 20er Jahren, produziert. Im Vergleich zu den nicht-sozialistischen Ländern wurde wenig Werbung für die Leipziger Messe im Inland betrieben, außer in der Innenstadt Leipzigs, in der Werbung geschaltet wurde.

Die Autonomie des Leipziger Messeamts war stark eingeschränkt und die Einnahmen der Leipziger Messe aus dem Verkauf von Ausstellerflächen und dem Verkauf von Eintrittskarten mussten komplett an das Ministerium für Außenhandel weitergeleitet werden.⁶⁷ „[Wir waren] ein staatlicher Dienstleistungsbetrieb des Ministeriums für Außenhandel. Wir waren ja keine Privatgesellschaft, die selbst entscheiden konnte.“⁶⁸

Für Eigeninvestitionen der Leipziger Messe wurde nur ein bestimmter Betrag freigegeben. Für die technische und materielle Grundausstattung, z.B. für Druckerschwärze oder Drucktechnik, musste das Leipziger Messeamt Anträge an das Ministerium für Außenhandel (MAH) stellen.

Alle Informationen, die mit der Bundesregierung zu tun hatten, wurden mit dem Pressestab des MAH abgestimmt. Die Auftakt- und auch Abschlussmeldung im Rahmen der Tagesinformationen erstellte immer der Pressestab des MAH. „[Das] war ein ungeschriebenes Gesetz.“⁶⁹ Der Pressestab des MAH hatte ein eigenes Büro während der Messetage.

Die externe Informationspolitik wurde in der Presseabteilung des LMA geregelt, in dem fast jeder Mitarbeiter der Presseabteilung ein internes schriftliches Handbuch erhielt, welches Antworten zu bestimmten Fragestellungen, die seitens der Journalisten gestellt werden könnten, enthielt.

Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus gehörten für beide ehemaligen Mitarbeiter des Leipziger Messeamts symbiotisch zueinander. „[...] wir haben praktisch eine Zeitung [Leipziger Volkszeitung] gehabt in Leipzig, die jeden Tag voll hinter der Leipziger Messe stand und die Öffentlichkeitsarbeit für die Messe gemacht hat.“⁷⁰

⁶⁶ vgl. Interview Kramp, Görlt 2011.

⁶⁷ Interview Görlt 2011.

⁶⁸ Ebd.

⁶⁹ Interview Kramp 2011.

⁷⁰ Interview Görlt 2011.

Quellen

Sekundärliteratur

Bohn, Cornelia (2003): Mediatisierte Normalität. Normalität und Abweichung systemtheoretisch betrachtet, in: Link, Jürgen et.al (Hrsg.): Normalität im Diskursnetz soziologischer Begriffe. Heidelberg: Synchron Wissenschaftsverlag, S. 39-50.

Bösenberg, Jost-Arend: Die aktuelle Kamera (1952-1990). Lenkungsmechanismen im Fernsehen der DDR, Potsdam: Verlag für Berlin und Brandenburg, 2004.

Brünner, Thomas: Public Diplomacy im Westen. Die Presseagentur Panorama DDR informiert das Ausland, Frankfurt a. Main: Peter Lang (Zivilisationen und Geschichte, 12), 2011.

Bulisch, Jens: Evangelische Presse in der DDR. "Die Zeichen der Zeit" (1947-1990), Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2006.

Ehlert, Willi; et al. (Hrsg.): Wörterbuch der Ökonomie des Sozialismus, 6. Auflage. Berlin: Dietz Verlag. 1984.

Geyer, Jochen: Die selbstverwaltete Messe. Der Messestandort zwischen 1916 und 1945, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2), 1999, S. 451–470.

Heydemann, Günther. Die Innenpolitik der DDR, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH (Enzyklopädie Deutscher Geschichte Band 66), 2003

Holzweissig, Gunter: Medienlenkung in der SBZ/DDR. Zur Tätigkeit der ZK-Abteilung Agitation und der Agitationskommission beim Politbüro der SED. in: Publizistik, 1994, H. 1, S. 58–72.

Holzweissig, Gunter: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln u.a.: Böhlau, 2002.

Kieserling, André (Hrsg.): Niklas Luhmann. Macht im System, Berlin: Suhrkamp, 2012.

Kluge, Ulrich et al. (Hrsg.) Willfähige Propagandisten. MfS und Bezirksparteizeitungen "Berliner Zeitung"; "Sächsische Zeitung"; "Neuer Tag", Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 1997.

Marhenke, Karl-Ursus: Zwischen Konkurrenz und Innovation. Die Werbung der Leipziger Messe in den 1920er Jahren, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2), 1999, S. 483–495.

Meyen, Michael/Fiedler, Anke (Hrsg.): Die Grenze im Kopf. Journalisten in der DDR, Berlin: Panama Verlag, 2011.

Meyen, Michael/ Fiedler, Anke (Hrsg.) Fiktionen für das Volk: DDR-Zeitungen als PR-Instrument. Fallstudien zu den Zentralorganen Neues Deutschland, Junge Welt, Neue Zeitung und Der Morgen, Münster: Lit Verlag, 2011.

Programm und Statut der SED vom 22. Mai 1976. Mit einem einleitenden Kommentar von Karl Wilhelm Fricke. Köln, Ziffer 23, 1976.

Reichert, Steffen Transformationsprozesse: Der Umbau der LVZ, Münster: Lit Verlag (Medienwandel in Ostdeutschland, 1), 2000.

Schroeder, Klaus (Hrsg.): Der SED-Staat. Geschichte und Strukturen der DDR 1949-1990. Unter Mitarbeit von Steffen Alisch, München: Carl Hanser. 1998.

Tänzler, Heike: Die Pressearbeit der Messe als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit und der Imagepflege, in: Zwahr, Hartmut et al. (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2), 1999, S. 471-482.

Tippach-Schneider, Simone : Messemännchen und Minol-Pirol. Werbung in der DDR, Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf, 1999.

Wüstenhagen, Jana/ Rudolph, Karsten: 13. August 1961 – Die beiden deutschen Staaten auf der Leipziger Messe, in: Hallische Beiträge zur Zeitgeschichte, 2001, H. 10, S. 91–118.

Zwahr, Hartmut; Hopfstedt, Thomas; Bentele, Günter (Hrsg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn, Teilband 2 1914-1997, Köln u.a.: Böhlau (Geschichte und Politik in Sachsen, 9/2). 1999.

Primärquellen:

Akten Bundesarchiv Berlin-Lichterfelde

BArch DC 8/11

BArch DC 9/314

BArch DC 9/326

BArch DC 9/321

BArch DC 9/320

Online-Datenbank

Bundesministerium für innerdeutsche Beziehungen (Hrsg.) Wissenschaftliche Leitung: Hartmut Zimmermann unter Mitarbeit von Horst Ulrich und Michael Fehlauer: DDR-Handbuch, FU-Online Datenbank, S. 306, unter: <http://www.digitale-bibliothek.de/band32.htm>, (Stand: 06.03.12)

Interviews (von der Autorin 2011 geführt)

Jürgen Kramp, geb. 1937, Diplom-Journalist, von 1961-1988 Journalist für die Sonderredaktion der Leipziger Volkszeitung im Pressezentrum der Leipziger Messen.

Uwe Görlt, geb. 1938, gelernter Großhandelskaufmann, in den 80er Jahren Bereichsleiter für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit des LMA.

Donau-Institut Working Papers
ISSN 2063-8191

Kopien können bestellt werden bei:

Universitätsbibliothek
Andrássy Universität Budapest
PF 1422
1464 Budapest
Hungary

Besuchen Sie uns auf unserer Homepage unter <http://www.andrassyuni.eu/donauinstitut>. Wir machen sie darauf aufmerksam, dass wir die Weitergabe des entsprechenden Working Paper einstellen, falls eine revidierte Version für eine Publikation an anderer Stelle vorgesehen ist.