

# 1 EINLEITUNG

## 1.1 Zur Fragestellung

Ein Forschungsvorhaben, das sich mit Hitler und dem Nationalsozialismus auseinandersetzen will, muß eine klare Fragestellung aufweisen, um nicht in der schiereren Masse der vorhandenen Quellen und der bisherigen Forschungsarbeiten unterzugehen oder am Ende nur Bekanntes neu zusammenzustellen. Erst eine präzise und in diesem Fall auch theoretisch fundierte Fragestellung und die aus ihr entwickelte Strukturierung der Arbeit erlauben einen strukturierten und fruchtbaren Zugriff auf ein historisches Thema, das so gut erforscht ist wie die für Europa und die Welt so leidvolle Herrschaft Hitlers.

In seiner Magisterarbeit über den ‚Tag von Potsdam‘ als symbolpolitische Etappe der ‚Machtergreifung‘ Hitlers war der Verfasser zu der Auffassung gelangt, daß Hitler als der (neben Hindenburg) entscheidende Planer und Gestalter dieses überaus symbolträchtigen Staatsaktes vom 21. März 1933 mit großem Geschick und erstaunlichem Erfolg Kapital aus Hindenburgs mythischem Ansehen schlagen konnte; diese Absicht hatte Hitler schon im September 1932 gegenüber Kurt Ludecke formuliert.<sup>1</sup> Immer mehr zeichnete sich so als Gegenstand einer Doktorarbeit die Frage ab, wie Hitler durch besondere Formen symbolpolitischer Kommunikation mit der deutschen Bevölkerung seine charismatische Herrschaft errichten und sich so ab 1934 das Entscheidungsmonopol für alle bedeutenden politischen Fragen des ‚Dritten Reichs‘ sichern konnte. Dies führte zu der Leitfrage, mit welchen Mitteln es Hitler verstand, die kulturell verankerten Erwartungen, Sehnsüchte und tieferreichenden politischen Anschauungen der deutschen Gesellschaft auf seine Person zu bündeln und wie er daraus persönliche Macht gewinnen konnte, wie er „seine ‚kommunikative Suggestionskraft‘ zu einer ganz außergewöhnlichen Wirkung gesteigert“<sup>2</sup> hat.

Zur Präzisierung dieser Fragestellung ist es nötig, nachfolgend zunächst den Forschungsstand kurz darzustellen und sodann den theoretischen Ansatz der Arbeit näher zu entwickeln, da insbesondere dieser theoretische Zugriff mittels eines kultursoziologisch erweiterten Charisma-Konzepts die Fragestellung erst begrifflich zuspitzt.

---

<sup>1</sup> Ludecke: I knew Hitler, 1938, S. 413: „Sagen Sie, was Sie wollen, sein [Hindenburgs] Prestige ist immer noch unbezahlbar – ein fabelhaftes Ansehen, das ausgebeutet werden muß.“ (Übersetzung durch den Verfasser.)

<sup>2</sup> Wehler: Gesellschaftsgeschichte, Band 4, 2003, S. 560.

## 1.2 Anmerkungen zum Forschungsstand

Angesichts der großen Zahl von Publikationen zu Hitler und dem Nationalsozialismus soll hier nur ein knapper Überblick über die für die Fragestellung besonders relevanten Arbeiten gegeben werden. Ansonsten wird in den einzelnen Kapiteln jeweils näher auf den Stand der Forschung eingegangen.

Neben dem Eingehen auf die drei bedeutendsten Hitler-Biographien der beiden britischen Historiker Alan Bullock und Ian Kershaw sowie des Publizisten Joachim C. Fest<sup>3</sup> ist auch ein kurzes Resümee dazu erforderlich, wie das Wesen von Hitlers Macht und Herrschaft bisher gedeutet wurde.

Bereits Alan Bullock sah in Hitler einen Politiker mit „ungewöhnlichen Gaben“, darunter die „außergewöhnliche Fähigkeit zur Selbstdramatisierung“ und „seine virtuose Auswertung der irrationalen Faktoren in der Politik“. Er hob hervor, „daß Hitler selbst [...] [seinen] Mythos erfunden hat, daß er ihn fortgesetzt kultivierte und ihn seinen eigenen Zwecken dienstbar machte.“<sup>4</sup> Leider sind diese Äußerungen Bullocks, die Hitler implizit bereits als Symbolpolitiker charakterisieren, nur summarischer Art. Die kurzen Darstellungen des ‚Tages von Potsdam‘ etwa, der Begräbnisfeier für Hindenburg oder der Wiedereinführung der Wehrpflicht,<sup>5</sup> alles symbolpolitische Ereignisse ersten Ranges, treten hinter der Analyse der ‚harten‘ Machtfaktoren um den opportunistischen Machiavellisten Hitler zurück. Der Untertitel von Bullocks Werk, „Eine Studie über Tyrannei“, zeigt diese Gewichtung ebenfalls an. Einen schärferen Blick für die symbolpolitischen Momente in Hitlers Herrschaft hat in vielen Fällen Joachim Fest<sup>6</sup>, wofür vielleicht nicht unerheblich sein Kontakt zu einem wichtigen symbolpolitischem Helfer Hitlers, Albert Speer, beigetragen hat. Fest liefert eine Reihe wichtiger Anregungen, ohne jedoch das Thema irgendwo (auch theoretisch) ausführlicher zu erfassen.

Zuletzt hat Ian Kershaw, von der Sozialgeschichte herkommend, eine umfangreiche und bedeutende Biographie verfaßt, die er durch zwei weitere wichtige Bücher zum Hitler-Mythos und zu Hitlers Macht begleitet hat.<sup>7</sup> Der Grundtenor dieser Bücher in Bezug auf die Integrations- und Mobilisierungsleistung durch Hitler als aktiver Charismapolitiker ist jedoch im Hinblick auf diese Arbeit zwiespältig. Zwar hat Kershaw stark dazu beigetragen, die Herrschaft Hitlers als die eines Charismatikers zu begreifen; freilich wendet Kershaw sein Interesse hierbei vor allem den charismatischen Sehnsüchten und Bestrebungen der Gesellschaft zu, die ihrem ‚Führer‘ aktiv entgegenarbeitet.<sup>8</sup> Daher taucht Hitler hier in der Regel nicht als aktiver Symbol- und Charismapolitiker auf, der bestimmte gesellschaftliche Sehnsüchte selbst aufgreift, sie auf sich bezieht und daraus persönliche Macht gewinnt.<sup>9</sup> Hitler wird gerade in Kershaws Buch über den Hitler-Mythos nur selten als Gestalter und

<sup>3</sup> Bullock: Hitler, 1962; Fest: Hitler, 1973; Kershaw: Hitler, 2002.

<sup>4</sup> Bullock: Hitler, 1962, S. VII und S. 794 sowie S. 357f.

<sup>5</sup> Vgl. Bullock: Hitler, 1962, S. 248ff., S. 291 und S. 313ff.

<sup>6</sup> Vgl. Fest: Hitler, 1973, etwa S. 190f., 209f., 217f., 321f., 453-457 und 862ff.

<sup>7</sup> Kershaw, Hitler, 2002; Kershaw: Hitler-Mythos, 1999; Kershaw: Hitlers Macht, 2000.

<sup>8</sup> Vgl. Kershaw, Hitler, 2002, S. 663-744.

<sup>9</sup> Vgl. zu diesem Befund zu Kershaws Hitler-Biographie auch Hildebrand: Nichts Neues, 2000, S. 391: Kershaw „zeichnet einen Mann, der nicht in erster Linie selbst handelt, sondern mit dem gehandelt wird [...] der gar nicht viel tun mußte, um zu erreichen, was erreicht wurde“.

wichtigster Propagandist seines eigenen Mythos analysiert. Hitler bleibt bei Kershaw, abgesehen von der Analyse der Außenpolitik, meist in der Rolle einer „Projektionsfläche“<sup>10</sup>, auf welche die Gesellschaft als der wichtigere, kollektive Akteur ihre Hoffnungen setzt.<sup>11</sup> Auch die Kommunikation zwischen Führer und Gefolgschaft nimmt Kershaw nicht als ein interaktives Geschehen wahr: die Initiativen hierzu entspringen, wenn nicht der Gesellschaft selbst, dann meist einem nicht namentlich genannten Kreis von NS-Propagandisten bzw. stammen von dem in der Forschung in dieser Hinsicht noch immer überschätzten Propagandaminister Goebbels.<sup>12</sup> Nur selten, vor allem im Zusammenhang mit Hitlers Redeauftritten, wird Hitler selbst als Propagandist in eigener Sache näher betrachtet. Es liegt daher nahe, die gesellschaftsgeschichtlich so starke und treffende Analyse Kershaws in weiteren Studien noch zu ergänzen, die Hitler und seine Anhänger in ihrer Interaktion gezielt in den Blick der Analyse charismatischer Herrschaft nehmen.

Diese Analyse charismatischer Herrschaft erfolgt in der Geschichtswissenschaft bis heute allerdings meist aus einer theoriefernen Warte. Nur wenige Historiker gehen in ihrer Analyse über die begrifflichen Offerten von Max Weber hinaus. Auch die vielfältige Literatur zum Nationalsozialismus als politische (Pseudo-)Religion,<sup>13</sup> so sehr einige der Befunde auf die besonders engen Anhänger des Nationalsozialismus zutreffen mögen, ist letztlich eine unnötige, eigentlich schon bei Max Weber überwundene<sup>14</sup> analytische Engführung. Das Konzept der ‚politischen Religion‘ scheidet bereits an seiner zentralen Begrifflichkeit: diese lenkt ganz unglücklich das Schwergewicht der Betrachtungen von der Politik fort auf die postulierte religiöse Dimension. Diese lässt sich jedoch im Zentrum der nationalsozialistischen Herrschaft nicht wiederfinden, war dieser doch in seinen Zielen und seinem Wesen sehr stark der Immanenz verhaftet. Auch waren gewiß vorhandene Bestrebungen zur Ausbildung eines kultischen Religionsersatzes selbst 1945 bei weitem noch nicht zu einer tatsächlichen Ersatzreligion ausgeprägt. Zudem hat dies bis 1945

<sup>10</sup> Vgl. Machtan: *Hitlers Geheimnis*, München 2001, S. 21f.; vgl. auch ebd., S. 22: „Problematisch wird es allerdings, sobald er [Kershaw] auf die ‚charismatische Natur‘ von Hitlers Macht zu sprechen kommt. Denn Kershaws Hitler ist alles andere als ein Charismatiker [...] Kershaw hat kein wirkliches Interesse an Hitlers persönlicher Lebensgeschichte [...] und seine Deutungen sind mehr oder weniger Produkt seiner gesellschaftsgeschichtlichen, aber eben nur gesellschaftsgeschichtlichen Analyse.“

<sup>11</sup> Vgl. Kershaw: *Hitler*, Band 1, 2002, vor allem S. 7, 21, 23: „Zur Erklärung [...] müssen wir daher in erster Linie auf die anderen und nicht auf Hitler selbst schauen“; ebenso Kershaw: *Hitler-Mythos*, 1999, S. 14.

<sup>12</sup> Vgl. Kershaw: *Hitler-Mythos*, 1999, S. 103 und 95f.: „Der Propagandaminister, der mehr als jeder andere zur Schöpfung des ‚Hitler-Mythos‘ beigetragen hatte“..., sowie weiter auch S. 16 und S. 65: „Es war die Aufgabe der nationalsozialistischen Propaganda [...] diese Verwandlung [Hitlers vom Partei- zum Volksführer] in die Wirklichkeit umzusetzen“; vgl. ausführlich auch ebd., Kapitel 2, S. 67-106: „Die Darstellung Hitlers in der Propaganda 1933-1936“; ein weiteres anschauliches Beispiel dafür ist der Aufsatz von Bessel: *Charismatisches Führertum*, 1995, vor allem S. 14 und 16.

<sup>13</sup> Gamm: *Der braune Kult*, 1962. Bärsch: *politische Religion*, 1998; vgl. auch Raab u.a.: *Ästhetisierung*, 2002, S. 125: „Ungeklärt bleibt aber, weshalb diese religiösen Inszenierungen [des Nationalsozialismus] – zumal unter den spezifischen sozialen Bedingungen einer säkularisierten Gesellschaft sowie eines atheistischen ‚Bekennnisses‘ des Regimes – überhaupt eine Konversion des Publikums herbeiführen konnte.“

<sup>14</sup> Vgl. Wehler: *Gesellschaftsgeschichte*, 2003, S. 552: „Weber hat den Charismabegriff bekanntlich aus der zeitgenössischen religionswissenschaftlichen Debatte [...] mit sicherem Griff entlehnt, entschieden säkularisiert und großzügig generalisiert“; Charisma ist daher nach Weber ein Phänomen „sui generis“, ebd. S. 553; vgl. ebenso Breuer: *Bürokratie und Charisma*, 1994, S. 141f.

Hitler auch nie angestrebt, ja sogar in den 1920er Jahren aus strategischen Erwägungen verworfen.<sup>15</sup> Weiterreichende Pläne zur Beseitigung der christlichen Kirchen nach dem ‚Endsieg‘ blieben aufgrund des Ausbleibens des ‚Endsieges‘ ebenfalls aus. Der Einfluß der Kirchen auf das religiöse Leben einer großen Mehrheit der Deutschen blieb bis 1945 gewahrt.

Hingegen ist bereits 1983 von Hans-Ulrich Wehler und 1994 wiederum von Rudolf Herz hervorgehoben worden, daß „angesichts der Popularität Hitlers und der Akzeptanz seiner Herrschaft in weiten Bevölkerungsteilen [...] sich eine Deutung der nationalsozialistischen Herrschaft, die sich allein auf manipulative Propaganda [...] und terroristische Gewaltausübung stützt, als unzureichend“ erweist<sup>16</sup> und auch Hitler selbst zu untersuchen sei, weil dessen Charisma ihn „nicht frühzeitig umgab, sondern [...] er [dieses] erst allmählich entwickelte und maximal optimierte“.<sup>17</sup> Eine Analyse des Phänomens müsse deshalb zum einem ausgehen von „dem überbordenden Glauben an Hitler als Symbol eines ‚neuen Deutschland‘“.<sup>18</sup> Zum andern sei auch die außergewöhnliche „Zielstrebigkeit“ zu beachten, mit der Hitler an seinem Mythos gearbeitet habe.<sup>19</sup> Zugleich verweist Herz, wie zuvor schon Lepsius<sup>20</sup>, auf die besondere Eignung des Weberschen Charismakonzepts,<sup>21</sup> das in der Geschichtswissenschaft aber meist nur oberflächlich adaptiert und nur selten weiterentwickelt wird.<sup>22</sup> Während Herz in seinem Buch auch die Zusammenarbeit zwischen Hitler und seinem symbolpolitischen Helfer Heinrich Hoffmann durchleuchtet und dabei wichtige Anregungen für das hier vorgestellte Projekt gibt, stellt er doch insgesamt fest: „Bis heute fehlt überhaupt eine zusammenfassende Untersuchung der Strategien der nationalsozialistischen Führerpropaganda“<sup>23</sup> und der „entsprechende[n] Charismapflege“<sup>24</sup> und „Charismapolitik“<sup>25</sup>, besonders durch Hitler selbst, mit dem wir „noch lange nicht fertig“ sind.<sup>26</sup>

<sup>15</sup> Hockerts: War der Nationalsozialismus eine politische Religion? 2003.

<sup>16</sup> Herz: Hoffmann & Hitler, 1994, S. 21; ebenso Sösemann: Auf Bajonetten, 2003, S. 408.

<sup>17</sup> Wehler: 30. Januar 1933, 1983, S. 50.

<sup>18</sup> Herz: Hoffmann & Hitler, 1994, S. 21; ebenso Benz: Herrschaft, 1990, S. 9; Wehler: Gesellschaftsgeschichte, Band 4, 2003, S. 551; Atze: ‚Unser Hitler‘, 2003, S. 18. – Interessant ist hierzu auch die Studie zu charismatischen Führern im entkolonialisierten Afrika Ake: Charismatic Legitimation, 1967, S. 1-3, vor allem S. 3: „The charismatic leader, Nkrumah, is the nucleus. [...] He has become the source of new norms [...] More than that, he has become the symbol with which all Ghanaians must now identify.“

<sup>19</sup> Herz: Hoffmann & Hitler, 1994, S. 22; vgl. auch Herz: Medienstar, 1995, S. 57-60.

<sup>20</sup> Lepsius: Demokratie, 1993, S. 95.

<sup>21</sup> Wehler: Gesellschaftsgeschichte, 2003, S. 598 und 870; Herz: Hoffmann & Hitler, 1994, S. 22; Breuer: Bürokratie und Charisma, 1994, S. 142; Bach: Die charismatischen Führerdiktaturen, 1990.

<sup>22</sup> Herbst: Der Fall Hitler, 2000, S. 171f.

<sup>23</sup> Herz: Hoffmann & Hitler, 1994, S. 22.

<sup>24</sup> Herz: Medienstar, 1995, S. 57.

<sup>25</sup> Der Unterschied zwischen Charismapflege und Charismapolitik kann mit Lepsius: Demokratie, 1993, S. 111 wohl dahingehend verstanden werden, daß die Charismapflege der Erhaltung des Charismas in Orientierung an den vorhandenen Symbolisierungsbedürfnissen dient, während Charismapolitik auch eine aktive Gestaltung dieser Bedürfnisse durch den Charismatiker umfaßt: „Im Idealfall bestimmt der Führer, die ‚Not‘, von der er befreien will“; vgl. Herbst: Der Fall Hitler, 2000, S. 172.

<sup>26</sup> So die Schlußfolgerung von Lukacs: Hitler, 1997, S. 75; ebenso Machtan: Hitlers Geheimnis, 2001, S. 24. – Diese Folgerung ergibt sich auch aus jener Unstimmigkeit in der Einschätzung des am meisten exponierten ‚Funktionalisten‘ Hans Mommsen (vgl. zu dieser Forschungsdiskussion mit den ‚Intentiona-

Es besteht hierin also nach wie vor eine bedeutende Forschungslücke, sogar für den allgemein als überforscht geltenden Beginn der NS-Herrschaft,<sup>27</sup> und dies zumal die Bedeutung des Hitler-Mythos als „das zentrale Triebwerk für die Integration, Mobilisierung und Legitimierung im NS-Herrschaftssystem“ inzwischen überwiegend akzeptiert wird.<sup>28</sup> Zur Schließung der aufgezeigten Lücke soll mit dieser vorliegenden Studie ein Beitrag an der Nahtstelle von Politik- und Kulturgeschichte geleistet werden. Allgemein ist es dazu notwendig, einen systematischen und folglich auch theoriegeleiteten Blick auf die Methoden zur Erzeugung von Unterstützung im Nationalsozialismus zu werfen.<sup>29</sup>

Eine gelungene Darstellung hierzu bietet ein 2009 erschienener Aufsatz von Andreas Wirsching, in dem Wirsching fünf Dimensionen bei der nationalsozialistischen Machteroberung 1933-34 unterscheidet. Wirsching nennt neben der hier betroffenen charismatischen Dimension<sup>30</sup> die Dimension der Gewalt<sup>31</sup>, die funktionale Dimension<sup>32</sup> rein zweckrationalen Handelns, die bürokratische Dimension<sup>33</sup> der Eroberung der Institutionen und Machtapparate sowie als fünfte Dimension die Indifferenz<sup>34</sup>, also die ebenfalls bei vielen Zeitgenossen des Jahres 1933 vorhandene Gleichgültigkeit gegenüber dem Nationalsozialismus. Andreas Wirsching betont dabei völlig zurecht, daß alle diese Dimensionen von zentraler Bedeutung bei der Analyse der nationalsozialistischen ‚Machtergreifung‘ sind und daß „[e]rst ihr funktionales Zusammenspiel“ dem Jahr 1933 „jene überwältigende Dynamik [gab], die für nicht wenige [der damaligen Zeitgenossen] einer ‚Revolution‘ gleichkam.“<sup>35</sup> Da Wirsching zugleich einige Kritikpunkte vorbringt am „Modell der ‚charismatischen‘ Herrschaft“ als dem Modell, das „gegenwärtig die Interpretationen der nationalsozialistischen Machteroberung zu dominieren scheint“, ist es nun nötig, den hier gewählten theoretischen Zugriff näher darzustellen.

---

listen‘ Schreiber: Hitler, 1984, S. 264-301; Wippermann: Kontroversen, 1986; Hildebrand: Das Dritte Reich, 2003, S. 166-175), der einerseits die zentrale Bedeutung des Personenkults um Hitler herausstreicht, andererseits in diesem einen „in mancher Hinsicht schwachen Diktator“ (Mommsen: Nationalsozialismus, 1971, S. 702) und nur einen propagandistischen „Falschmünzer“ (Mommsen: Hitlers Stellung, 1999, S. 246) sieht.

<sup>27</sup> Vgl. hierzu etwa Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 10: „In unserer Kenntnis über das Jahr 1933 gibt es noch manches Ungleichgewicht; nach wie vor bestehen weniger gut ausgeleuchtete Terrains oder sogar weiße Flecken.“

<sup>28</sup> Hildebrand: Das Dritte Reich, 2003, S. 167, 170; Kershaw: Hitler-Mythos, 1999, S. 313, ebenso Broszat: Probleme der Hitlerforschung, 1980, S.14.

<sup>29</sup> Vgl. hierzu den kurzen, aber instruktiven Überblick bei Benz: Herrschaft, 1990, S. 9-29; vgl. auch Atze: ‚Unser Hitler‘, 2003, S. 19: „Auch in der causa Hitler ist die Frage nach Aufbau, Verbreitung und Durchsetzung der mythischen Aussage zentral.“

<sup>30</sup> Vgl. Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 10-15.

<sup>31</sup> Vgl. Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 15-18.

<sup>32</sup> Vgl. Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 18-20.

<sup>33</sup> Vgl. Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 20-22.

<sup>34</sup> Vgl. Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 22f.

<sup>35</sup> Wirsching: Die deutsche ‚Mehrheitsgesellschaft‘, 2009, S. 10.

## 1.3 Der theoretische Zugriff: Charisma und Symbolpolitik

Für diese Arbeit wurde ein Zugriff gewählt, der den Erwerb charismatischer Herrschaftsressourcen als eine Form symbolischer Politik begreift. Es ist daher nötig, zunächst die Begriffe des Symbols und symbolischer Politik näher zu beleuchten.

### 1.3.1 Symbole

Das Wort Symbol stammt aus dem Griechischen und baut sich ursprünglich aus den Teilen *syn* und *ballein* auf, was auf deutsch in etwa „zusammenfügen“ heißt. Das Symbol fügt dabei zweierlei zusammen: ein wie auch immer geartetes Zeichen und seine Bedeutung.<sup>36</sup> Andreas Dörner spricht in diesem Zusammenhang von den zwei Ebenen der *pictura* und der *scriptio*; gemeint ist damit einerseits die Ebene eines sichtbaren und greifbaren, also manifesten Ausdrucksmittels und andererseits die Ebene der nicht sicht- und greifbaren Bedeutungen.<sup>37</sup> Am Beispiel einer Fahne lässt sich dies deutlich machen: eine Fahne ist ein Symbol, das sich aus einem farbigen Stück Tuch einerseits und der sinnhaften Bedeutung dieses Tuches andererseits zusammensetzt. Das Tuch ist dabei sichtbar und greifbar, der Sinn dieses Tuches jedoch nicht. Steht die Fahne bspw. für die Tradition einer militärischen Einheit und somit für deren Werte und Selbstverständnis, so gibt erst die Fahne als Symbol die Möglichkeit, diese Tradition sichtbar zu machen. Traditionen, Werte, das Selbstverständnis von sozialen Gruppen sind ansonsten nicht sichtbar und nicht greifbar. Die Fahne, die im Grunde nur ein schlichter Gegenstand ist, erlaubt jedoch, indem sie zum Symbol wird, diese Dinge darzustellen. „Ein Symbol ist etwas, das für etwas anderes steht.“<sup>38</sup>

Auch moderne Gesellschaften bedürfen solcher „Ausdrucksmittel“, die für etwas anderes stehen, die es also ermöglichen, eine „Bedeutung“, einen Sinn, allgemeinverständlich zuzuordnen.<sup>39</sup> Das Entscheidende ist hierbei die ‚Aufladung‘ eines zunächst trivialen Gegenstandes mit einer besonderen Bedeutung. Beim Beispiel der Fahne ist dieser eigentlich triviale Gegenstand ein farbiges Stück Stoff. Für einen Unbeteiligten hat dieser Gegenstand zunächst keine besondere Bewandnis; für diejenigen aber, die diese Fahne verehren, hat sie eine besondere Bedeutung, die mit der Zeit gewachsen ist. Im Grunde kann dabei fast alles zu einem Symbol werden, wenn eine bestimmte Anzahl von Personen sich darauf einigt, einem Gegenstand eine besondere Bedeutung, einen symbolischen Mehrwert, zuzubilligen. Ein klassisches Beispiel hierfür ist das sogenannte Statussymbol, etwa eine besonders teure Uhr. Zunächst einmal ist diese Uhr von ihrem Gebrauchswert vielleicht nicht besser oder schlechter als eine Uhr, die wesentlich günstiger zu erwerben ist. Für ihren Besitzer macht es jedoch aus seiner persönlichen Sicht einen Sinn, vielleicht das Zehnfache oder Zwanzigfache des reinen Gebrauchswerts zu bezahlen, weil er damit einen symbolischen Mehrwert für sich erwirbt: er kann, gerade weil die Uhr sinnlos teuer war,

<sup>36</sup> Vgl. Weißmann: Schwarze Fahnen, 1991, S. 2f.

<sup>37</sup> Vgl. Dörner: Mythos, 1996, S. 14.

<sup>38</sup> Weißmann: Schwarze Fahnen, 1991, S. 3.

<sup>39</sup> Weißmann: Schwarze Fahnen, 1991, S. 4; vgl. auch Althoff/Siepe: Symbolische Kommunikation, 2001, S. 220.