



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Cartoons in politischer Mission“

Walt Disneys Kriegspropaganda der 1940er Jahre

Verfasserin

Claudia Leithner

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, im November 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 312

Studienrichtung lt. Studienblatt: Geschichte

Betreuerin: Univ. Doz. Dr. Ursula Prutsch



## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich bei meiner Diplomarbeitsbetreuerin Frau Univ. Doz. Dr. Ursula Prutsch bedanken, die mich mit wertvollen Hinweisen und Tipps unterstützt hat und mich durch ihr Fachwissen nie den roten Faden hat verlieren lassen.

Bei meiner Familie, insbesondere meiner Mutter, bedanke ich mich für die Unterstützung meines Studiums und die Hilfe während der vergangenen, nicht immer einfachen letzten Jahre.

Freunden und Kollegen danke ich für Gespräche, Hinweise und Literaturtausch.

Sehr viel mehr Anteil an der Fertigstellung dieser Arbeit als ihm bewusst ist, hat mein bester Freund Christian Novotny. Ihm gilt ein besonderer Dank, für alles.

Wien, im November 2010



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>EINE AMERIKANISCHE GESCHICHTE .....</b>	<b>12</b>
2.1	VON LAUGH-O-GRAMS ZU DISNEY BROS. ....	14
2.2	MICKEY MAUS .....	15
<b>3</b>	<b>DIE ZEITEN ÄNDERN SICH.....</b>	<b>17</b>
3.1	BURBANK – „DAS HAUS DAS SCHNEEWITTCHEN BAUTE“ .....	17
3.2	DISNEY STREIK 1941.....	18
<b>4</b>	<b>LATEINAMERIKA – POLITIK DER GUTEN NACHBARSCHAFT.....</b>	<b>21</b>
4.1	DIE ROLLE DER FILMINDUSTRIE.....	23
4.2	WALT DISNEY’S „GOODWILL TOUR“ .....	24
4.2.1	“ <i>Saludos Amigos</i> ” (1942).....	26
4.2.2	“ <i>The Three Caballeros</i> “ (1945).....	30
4.3	WEITERE FILME FÜR DEN LATEINAMERIKANISCHEN MARKT.....	36
4.3.1	“ <i>Cleanliness brings Health</i> “ (1944).....	37
4.3.2	“ <i>The winged scourge</i> ” (1943).....	39
4.3.3	“ <i>Defense against Invasion</i> ” (1943) .....	39
<b>5</b>	<b>DER KAMPF AN DER HEIMATFRONT .....</b>	<b>41</b>
5.1	DIE PROPAGANDAMETHODEN ENTWICKELTEN SICH WEITER .....	42
5.1.1	“ <i>Why we Fight</i> ” (1942-1945) .....	43
<b>6</b>	<b>DAS DISNEY-STUDIO IM ZWEITEN WELTKRIEG .....</b>	<b>45</b>
6.1	PEARL HARBOUR (7. DEZEMBER 1941):.....	46
6.2	WARTIME INSIGNIAS .....	47
<b>7</b>	<b>DISNEYS LEHR- U. TRAININGSFILME .....</b>	<b>50</b>
7.1	REALFILM VS. ZEICHENTRICK .....	51
7.2	TRAININGSFILME.....	52
7.2.1	“ <i>Stop that Tank</i> ” (1942) .....	53

<b>8</b>	<b>EIN NEUER GEIST WEHT DURCHS LAND.....</b>	<b>55</b>
8.1	KRIEGSANLEIHEN UND NEUE STEUERN .....	56
8.1.1	<i>Donald kauft „Victory Bonds“ .....</i>	<i>56</i>
8.1.2	<i>“The New Spirit“ (1942).....</i>	<i>59</i>
8.2	DONALD DUCK – EIN NEUER STAR!?	62
8.2.1	<i>“Donald gets drafted” (1942).....</i>	<i>63</i>
<b>9</b>	<b>DISNEYS PROPAGANDA- UND UNTERHALTUNGSKURZFILME .....</b>	<b>65</b>
9.1	“EDUCATION FOR DEATH” (“THE MAKING OF THE NAZI”) (1943) .....	65
9.2	“DER FUEHRER’S FACE“ (AKA „DONALD DUCK IN NUTZI LAND“) (1942).....	68
9.3	“REASON AND EMOTION” (1943) .....	71
9.4	“CHICKEN LITTLE” (1943) .....	72
9.5	SIEG DURCH LUFTMACHT? .....	73
9.5.1	<i>Reaktionen auf “Victory through Air Power” .....</i>	<i>78</i>
<b>10</b>	<b>DISNEY IN DER NACHKRIEGSZEIT:.....</b>	<b>81</b>
10.1	WALT DISNEY UND DAS HUAC .....	81
10.2	VON EINEM KRIEG IN DEN NÄCHSTEN .....	83
10.2.1	<i>Onkel Dagobert und die neue Weltordnung.....</i>	<i>83</i>
<b>11</b>	<b>DISNEYS KRIEGSBEITRAG: EIN RESÜMEE .....</b>	<b>87</b>
11.1	WALT DISNEY DER POLITIKER? .....	89
<b>12</b>	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>93</b>
<b>13</b>	<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>94</b>
<b>14</b>	<b>LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>95</b>
<b>15</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	<b>99</b>
<b>16</b>	<b>LEBENS LAUF .....</b>	<b>101</b>

## 1 EINLEITUNG

Die vorliegende Diplomarbeit setzt sich mit der Rolle der Walt Disney Studios in den Jahren des Zweiten Weltkrieges auseinander. Zu dieser Zeit entstand dort eine nicht unbeachtliche Menge an Filmen mit eindeutig propagandistischem Hintergrund.

Zum ersten Mal kam ich 2008 im Rahmen einer Lehrveranstaltung von Frau Dr. Ursula Prutsch mit diesem Thema in Berührung. Damals sammelte ich Informationen für ein Referat und bei der näheren Auseinandersetzung mit dem Thema bin ich auf immer mehr interessante Aspekte gestoßen, deren komplette Verarbeitung den Rahmen der Lehrveranstaltung überschritten hätte. Schon zu diesem Zeitpunkt habe ich mich entschieden, dieses Thema für meine Diplomarbeit wieder aufzugreifen.

Manchmal kann es passieren, dass eine Arbeit plötzlich ungeahnte Dimensionen annimmt und mehr Zeit fordert als ursprünglich eingeplant. Um nicht den Überblick zu verlieren, musste ich mich entscheiden, wie ich die Grenzen meiner Arbeit abstecken konnte. Im Folgenden konzentriere ich mich auf die USA und auf Lateinamerika in den 1940er Jahren und auf die filmischen Werke der Disney Studios als (Über)träger amerikanischer Werte und Kriegspropaganda während dieser Zeit. Nicht Bestandteil meiner Betrachtung sind die gedruckten Comic-Bände, da diese allein genug Stoff für eine weitere umfangreiche Arbeit beinhalten würden.

Es geht mir nicht um eine Filmanalyse im klassischen Sinn, eine Zerlegung in einzelne Szenen und deren Beschreibung anhand filmtechnischer Aspekte, wie z.B. Kameraführung, Lichteffekte, Technicolor etc., sondern um die Produktion eines Zeichentrickfilms in einem politischen und gesellschaftlichen Kontext, um die Rahmenbedingungen seiner Entstehung. Welche Rolle spielte das Disney-Studio während des Zweiten Weltkrieges? Warum arbeitete die amerikanische Regierung ausgerechnet mit Walt Disney verstärkt zusammen? War Disney eine politische Persönlichkeit, eine Marionette der Politik, ein Populist oder einfach ein geschickter Opportunist? Und welchen Einfluss hatten seine Filme tatsächlich? Mein Ansatz muss folglich als ein kulturhistorischer verstanden werden und nicht als ein filmwissenschaftlicher.

Unzählige Werke wurden schon über Walt Disney publiziert, die meisten davon sind jedoch leider sehr unkritisch und ergießen sich mit Lobeshymnen auf einen Mann, der bis heute noch nahezu unumstritten weltweit als der Übervater der gepflegten, harmlosen und generationen- sowie kulturübergreifenden Familienunterhaltung gilt. Als eines der umfangreichsten Werke, das auch die Schattenseiten Disneys anspricht, gilt bis dato das auch in vielen anderen Publikationen rezipierte Buch „*The Disney Version. The Life, Times, Art and Commerce of Walt Disney*“ von Richard Schickel. Der Autor scheint aber letztlich trotz kritischer Betrachtung sehr bemüht, den Mythos Disney nicht völlig zu entzaubern. Etwas mehr Kritik erlaubte sich Marc Eliot in „*Hollywood's Dark Prince*“. Wie der Titel schon verspricht, kein Lobgesang auf einen amerikanischen Helden, sondern das Portrait eines schwierigen Menschen. Die aktuellste und eine der umfangreichsten Biographien stammt aus der Feder von Neal Gabler. „*Walt Disney. The Triumph of American Imagination*“ erschien 2007 und schafft meiner Meinung nach einigermaßen gelungen den Spagat zwischen Lob und Kritik. Das kritikfreudigste, aber auch kontroverseste Werk erschien Anfang der 70er Jahre in Chile unter dem Titel „*Para Leer al Pato Donald*“ (engl. „*How to read Donald Duck*“). Die beiden Autoren, Ariel Dorfman und Armand Mattelart, lassen in ihrer Imperialismus-Kritik kein gutes Haar an der Disneykultur. Obwohl vielfach rezipiert, ist das Buch alles andere als eine objektive Analyse und kann nicht als wissenschaftliche Quelle herangezogen werden, ohne dass man es vor dem politischen (marxistischen) Hintergrund der Autoren sieht.

Erst in jüngerer Zeit scheinen Gender- und KulturhistorikerInnen dieses Thema für sich (neu)entdeckt zu haben. Eine Sammlung kritischer Aufsätze wurde 2003 von Brenda Ayres unter dem Titel „*The Emperor's Old Groove. Decolonizing Disney's Magic Kingdom*“ herausgegeben. Dort heißt es im Vorwort: „*it is the purpose of this collection of criticism [...] to censure what is not beautiful, what is not wonderful, what is not colourful about the world of Disney.*”<sup>1</sup>

Allerdings befassen sich diese Aufsätze in erster Linie mit Disneyfilmen der letzten zehn Jahre bis heute und den gesellschaftlichen und kulturellen Werten, die sie immer noch transportieren.

Die Kurzfilme aber, die während des Zweiten Weltkrieges entstanden, sind später weitestgehend in Vergessenheit geraten. Teilweise durchaus beabsichtigt, denn die Verwendung eindeutiger Symbole wie dem Hakenkreuz, und politischen Persönlichkeiten wie Hitler oder Mussolini, machten eine kommerzielle Nutzung nach dem Krieg unmöglich.

---

<sup>1</sup> Brenda Ayres (ed.), *The Emperor's Old Groove. Decolonizing Disney's Magic Kingdom* (NY 2003), S10.

Erst 2004 brachte Disney im Rahmen der Serie „*Walt Disney Treasures*“ letztlich auch eine DVD-Box mit dem Titel „*On the Front Lines – The War Years*“ heraus, die ausgewählte Filme von 1941-1945 mit zusätzlichen Kommentaren beinhaltet. Sie ist bisweilen leider nur in den USA erhältlich und, was kaum anders zu erwarten war, unglücklicherweise auch ohne kritische Auseinandersetzung mit dem Thema. Im Gegenteil – es ist wieder einmal eine Huldigung an Disney, einen Mann, der in aufopfernder Selbstlosigkeit seinen Beitrag zum Kriegserfolg der USA zu leisten versucht, einem Land dass – so heißt es im Kommentar – plötzlich Opfer eines unprovokierten und hinterlistigen Angriffs wurde und so unschuldig in einen Krieg geriet, an dem es niemals teilhaben wollte.

Während der Kriegsjahre war das Filmschaffen auf zwei Aspekte gerichtet: auf den Krieg in Europa und Asien und auf die Freundschaftspolitik zu Lateinamerika, das man sich als Verbündeten sichern und erhalten wollte. Die Filme Disneys, die damals für den lateinamerikanischen Markt entstanden, wurden schon in zahlreichen Werken rezipiert. Beispielweise in dem erst 2008 erschienenen Buch „*Creating Good Neighbors? Die Kultur- und Wissenschaftspolitik der USA in Lateinamerika, 1940-1946.*“ von Ursula Prutsch, oder aber auch in der schon etwas älteren Aufsatzsammlung „*Disney Discourse. Producing the Magic Kingdom*“, herausgegeben von Eric Smoodin, in der sich drei Beiträge mit Walt Disney und Lateinamerika auseinandersetzen. Eine umfangreiche Darstellung über die große Menge an Lehr-, Trainings- u. Propagandafilmen, welche die Disney Company im Auftrag des Militärs und der Regierung für den heimischen Markt produzierte, gibt es bis heute nicht.

Walt Disney selbst leugnete oft, mit seinen Filmen bewusst politische Botschaften zu verbreiten, und laut Autor Richard Schickel war Disney generell nie sonderlich an Politik interessiert gewesen, es sei denn, sie betraf ihn unmittelbar selbst.<sup>2</sup>

Doch Walt Disney kann beim besten Willen nicht als unpolitische Persönlichkeit bezeichnet werden. Er unterstützte im Laufe seines Lebens die Wahlkampffonds einer ganzen Reihe konservativer Republikaner, die für diverse politische Ämter kandidierten. 1959 hatte er angeblich mehrfach seine Angestellten genötigt, die Kampagne von Richard Nixon zu fördern, und er stellte sich außerdem bereitwillig in den Dienst von J. Edgar Hoover, den er fleißig mit Informationen über kommunistische Bewegungen in der Filmindustrie versorgte.

---

<sup>2</sup> Richard Schickel, *The Disney Version. The life, times art and commerce of Walt Disney* (Chicago 1997), S157.

Auch bei seiner Befragung vor dem HUAC (*House of Un-american Activities*) nahm er sich kein Blatt vor den Mund und entpuppte sich als ausgesprochen kooperationsfreudiger Zeuge.<sup>3</sup> Gerade bei den Verhören durch das HUAC, im Oktober 1947, kommt deutlich zum Ausdruck, dass es Disney in erster Linie immer um die Durchsetzung seiner eigenen Interessen ging und wenn dazu Anpassung nötig war, dann sah er Politik eher pragmatisch. Der größte persönliche Dorn im Auge waren ihm Zeit seines Lebens die Gewerkschaften, die ihn daran hinderten, wie ein Tyrann über sein Studio zu herrschen und seine Angestellten wie Leibeigene zu behandeln. Schuld an zeitweiligen Missstimmungen innerhalb der Studiomauern gab er, gemäß der politischen Stimmung dieser Tage, den Kommunisten, welche alle Gewerkschaften unterwandern hätten und nun seine Angestellten manipulieren würden.<sup>4</sup>

1941 kam es in seinem Studio zu einem erbitternden Mitarbeiterstreik, in dessen Zuge die Arbeit fast vollständig zum Erliegen kam und in dem keine Einigung in Sicht zu sein schien. Einer der Streikauslöser war die Entlassung von Disneys Chefzeichner Art Babbit, als Kündigungsgrund gab man unter anderem dessen Mitgliedschaft in der Gewerkschaft an.<sup>5</sup> Der von Nelson Rockefeller an Disney herangetragene Plan einer „goodwill“-Tour durch Lateinamerika kam ihm da gerade recht, hatte man ihm doch seitens der Regierung versprochen, sich während seiner Abwesenheit um den Streik zu kümmern.<sup>6</sup>

Nach außen hin gab Disney sich bescheiden und arglos. Immer und immer wieder, bei Interviews und vor der Kamera, nährte er sein Image als einfacher, bodenständiger, anti-intellektueller und gläubiger Durchschnittsamerikaner, der von Politik keine Ahnung hätte.<sup>7</sup> Die Wirklichkeit sah anders aus. Er wusste sich geschickt dem jeweiligen politischen und kulturellen Klima anzupassen und war auch in der Lage, sich dabei der Hilfe der Regierung zu versichern.

Der Disney-Stil ist ein universeller Stil, der auf der ganzen Welt erkannt wird und unabhängig von Sprache oder Kultur funktioniert. Wie David Kunzle schreibt: *„Die politische und militärische Macht Amerikas hat ihn überall bekannt gemacht, und er selbst ist ein Ausdruck*

---

<sup>3</sup> Ariel Dorfmann/Armand Mattelart, How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic (New York 1975; 1991), S19.

<sup>4</sup> Hartmut Keil (Hg.), Sind oder waren Sie Mitglied? Verhörprotokolle über unamerikanische Aktivitäten 1947-1956 (Hamburg 1979), S144.

<sup>5</sup> Reinhold Reitberger, Walt Disney. Mit Selbstzeugnissen und Bilddokumenten (Hamburg 2002), S97f.

<sup>6</sup> Reitberger, Walt Disney, S105.

<sup>7</sup> Ayres, The Emperor's Old Groove, S16.

*dieser Macht.*“<sup>8</sup> Da verwundert es auch nicht, wenn ein so erfolgreicher Massenartikel für politische Zwecke missbraucht wird. In Walt Disney fand die US-Regierung einen mächtigen Kapitalisten, der den Zweck seiner Zusammenarbeit mit dem *State Department* oder dem OIAA (*Office of Inter-American Affairs*) vor allem darin sah, sein Studio über die kargen Kriegsjahre hinweg zu retten und den Verlust des europäischen Marktes auszugleichen. Dass es bis heute keine umfangreiche Analyse der Rolle von Disney-Filmen und Disney-Comics als gezielt eingesetztes Medium zur Unterstützung politischer Anliegen und als Verbreiter propagandistischer Botschaften gibt, überrascht da etwas. Der Grund liegt aber letztlich auf der Hand. Walt Disney ist ein amerikanisches Heiligtum, ein Mythos, den man nicht zerstören will. Die *Disney-Company* lebt von diesem Mythos und sichert durch seine Aufrechterhaltung ihr Überleben auch in Zukunft. Viele Autoren der über Walt Disney publizierten Werke merken an, dass es sehr schwierig ist, von der *Disney-Company* Informationsmaterial zu bekommen wenn der Verdacht besteht, man könnte zu hart mit Disney ins Gericht gehen. Der Kindheitsheld so vieler Menschen auf der ganzen Welt darf einfach keine dunkle Seite haben, das passt nicht zusammen mit der Illusion, die man verkaufen will. Die Welt von Disney funktioniert nach klaren Regeln und das Gute siegt letztlich immer über das Böse. Es gibt nur schwarz oder weiß und nichts dazwischen, das ist die Essenz aller Disney-Filme und dieses Konzept geht immer noch auf. Die Menschen sollen weiter möglichst zahlreich ins Kino kommen und sich von der *Disney-Company* in die vielfach gepriesene „*magic fantasy world*“ führen lassen, ohne darüber nachzudenken, wie kalkuliert diese Magie oft war und immer noch ist.

Die heftige Gegenwehr eines so großen und mächtigen Unternehmens macht die Recherche und Publikation kritischer Aspekte schwierig. Für Historiker ist hier jedenfalls ein Feld gegeben, in dem es noch sehr viel zu entzaubern gibt.

---

<sup>8</sup> David Kunzle, Carl Barks Dagobert und Donald Duck. Welteroberung aus Entenperspektive (F.a.M. 1990), S20.

## 2 EINE AMERIKANISCHE GESCHICHTE

Walter Elias Disney wurde 1901 als vierter Sohn von Elias und Flora Disney in Chicago geboren und sollte keine einfache Kindheit erleben. Den Namen „Walter“ bekam er übrigens zu Ehren von Walter Parr, dem Priester der Christian Fundamentalist St. Paul Church, deren Mitglied sein Vater gewesen ist.<sup>9</sup> 1903 zog die ganze Familie Disney auf eine Farm nach Marceline, nordöstlich von Kansas City. Nachdem die beiden ältesten Söhne bald darauf das Elternhaus verließen, waren Walt und sein Bruder Roy fast täglich den brutalen Gewaltausbrüchen des Vaters ausgesetzt. Der 14-jährige Roy übernahm die Beschützerrolle für seinen kleinen Bruder und diese enge Bindung sollte bis zu Walts Tod im Jahr 1966 ungebrochen bleiben. Roy Disney war vermutlich der einzige Mensch auf der Welt dem Walt jemals wirklich vertraute und auf dessen Ratschläge er hörte.

Die Erträge der Farm fielen jedes Jahr eher mager aus und als Elias im Winter 1909 auch noch an Typhusfieber und einer Lungenentzündung erkrankte, war er gezwungen die Farm zu verkaufen und die Familie übersiedelte nach Kansas City. Zu dieser Zeit florierten das Wachstum und der Wohlstand der Stadt, die ein wichtiges Handelszentrum des Mittelwestens war. Diesmal wollte Elias sein Glück versuchen, indem er eine Austragungsroute für die Zeitungen „*Star*“ und „*The Times*“ kaufte. Leidtragende waren wieder einmal seine Söhne, die in diesem Unternehmen mitarbeiten mussten und jeden Morgen von halb vier Uhr früh an Zeitungen austrugen, bevor sie zur Schule gingen.<sup>10</sup>

Mit dem Tag seiner Volljährigkeit verließ auch Roy die Familie und Walt war dieser Tortur für die kommenden sechs Jahre allein ausgesetzt. Schon damals gehörte Zeichnen zu seinen liebsten Hobbies, neben Schauspielerei und Kleinkunst. Zusammen mit seinem Schulfreund Walt Pfeiffer trat er als „*The Two Walts*“ bei Amateurveranstaltungen in kleinen Theatern auf, wo die beiden die Abenteuer von „*Jimmy Dale*“ oder bekannte Sketche, vor allem von Charlie Chaplin, nachspielten.<sup>11</sup> (Die frühe Bewunderung Disneys für Charlie Chaplin lässt sich später auch in einigen seiner Zeichentrickfilme wieder erkennen und fand erst dann ein jähes Ende, als Chaplin sich zum Sozialismus bekannte).

1917 war der rastlose Elias von der Idee besessen, dass der wahre Erfolg in Chicago zu finden sei, wo eine Marmeladefabrik seine Begierde weckte, die er mit den Einnahmen aus dem Verkauf seiner Zeitungstour erwarb. Walt besuchte in Chicago die *McKinley Highschool* und

---

<sup>9</sup> Marc Eliot, *Walt Disney. Hollywood's dark prince* (London 2003), S7f.

<sup>10</sup> Steven Watts, *The Magic Kingdom. Walt Disney and the American way of life* (Boston 1997), S8f.

<sup>11</sup> Eliot, *Hollywood's dark prince*, S9.

belegte nebenbei Kurse am *Chicago Institute of Art*. Während dieser Zeit fanden seine Cartoons auch eine erste erwähnenswertere Verbreitung in der Schülerzeitung „*The Voice*“.<sup>12</sup>

Legendär und in allen Disney-Biographien zu finden ist die Geschichte, wie Walt versuchte sein Geburtsdatum dahingehend zu verändern, dass er sich ein Jahr älter machte als er tatsächlich war. Hintergrund des Ganzen war sein Wunsch, im Ersten Weltkrieg zu dienen wie sein Bruder Roy, aber der Schwindel flog auf und er wurde von der Armee abgewiesen. Ausnahmen machte das Rote Kreuz, wo bereits Siebzehnjährige aufgenommen wurden, vorausgesetzt die Eltern unterschrieben den Antrag. Der Krieg war bereits zu Ende als Walt mit einer Einheit des Roten Kreuzes nach Frankreich geschickt wurde und er soll in seiner jugendlichen Unwissenheit und Überheblichkeit maßlos enttäuscht gewesen sein, dass er den Krieg um ein Haar verpasst hatte. Er arbeitete als Versorgungsfahrer und vertrieb sich die Zeit indem er Emblems für seine Einheit entwarf, etwas, an das er sich während des Zweiten Weltkrieges erinnern würde.<sup>13</sup>

Nach seiner Rückkehr aus Europa war Disney überzeugt davon, dass er seinen Weg als Künstler machen würde, in welcher Art und Weise auch immer. Er zog nach Kansas City, wo sein Bruder Roy inzwischen als Bankangestellter arbeitete. Walt fand einen Job in einem kommerziellen Werbegraphikstudio, wo er für einen Hungerlohn recht bescheidene und unspektakuläre Aufgaben zu erledigen hatte aber nichts desto trotz wertvolle erste Erfahrungen für seine spätere Profession sammeln konnte. Dort machte er auch Bekanntschaft mit einem Künstler namens Ub Iwerks. In jugendlichem Leichtsinn, beide waren gerade erst 19 Jahre alt und verfügten über keinerlei Kapital, versuchten sich die zwei Freunde selbständig zu machen. Die Firma „*Iwerks-Disney Commercial Artists*“ überlebte einen Monat.<sup>14</sup>

Walt gelang es schließlich als Graphiker bei der *Kansas City Film Art Company* unterzukommen, der vielleicht erste wegweisende Schritt in Disneys Karriere. Denn das Unternehmen produzierte kurze, wenn auch plumpe, animierte Stummfilme (meist mit Papierpuppen) für Werbezwecke, die in den lokalen Kinos vor dem eigentlichen Spielfilm liefen. Disney war fasziniert und gefangen von dem Gedanken, die Bewegungen noch realistischer darzustellen. Er überredete seinen Chef ihm eine Stop-action Kamera zu borgen,

---

<sup>12</sup> Steven Watts, *The Magic Kingdom. Walt Disney and the American way of life* (Boston 1997), S9f.

<sup>13</sup> Eliot, *Hollywood's Dark Prince*, S13.

<sup>14</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S26.

mit der er fortan in jeder freien Minute zuhause in der Garage experimentierte und bald seine ersten eigenen Animationsfilme herstellte und verkaufte.<sup>15</sup>

## 2.1 Von Laugh-O-Grams zu Disney Bros.

Im Mai 1922 verzichtete Walt Disney auf eine viel versprechende Karriere in der Werbebranche und verließ die *Film Ad Company* um *Laugh-O-Grams* zu gründen. Er engagierte eine kleine Zahl von Mitarbeitern, darunter auch Ub Iwerks, die alle kostenlos für ihn arbeiteten und nur im Erfolgsfall am Gewinn beteiligt sein würden. Was Disney an Erfahrung fehlte kompensierte er mit Enthusiasmus und schon nach relativ kurzer Zeit gelang es ihm, sieben Kurztrickfilme zu verkaufen, hauptsächlich Verfilmungen von Märchen. Filmverleih war kein verlässliches Geschäft und Disney, der immer pünktlich seine Auftraggeber belieferte, wurde von diesen oft um seinen Lohn betrogen. Finanziell ging es ihm schlecht, viele seiner Mitarbeiter verließen ihn zugunsten eines Jobs mit regelmäßigen Einkommen und er selbst schlief in den Räumlichkeiten von *Laugh-O-Grams*, weil er sich keine Wohnung leisten konnte. Er war gezwungen sich und seine Firma mit allerlei Nebentätigkeiten über Wasser zu halten und auch Roy unterstützte ihn mit gelegentlichen Geldüberweisungen. Für Disneys Zukunft wohl wichtigster *Laugh-O-Gram*-Film dieser Zeit war „*Alice in Cartoonland*“, worin er ein echtes Mädchen in einen Cartoon integrierte.<sup>16</sup>

1923 entschloss sich Disney nach Hollywood zu gehen, planlos und ohne Geld, aber ganz amerikanisch mit dem Traum vom großen Ruhm. Dort angekommen, klapperte er ein großes Filmstudio nach dem anderen ab auf der Suche nach Arbeit. Allerdings blieb er dabei erfolglos. Da er einzig und allein auf dem Trickfilmsektor bescheidene Erfahrungen vorweisen konnte, mietete er auch in Kalifornien wieder eine ramponierte alte Kamera, mit der er sich erneut in einer Garage einquartierte. Seine letzte und einzige Hoffnung stützte Disney nun auf „*Alice in Cartoonland*“, den er verschiedenen Verleihern anbot. Das Schicksal wollte es, dass er weit weg an der Ostküste erhört wurde und von dem Verleih eines gewissen Charles Mintz ein Angebot über die Produktion einer ganzen Serie von „*Alice in Cartoonland*“ erhielt, mit der Aussicht auf 1500 Dollar pro Stück.<sup>17</sup> Dieser Vertrag war 1923 der unsichere Beginn der Animationsfirma *Disney Brothers Cartoon Studio*, die heute unter

---

<sup>15</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S26.

<sup>16</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S27.

<sup>17</sup> Schickel, *The Disney Version*, S105.

dem Namen *The Walt Disney Company* der zurzeit größte Medien- und Unterhaltungskonzern der Welt ist, mit einem Jahresumsatz von knapp über 36 Milliarden US-Dollar (2009).<sup>18</sup>

Davon war man 1923 freilich noch weit entfernt. Es kostete Walt einiges an Überredungskunst, seinen Bruder Roy mit ins Boot zu holen, dessen Hauptaufgabe die Buchhaltung sein würde. Das erste Kapital von 500 Dollar kam von Onkel Robert Disney; mit dem Geld mietete Disney ein kleines Büro, um aus der Garage ausziehen zu können. Die Brüder lebten sparsam und teilten sich eine bescheidene Wohnung. Walt schrieb einen Brief an seinen alten Freund Ub Iwerks und bat ihn nach Kalifornien zu kommen um für ihn zu arbeiten.<sup>19</sup>

Auf die „*Alice*“-Serie folgte „*Oswald the Rabbit*“, an dem Disney allerdings durch Gutgläubigkeit die Rechte verlor, was ihm eine Lehre sein sollte und zum Bruch mit Charles Mintz führte.<sup>20</sup>

## 2.2 Mickey Maus

1928 war die Geburtsstunde von Mickey Maus, um deren Schöpfung sich unzählbare Geschichten und Legenden ranken, sodass die Grenzen zwischen Wahrheit und Märchen verschwimmen. War Walt Disney der alleinige Erfinder der Maus? Wie viel Anteil hatte Ub Iwerks, immerhin der Zeichner von Mickey? Und wie kam die Maus zu ihrem Namen? Unumstritten war Mickey der Wendepunkt in der Firmengeschichte und der Beginn einer riesigen Erfolgsgeschichte. Nicht unwesentlich an diesem Erfolg beteiligt gewesen war eine technische Revolution in der Filmbranche, ohne die Mickey Maus vielleicht schnell wieder von der Bildfläche verschwunden wäre: Der Übergang von Stummfilm auf Ton.

Disney stürzte sich in die Tonfilmproduktion und experimentierte wild darauf los. Drei Filme mit der Maus entstanden: „*Plane Crazy*“ und „*Gallop in' Gaucho*“ waren noch stumm, aber der dritte Film, „*Steamboat Willie*“, sollte erstmals eine Tonspur haben.<sup>21</sup>

Weitere Kurzfilme wie „*The Skeleton Dance*“ folgten und nach und nach erblickten immer mehr Protagonisten das Licht der Welt, darunter auch Pluto, Goofy und 1934 schließlich

---

<sup>18</sup> Institut für Medien und Kommunikationspolitik URL: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/walt-disney-corp.html> (Zugriff: 21.Juli 2010).

<sup>19</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S28.

<sup>20</sup> Ebd., S29.

<sup>21</sup> Schickel, *The Disney Version*, S120.

Donald Duck. Für „*Flowers and Trees*“ erhielt Disney 1932 seinen ersten von insgesamt zweiundzwanzig Oscars, der zweite folgte schon im Jahr darauf für den bis dato erfolgreichsten Disney-Kurzfilm „*The Three Little Pigs*“.<sup>22</sup>



[Abb.1] Ub Iwerks

Das Studio schwamm mit einem Mal auf einer Erfolgswelle, und nun war es auch ein logischer Schritt und nur noch eine Frage der Zeit bis zur Produktion des ersten abendfüllenden Zeichentrickfilms, denn nur mit solchen Filmen würden sich auf Dauer wirkliche Gewinne erzielen lassen.

Zwischen den allerersten Plänen zu „*Schneewittchen und die sieben Zwerge*“ und der Fertigstellung des Films lagen fünf Jahre, in denen alle Mitarbeiter an einem Strang zogen und das Studio laufend expandierte. Weihnachten 1937 kam der Film schließlich in die Kinos und die Presse lobte ihn als Meisterwerk der Filmgeschichte, was sich auch in den Einspielergebnissen niederschlug.<sup>23</sup>

Das Disney-Zeichentrickfilmstudio an der Hyperion Street in Hollywood war Mitte der 30er Jahre zum Besten seiner Art geworden und die Spanne bis zum Jahr 1941 sollte als die goldene Ära Disneys in die Filmgeschichte eingehen.

---

<sup>22</sup> The Internet Movie Database. URL: <http://www.imdb.com/name/nm0000370/> (Zugriff: 12. Juli 2010).

<sup>23</sup> Reitberger, Walt Disney, S76.

### 3 DIE ZEITEN ÄNDERN SICH

#### 3.1 Burbank – „Das Haus das Schneewittchen baute“

Der große kommerzielle Erfolg von „*Schneewittchen*“ ebnete den Weg für die Vorbereitung dreier weiterer abendfüllender Filme – „*Pinocchio*“, „*Bambi*“ und „*Fantasia*“.

Um den straffen Produktionszeitplan einhalten zu können, brauchte Disney jedoch Platz. Die stetig anwachsende Mitarbeiterzahl war mittlerweile zu einem Unterbringungsproblem geworden, und so erwarben die Disney-Brüder ein unerschlossenes Gelände in Burbank und ließen einen riesigen Studio-Komplex errichten, der im Herbst 1939 offiziell eröffnet wurde. Zu diesem Zeitpunkt beschäftigte Disney bereits mehr als 1000 Angestellte.<sup>24</sup>

Doch die Reaktion der Mitarbeiter auf das neue Studio traf Disney unerwartet hart. Die Zeichner waren mit der Innenplanung unzufrieden, viele Produktionseinheiten waren nun im Gegensatz zu vorher voneinander isoliert, Assistenten und Zwischenphasenzeichner wurden überhaupt auf einer eigenen Etage untergebracht. Einige Abteilungen entwickelten sich so zu Orten der Unzufriedenheit.<sup>25</sup>

Dazu kam, dass sich während der Produktionsphase von „*Schneewittchen*“ viele Angestellte aus einem Loyalitätsgefühl heraus dazu bereit erklärt hatten, freiwillig unbezahlte Überstunden zu machen, um den Film rechtzeitig fertig zu stellen. Man betrachtete sich als große Familie, die zusammenhalten musste für ein gemeinsames Ziel. Nun, nach dem großen Erfolg des Zeichentrickmärchens an den Kinokassen, erhofften sie sich die Auszahlung der vage versprochenen Prämien. Doch stattdessen kam es immer wieder zu Kündigungen und Beunruhigung machte sich breit. Zu allem Überdross konnten die Filme „*Pinocchio*“ und „*Fantasia*“ nicht annähernd an den Erfolg von „*Schneewittchen*“ anknüpfen. Das aufwendige „*Fantasia*“ wurde sogar zu einem finanziellen Debakel, dem Studio ging es wirtschaftlich schlecht, die Banken drängten auf ihr Geld. Das Vertrauen der Angestellten in den bis dahin eigentlich recht beliebten Chef schien langsam zu sinken und die logische Konsequenz für die Angestellten war der Zusammenschluss zu Gewerkschaften, die sich im Hollywood der 30er Jahre verstärkt zu bilden begannen und stetigen Zuwachs verzeichneten.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Eliot, *Hollywood's dark prince*, S103.

<sup>25</sup> Schickel, *The Disney Version*, S249.

<sup>26</sup> Schickel, *The Disney Version*, S250.

Als Teil einer allgemeinen Mobilisation innerhalb der Filmindustrie gab es schon längere Zeit immer wieder Versuche, Animationsstudios und Animationsabteilungen großer Filmgesellschaften gewerkschaftlich zu organisieren. Ein Wendepunkt war 1937 der sechsmonatige Mitarbeiterstreik im Fleischer-Studio, dem Zuhause von *Popeye dem Seemann*. Ein Jahr später wurde die *Screen Cartoonists Guild*, eine eigene Gewerkschaft für Trickfilmzeichner, geschaffen.<sup>27</sup> Um dem von Außen drohenden gewerkschaftlichen Einfluss entgegenzuwirken, bildete und förderte das Disney-Studio zunächst eine eigene innerbetriebliche Gewerkschaft. Der Plan ging jedoch letztlich nach hinten los und führte dazu, dass die Gewerkschaftsvertreter noch härtere Positionen einnahmen.

### **3.2 Disney Streik 1941**

Walt Disney fühlte sich durch den Beitritt seiner Zeichner zur Gewerkschaft beleidigt und betrogen. Er wollte nicht glauben, dass sich seine Mitarbeiter organisierten und tatsächlich mit Streik drohten. Disney sah seinen Konzern als eine große Familie und sich selbst als Übervater und es passte zu seiner Persönlichkeit, dass er nicht in der Lage gewesen war zu verstehen, warum fast die Hälfte seiner Belegschaft unzufrieden genug war um gegen ihn zu rebellieren.

Aus Arbeitnehmersicht gab es dafür mehr als nur einen Grund. Disneys Zwang zur absoluten Kontrolle war extrem, ging bisweilen sogar so weit, dass Männer und Frauen in getrennten Gebäuden arbeiten mussten.<sup>28</sup> Der Mann, der kaum eine seiner Figuren selbst erfunden hatte, beäugte jeden Strich, den seine Angestellten aufs Papier setzten. Damals arbeiteten die Zeichner in mehr oder weniger totaler Anonymität für die *Disney-Company*, nur in seltensten Fällen erhielt ein Künstler die Erlaubnis, eine seiner Zeichnungen mit dem eigenen Namen zu versehen. Es gab nur das Endprodukt, die Marke „Walt Disney“, charakteristisch ist die bis heute weltweit bekannt gewordene kunstvoll geschwungene Signatur des Studiogründers – und nicht einmal die stammt tatsächlich aus Disneys eigener Hand.

Früher kannte Walt Disney noch alle Namen seiner Mitarbeiter, deren familiäres Umfeld, und man konnte ihm jederzeit auf den Gängen des alten Studios über den Weg laufen und ein paar Worte wechseln. In Burbank war das anders, dort lag sein Büro in einem eigenen Flügel im dritten Stock (die Animationsräume lagen im Ersten) und wollte man ihn sprechen, musste man außer den Stockwerken zusätzlich einen engen Korridor, mehrere Büros, eine Rezeption

---

<sup>27</sup> Neal Gabler, *Walt Disney. The Triumph of the American Imagination* (New York 2007), S356.

<sup>28</sup> Reitberger, *Walt Disney*, S64f.

und einen Komplex mit den Arbeitsplätzen mehrerer privater Sekretärinnen passieren. Er war isoliert und auf seine Mitarbeiter wirkte das als wolle er sich absichtlich abgrenzen, weil er der Chef war und über ihnen stand.<sup>29</sup>

Und trotz allem hätte sich zu diesem Zeitpunkt die aufkochende Situation im Disney Studio vielleicht noch entschärfen lassen, wäre es nicht kurz darauf zu weiteren Kürzungen und Kündigungen gekommen. Vielleicht konnte Disney in der schwierigen finanziellen Lage, in der sich das Studio befand, nicht anders. Tatsache war dass Disney, der nicht gerade für sein diplomatisches Geschick bekannt war, zu seinem Unglück auch bestimmt nicht die besten Berater um sich scharte. Vor allem Gunther Lessing, der Studioanwalt, galt als Hardliner und machte sich durch fragwürdige und intrigante Machenschaften weitgehend unbeliebt.

Unter den Angestellten, die ihren Arbeitsplatz räumen mussten, war eine verdächtig hohe Anzahl an Gewerkschaftern, was die Gemüter verständlicherweise nur noch mehr erhitzte. Die angespannte Situation eskalierte schließlich, als Disney Arthur Babbit, einen seiner besten Zeichner, feuerte.

Das Verhältnis zwischen Babbit und Disney war schon seit längerem angespannt gewesen. Art Babbit stammte aus ähnlichen sozialen Verhältnissen wie Walt Disney. Geboren in Ohio, als ältester Sohn einer großen Familie, wuchs er in ärmlichen Verhältnissen auf und unterstützte seine Familie mit Gelegenheitsjobs. 1932 kam Babbit nach Hollywood und avancierte bald zu einem der talentiertesten und höchst bezahlten Zeichner des Disney Studios. Babbit galt als Rebell mit linksgerichteten Ansichten, einer der seine Meinung frei äußerte und sich Anweisungen widersetzte. Vermutlich hätte Disney ihn schon früher entlassen, wäre ihm nicht allzu gut bewusst gewesen, dass Babbit mit seinen herausragenden künstlerischen Qualitäten einen großen Anteil an der so genannten „goldenen Ära“ des Filmstudios hatte. Zur Eskalation zwischen den beiden kam es während der Produktionsphase von „*Fantasia*“, als Babbit ein höheres Gehalt für seinen Assistenten Bill Hurtz forderte. Disney lehnte verärgert ab.<sup>30</sup>

Art Babbit trat der *Screen Cartoonists Guild* bei und wurde schnell einer der führenden Organisatoren der Bewegung. Er hielt Treffen für Angestellte in seiner Wohnung ab und rekrutierte neue Mitglieder auf dem Studiogelände, direkt vor den Augen Walt Disneys.

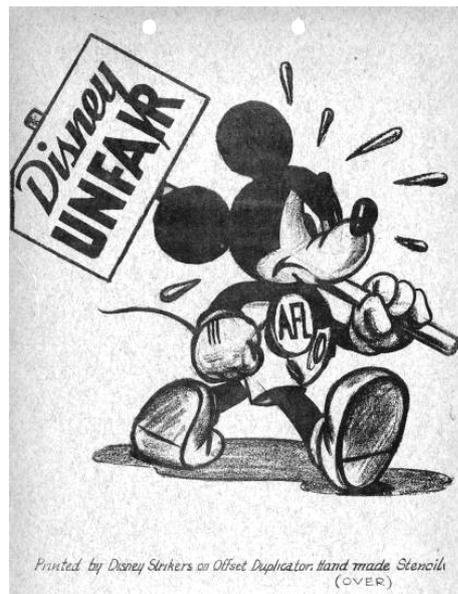
---

<sup>29</sup> Gabler, *Triumph of the American Imagination*, S351.

<sup>30</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S215ff.

Disney feuerte Babbit und bezeichnete ihn öffentlich als Unruhestifter und Randalierer. Er ging sogar soweit, Babbits Gewerkschaftstätigkeit als einen der Gründe für dessen Entlassung anzugeben. Eine sehr unglückliche Äußerung, das hätte sogar Disney in seiner Impulsivität wissen müssen. Denn eine Kündigung aus diesem Grund war ausdrücklich durch den *Wagner Labor Relations Act* verboten.<sup>31</sup>

Nur drei Tage später, am 29. Mai 1941, begann offiziell der Streik, der bis in den Herbst hinein andauern sollte.



[Abb.2]

Am Ende musste sich das Disney-Studio jedoch geschlagen geben und zu einer Abmachung bereit erklären. Die Streikenden erhielten ihre Arbeitsplätze mit dem Versprechen zurück, dass sie zukünftig auch nicht aufgrund ihrer Gewerkschaftstätigkeit diskriminiert werden würden. Weiters mussten Löhne angeglichen und bezahlte Urlaube gewährt werden.

Ein beachtlicher Prozentsatz seiner talentiertesten Zeichner verließ das Studio dennoch nach dem Streik. Nicht alle gingen aus Protest, viele suchten einfach neue Herausforderungen und bessere Arbeitsbedingungen, doch auch nicht wenige mussten die Arbeit schlichtweg deshalb niederlegen, weil sie in den Kriegsdienst eingezogen wurden.<sup>32</sup>

Walt Disney selbst war nicht im Land, als der Streik niedergelegt wurde. Zu diesem Zeitpunkt befand er sich gerade auf einer ausgedehnten „Werbetour“ durch Südamerika, im Rahmen von Nelson Rockefellers „*Good Neighbor Policy*“.

<sup>31</sup> Schickel, *The Disney Version*, S258.

<sup>32</sup> Schickel, *The Disney Version*, S262.

#### 4 LATEINAMERIKA – POLITIK DER GUTEN NACHBARSCHAFT

In den 1940er Jahren wuchsen die politischen und ökonomischen Interessen der USA an Lateinamerika immer stärker an, und die bereits 1933 von Präsident Franklin D. Roosevelt verlautbarte so genannte „*Good Neighbor Policy*“ erlebte einen neuerlichen Aufschwung. Die frühere „*Big-Stick*“-Politik<sup>33</sup> sollte nun zugunsten einer partnerschaftlichen Kooperation mit lateinamerikanischen Staaten aufgegeben werden. Zu dieser gehörten erstmals auch staatlich geförderte wissenschaftliche und kulturelle Austauschprogramme. Zentrales Anliegen der Vereinigten Staaten war dabei die Vorherrschaft über den lateinamerikanischen Markt.

Die Bestrebungen seitens der USA intensivierten sich, als die Kontrolle der westlichen Hemisphäre immer zwingender erschien, um dem wachsenden Einfluss von Deutschland und Japan in Europa und Asien entgegenzuhalten und zu verhindern, dass diese auch nach Lateinamerika vordringen. Die Amerikaner befürchteten, dass ein wachsender Handel zwischen Deutschland und Teilen Lateinamerikas den Nationalsozialisten letztlich auch als ein Sprungbrett diene, um ideologischen und politischen Einfluss in der Region geltend zu machen.<sup>34</sup>

Grundlage für diese Befürchtung war die hohe Anzahl deutscher, italienischer und auch japanischer Einwanderer, die sich auf lateinamerikanischen Boden angesiedelt hatten. Schätzungsweise betrieben diese drei Ethnien 1941 insgesamt etwa 888 Schulen in Lateinamerika, davon waren 75% deutsche. Im Vergleich dazu gab es bis 1943 nur knapp 200 amerikanische Schulen.<sup>35</sup>

Die Angst, ein ‚unbeaufsichtigtes‘ Lateinamerika könnte der Machtübernahme durch die Achsenmächte zum Opfer fallen, war aus damaliger Sicht also sicher nicht unbegründet, auch wenn es heute übertrieben erscheint. Speziell in Brasilien und Argentinien fürchtete man eine wachsende Präsenz der Nationalsozialisten. Und im Kriegsfall wäre es für die USA außerdem von ganz entscheidender Bedeutung, freien und uneingeschränkten Zugang zu Südamerikas Rohstoffvorkommen zu haben.

---

<sup>33</sup> Die „big-stick-policy“ war eine Interventionspolitik, geprägt von Theodore Roosevelt, der seine Herangehensweise zur Außenpolitik mit den Worten „speak softly and carry a big stick – you will go far“ beschrieb. Mit „big stick“ war dabei die US-Marine gemeint.

<sup>34</sup> David Rock, War and postwar intersections: Latin America and the United States. In: David Rock (ed), Latin America in the 1940s: war and postwar transitions (Los Angeles/ London 1994), S22f.

<sup>35</sup> Ursula Prutsch, Creating Good Neighbors? Die Kultur- und Wirtschaftspolitik der USA in Lateinamerika, 1940-1946 (Stuttgart 2008), S48.

Um die lateinamerikanischen Länder stärker an die Vereinigten Staaten zu binden, verfügte Präsident Roosevelt im Sommer 1940 die Gründung des *Office of Inter-American Affairs* (OIAA) und ernannte Nelson Rockefeller zum Koordinator desselbigen:

*“The office’s mission was to harmonize all official relations with Latin America in order to shore up economic ties and thwart Nazi influence throughout the region. It essentially specialized in propaganda on all fronts: the press, radio broadcast, cultural exchanges, and the film industry.”*<sup>36</sup>

Nelson Aldrich Rockefeller, Sohn des Ölmagnaten John D. Rockefeller, unternahm in den 30er Jahren mehrere Reisen nach Lateinamerika und kannte dadurch die wirtschaftlichen und sozialen Probleme der einzelnen Staaten. Auch wenn er ein persönliches Interesse für Menschen und Kultur Lateinamerikas pflegte, war und blieb er in erster Line ein Geschäftsmann – zunächst hauptsächlich als Kunstsammler, dann durch sein Investment in eine Tochterfirma von Standard Oil in Venezuela, und später zusätzlich auch noch aufgrund Hotelbau-Projekten in Caracas.

Rockefeller äußerte bereits 1937 Pläne für ein inter-amerikanisches Programm, für das er sich sowohl staatliche als auch privatwirtschaftliche Unterstützung erhoffte. Es dauerte allerdings noch drei weitere Jahre, bis das OIAA gegründet werden konnte.<sup>37</sup>

Da sich das OIAA fast ausschließlich Informationsaktivitäten widmete, kam es unweigerlich immer wieder zu Differenzen mit Behörden die auf demselben Sektor arbeiteten, vor allem mit dem *Office of War Information* (OWI) und dem *Office of Strategic Services* (OSS). Um diesen Auseinandersetzungen zukünftig entgegenzusteuern, übertrug Präsident Roosevelt dem OIAA offiziell und eindeutig sämtliche Verantwortlichkeiten und Kompetenzen die mit Lateinamerika zu tun hatten.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Brian O’Neil, The Demands of Authenticity. Addison Durland and Hollywood’s Latin Images during World War II. In: Daniel Bernardi (ed.), *Classic Hollywood. Classic Whiteness* (USA/London 2001), S360.

<sup>37</sup> Uwe Lübken, Bedrohliche Nähe. Die USA und die nationalsozialistische Herausforderung in Lateinamerika, 1937-1945. In: *Transatlantische Studien* Bd. 18 (Stuttgart 2004), S.356.

<sup>38</sup> Lübken, Bedrohliche Nähe, S356.

## 4.1 Die Rolle der Filmindustrie

Nelson Rockefeller selbst erachtete das Medium Film als Träger seiner „*Good Neighbor Policy*“ für so bedeutend, dass das OIAA abgesehen von wirtschafts- und kulturpolitischen Abteilungen wie der *Press Division* und der *Radio Division* auch eine eigene *Motion Picture Division* ins Leben rief. Hollywood wurde fortan für die psychologische Kriegsführung instrumentalisiert. Der Auftrag war die Korrektur des schlechten Images, das die USA in weiten Teilen Südamerikas hatten. Die Verbreitung neuer Bilder sollte anti-amerikanischen Gefühlen der lateinamerikanischen Bevölkerung entgegenwirken und zu einem besseren Kulturverständnis beitragen.<sup>39</sup> Außerdem zielten die Vereinigten Staaten in letzter Konsequenz darauf hin, sich die Unterstützung der Einwohner Lateinamerikas für die alliierte Kriegspolitik zu sichern, da sie auch eine Fülle von Rohstoffen und Lebensmitteln für den Kriegserfolg aus Lateinamerika beziehen wollten.

Die Filmstudios und auch ihre staatlichen Auftraggeber engagierten Kulturvermittler, meist mit lateinamerikanischen Wurzeln, die dafür sorgen sollten, dass Filme mit Lateinamerikabezug authentischer werden und kulturelle Missverständnisse, welche die Bevölkerung beleidigen könnten, vermieden werden. So verschwanden mexikanische Schurken aus US-Filmen nahezu komplett, während lateinamerikanische Themen eine Konjunktur verzeichneten.

Einer dieser Berater war der gebürtige Kubaner Addison Durland, der von 1941 bis 1945 in der *Production Code Administration* (PCA), dem Filmzensurbüro, tätig war. Er beseitigte Slums, heruntergekommene Häuser und kaputte Autos aus dem Blickwinkel der Kameras, achtete darauf, dass die Akteure keinen bzw. wenn schon, wenigstens den richtigen Akzent hatten wenn sie Englisch sprachen, und dass lateinamerikanische Städte wie zum Beispiel Rio de Janeiro sich von ihrer modernsten und kulturell attraktivsten Seite zeigten.<sup>40</sup>

Filmpolitisch hatte Lateinamerika schon länger eine immense Bedeutung für die USA, bereits 1935 waren fast 80 Prozent der in Lateinamerika gezeigten Filme US-amerikanische und nach Wegfall der europäischen Märkte stieg das Interesse der großen Studios am lateinamerikanischen Publikum noch einmal erheblich an. Neben Unterhaltungsfilmen stellten besonders Lehr- und Bildungsfilme natürlich ein wichtiges Vehikel dar, um die amerikanische Bevölkerung über Lateinamerika zu informieren und Stereotypen abzubauen, gleichzeitig aber auch amerikanische Werte, Lebensstil und Konsumprodukte in Lateinamerika

---

<sup>39</sup> Ursula Prutsch, Die lateinamerikanische Filmindustrie zwischen Europa und den USA (1900–1970). In: Daniela Ingruber/ Ursula Prutsch (Hg.), *Imágenes. Bilder und Filme aus Lateinamerika* (Wien 2007), S31.

<sup>40</sup> Brian O’Neal, *The Demands of Authenticity*, S373.

bekanntzumachen. Lehr- und Bildungsfilme erreichten ein breiteres Publikum als Kinofilme, weil sie in Schulen, Firmen, Krankenhäusern, Gefängnissen etc. gezeigt wurden und so auch entlegene Gegenden erreichten in denen es kein Kino gab. Dadurch besaßen sie auch einen großen Propagandaeffekt und konnten gezielt für diese Zwecke eingesetzt werden.

#### 4.2 Walt Disney's „goodwill tour“

Je bekannter ein Exportartikel, desto besser eignet er sich für den Transport amerikanischer Werte. 1941 trat Rockefeller an Walt Disney heran mit dem Plan einer so genannten „goodwill tour“ quer durch Südamerika. Die Regierung hoffte, dass Walt Disney, der in Südamerika sehr populär war, als Kulturbotschafter für die USA auftreten könne. Eine Gruppe ausgewählter Zeichner sollte Disney begleiten und auf ihrer Reise Inspirationen für neue Filme finden, welche die Herzen und Köpfe der Menschen Südamerikas erobern und für die amerikanische Sache gewinnen würden. Für Walt Disney war das auch eine gute Gelegenheit, die Probleme daheim im Studio hinter sich zu lassen. Er gab die Verantwortung an seinen Bruder Roy ab, der sich gemeinsam mit den Studioanwälten während Walts Abwesenheit um den Mitarbeiterstreik kümmern sollte. Außerdem hatte er die Hoffnung, auf Kosten der Regierung genug Material für mehrere Filme zu sammeln, die dem Studio endlich wieder einen finanziellen Erfolg an den Kinokassen bescheren sollten. Walt verließ die USA Mitte August, gemeinsam mit seiner Frau und fünfzehn Künstlern, und kehrte erst Ende Oktober nach Kalifornien zurück.<sup>41</sup>

Wo immer der Disney-Tross in Südamerika Station machte, wurde Walt mit offenen Armen empfangen und Scharen von neugierigen Kindern umringten die Gruppe. Einer von Disneys Zeichnern, Bill Cottrell, erinnerte sich: „*They knew who Walt Disney was. They might not have known who the president of their own country was, but they all knew Walt Disney*“<sup>42</sup>

In Rio de Janeiro errichtete Disney vorübergehend ein kleines Animations-Büro und lud dort lokale Künstler ein vorbeizukommen und sich anzusehen, wie die Arbeit der Studios und ihrer Zeichner funktionierte. Nach sechs Wochen Tour durch Brasilien, Uruguay, Argentinien, Chile, Bolivien, Ecuador, Peru, machte sich El Grupo (wie sich die Disney-Gefolgschaft selbst betitelte) wieder auf den Heimweg. Man entschied sich dafür, dass aus den Eindrücken

---

<sup>41</sup> Schickel, The Disney Version, S263f.

<sup>42</sup> Zitiert in: Gabler, Triumph of the American Imagination, S372.

der Reise vier Kurzfilme entstehen sollten, für jedes der besuchten Länder einer.<sup>43</sup> Um nicht vor dem Problem zu stehen mit einem Film über Brasilien beim mexikanischen oder argentinischen Publikum auf Desinteresse zu stoßen und umgekehrt, entschloss man sich, alle Kurzfilmsequenzen zu einem ganzen Film zusammen zu fassen.



[Abb.3]

---

<sup>43</sup> Schickel, The Disney Version, S264.

#### 4.2.1 “Saludos Amigos” (1942)

Das Endergebnis von Walt Disneys “Kulturreise” kam 1942 in die Kinos und trug ganz im Sinne der „*Good Neighbor Policy*” den Titel “*Saludos Amigos*”. Der Film bestand aus vielen Sequenzen, die sich teils aus einer Dokumentation der Reise, teils aus Cartoons zusammensetzten und somit stellte er auch eine filmtechnische Neuerung aus der Disneywerkstatt dar – nämlich die Kombination von Animation mit realen Filmaufnahmen.

„*Saludos Amigos*“ war außerdem die Geburtsstunde von José Carioca, einem wahren Lebemann von einem Papagei aus Rio de Janeiro, der auf Donald Duck trifft und ihm kurzerhand mit überschwänglicher Gastfreundschaft seine Stadt zeigt, ihm Sambatanzen beibringt und ihn vom berühmten Cachaça kosten lässt.

Eine gewisse Ignoranz seitens der USA, die bei vielen Produktionen über und für Lateinamerika zu Tage tritt, mutet trotz der kindlichen Verpackung auch „*Saludos Amigos*“ an. Ursula Prutsch beschreibt in ihrem Buch die amerika-gerechte „Weißfärbung“ der brasilianischen Bevölkerung und die mangelnden Sprachkenntnisse Donalds.

Ohne das geringste Wissen über sein Reiseziel und nicht einmal mit Basisvokabular der portugiesischen Sprache ausgestattet, landet Donald in Brasilien und blättert verzweifelt im Wörterbuch ohne auch nur einen Satz formen zu können. Die Mitnahme dieses Hilfsmittels erweist sich dann aber glücklicherweise ohnehin als überflüssig, denn siehe da, José spricht fließend Englisch und unterhält sich fortan mit seinem Gast in dessen Landessprache.<sup>44</sup>

Obwohl der energiegeladene José die Handlung bestimmt und Donald in dieser Sequenz schlichtweg die Show stiehlt, ist er voller Ehrfurcht und Bewunderung für seinen berühmten Gast aus Hollywood. Und übrig bleibt ein doch recht touristischer Blick auf Brasilien, der jedem bestehenden Klischee gerecht wird. Ein Aquarellmaler gestaltet immer wieder neue Szenenbilder, durch die der elegante und redselige José seinen Gast führt, alles im Takt des Samba. Die Musik des Films, der von Ari Baroso komponierte und von Aloysio Oliviera interpretierte Samba „*Aquarela do Brazil*“, schaffte es unter dem Titel „*Brazil*“ sogar in die US-amerikanischen Charts. Spätere Comics verhelfen José Carioca übrigens zu einer großen, eigenen, brasilianischen Welt – in Südamerika wurde er zum Star vieler Comic-Hefte, während er in Amerika und Europa bis heute lediglich ein Nebendarsteller blieb.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Prutsch, *Creating Good Neighbors?*, S246.

<sup>45</sup> Prutsch, *Creating Good Neighbors?*, S247.

Es ist leicht nachzuvollziehen, dass der grüne Papagei beim lateinamerikanischen Publikum und auch der lokalen Kritik gut ankam, ist er doch eigentlich der heimliche Star und die gelungenste Figur des Films. Obwohl José zwar dem Klischee des leichtlebigen südländischen Frauenheldes entspricht, der nur den schönen Dingen des Lebens frönt und Arbeit und Verantwortung eher zu scheuen scheint, wird dieses Vorurteil in „*Saludos Amigos*“ sensibler und mit mehr Humor umgesetzt als in den vielen für Lateinamerika produzierten Lehrfilmen. Man könnte fast sagen, José ist so, wie Donald vielleicht gerne wäre: temperamentvoll und selbstsicher, gut gekleidet, höflich, eloquent und voller Charme.



[Abb.4] Donald und José Carioca

Während die Brasilien-Sequenz das filmtechnische und visuelle Highlight von „*Saludos Amigos*“ ist, und genau den Unterhaltungswert aufbietet, den man sich von einer Disney-Produktion erwartet, bleiben die restlichen Episoden nicht sonderlich lange im Gedächtnis verankert. Die absolut verzichtbare „*Little Pedro*“ Sequenz zum Beispiel besticht lediglich durch grenzenlose Langeweile. Man beobachtet ein Flugzeug mit Babygesicht, das allein von Chile aus über die Anden nach Argentinien fliegt, um die Post aus Mendoza abzuholen.

Die Episode sollte vermutlich eine Anspielung auf das Flugnetz sein, das *Pan American Airlines* mithilfe der US-Regierung quer über Lateinamerika zu konstruieren begann. Diese Route ist besonders gefährlich aufgrund der sich schnell verändernden Wetterlage und den tückischen Windströmungen rund um den Aconcagua. Um der Gefährlichkeit Nachdruck zu verleihen hat der Berg bei Disney eine Monsterfratze. Der kleine Pedro überschätzt sich und gerät auf dem Rückweg nach Chile leichtsinnigerweise in einen solchen Wettersturz. Nach schlimmen Strapazen, bei denen Pedro um ein Haar sein Leben gelassen hätte, gelingt ihm doch noch eine Bruchlandung auf seinem Heimatflughafen. Er hat es geschafft im Unwetter

auch die Post zu retten und ist umso enttäuschter als er sieht wofür er so viel riskiert hat. In der Posttasche befindet sich nur eine einzige Ansichtskarte mit Urlaubsgrüßen. Was will Disney damit sagen? Dass eine Flugstrecke über die Anden nichts weiter als halsbrecherisch und vollkommen sinnlos ist? Werbung sähe jedenfalls anders aus.

Neben Donald hat noch eine weitere Berühmtheit ihren Auftritt in „*Saludos Amigos*“ – nämlich Goofy, der sich in der eher missglückten Argentinien-Sequenz als Gaucho versucht. Im Rahmen seiner Lateinamerikareise traf Disney auch auf Florencio Molina Campos, einen bekannten argentinischen Maler und Cartoonisten, der sich besonders durch seine Gaucho-Karikaturen einen Namen gemacht hatte. Nach einem Aufenthalt auf dessen Farm in Mendoza lud Disney Molina Campos nach Kalifornien ein und bot ihm eine beratende Tätigkeit bei der Produktion von „*Saludos Amigos*“ an. Allerdings kam Molina Campos zu spät um den Film nach eigenen Angaben „retten“ zu können, da die Sequenz bei seiner Ankunft bereits so gut wie fertig war. Der Argentinier war schockiert und verärgert ob der vielen Fehler und der fehlenden Authentizität des Films.<sup>46</sup>

Im „*gay land of the gaucho*“ streift Goofy gemütlich durch die Pampas. Scheinbar gibt es wenig zu tun, man hat nicht das Gefühl, dass Goofy irgendein Tagwerk zu verrichten hätte, das sein Überleben sichert. Er ist eher faul, der Erzähler erklärt dem Zuseher „*one of the favourite sports ist the asado, or Argentine barbecue*“.<sup>47</sup> Wenn Goofy nicht gerade mit Essen beschäftigt ist, liegt er mit der Gitarre im Arm unter freiem Sternenhimmel oder tanzt zu argentinischer Folkloremusik, mangels Partnerin kurzerhand mit seinem Pferd, das ein rosa Kleidchen trägt. Kurz kommt dann doch noch Aktion in Goofys Leben als er sich in der Straußenjagd mit Bola versucht, einer traditionellen Wurfwanne, und dabei einmal mehr ein Opfer seiner eigenen Tollpatschigkeit wird. Goofy wirkt dümmlich und ungeschickt, ganz so wie es schon sein Name impliziert (goofy = albern). Indem Disney aus Goofy einen Gaucho macht um damit die argentinische Kultur zu charakterisieren, bedient er sich eines nationalen Symbols, dessen Bedeutung er vermutlich gar nicht wirklich verstand und für die er sich auch nicht interessierte.<sup>48</sup> Das beweist einmal mehr die fehlende Sensibilität für Leben und Bräuche der lateinamerikanischen Bevölkerung. Die Argentinier bewunderten und verklärten den kämpferischen Gaucho, ähnlich wie die Amerikaner den Cowboy romantisierten, vielleicht nur noch stärker. Für sie definierte er eine nationale Identität und Disney machte einen Clown daraus, der noch nicht einmal sein eigenes Pferd unter Kontrolle hat.

---

<sup>46</sup> Prutsch, *Creating Good Neighbors?*, S366f.

<sup>47</sup> „El Gaucho Goofy“, *Saludos Amigos*, Disney Gold Classic Collection DVD (released: USA/2.5.2000).

<sup>48</sup> Eric Smoodin, *Animating Culture. Hollywood Cartoons from the Sound Era* (New Jersey 1993), S142.

Die Umstände rund um die Entstehungsgeschichte von „*Saludos Amigos*“ kann man sich in „*South of the Border with Disney*“ ansehen, einem Dokumentationsbericht über die goodwill-Reise von „El Grupo“, mit Walt Disney persönlich als Erzähler im Hintergrund. Es gibt kaum Animationen in diesem Film, dafür sollte der Zuseher etwas über die Ausflüge der Gruppe und ihre Begegnungen mit Einheimischen erfahren und sehen, wie unter den Eindrücken einer fremden Umgebung neue Zeichentrickfiguren entstehen. Es werden typische Tänze aufgenommen, wie Chacarera, Malambo oder Samba, Feste und Bräuche beobachtet und die landesübliche Kleidung begutachtet.

Ein bisschen bekommt man das Gefühl, man ist bei Christoph Columbus oder James Cook, die erstmals eine neue Welt betreten, die Optik sowie Verhaltensweisen der Eingeborenen beschreiben und exotische Gegenstände und Tongefäße einsammeln, als Souvenirs für zuhause.

Beim Stopp in Argentinien erhält der Zuseher dann schließlich auch die Antwort wo Gaucho Goofy seinen Ursprung hat, nämlich bei Don Riberio Soso, laut Disneys Kommentar aus dem Off, ein „*eighty-five-year-old gaucho and a veteran of the Indian wars*“.<sup>49</sup> Bevor dieser überhaupt versteht wie ihm geschieht, ist er schon eingekreist von Amerikanern und wird begutachtet und angefasst als handle es sich um eine Attraktion aus dem Zirkus. Während ein Zeichner dem Gaucho dann auch noch einfach den Hut abnimmt und sich selbst aufsetzt, steht ein anderer schon die ganze Zeit mit Zeichenblock daneben. Und das alles begleitet mit humorigen bon-mots von Walt Disney.<sup>50</sup> Wüsste man es nicht besser, könnte bei heutiger Betrachtung leicht der Verdacht entstehen es handle sich um eine Parodie. Die typische traditionelle Bekleidung der argentinischen Gauchos wird ebenfalls in „*El Gaucho Goofy*“, ja man muss sagen, fast lächerlich gemacht. Nachdem jedes einzelne Kleidungsstück des Gauchos namentlich erklärt und Goofy wie eine Bekleidungsuppe mit schnellen Pinselstrichen angezogen und herausgeputzt wird, stülpt ihm der Zeichner zu guter letzt einen weiten Poncho über, der vom Hals bis zu den Füßen alles andere verdeckt und suggeriert: „wozu der ganze Aufwand, sieht eh keiner“.

„*Saludos Amigos*“ enttäuschte dennoch nicht an den Kinokassen, weder in Lateinamerika noch in den USA, und Howard Barnes vom *New York Herald Tribune* beschrieb den Film seinerzeit lobend als „*singularly beautiful and diverting as well as a striking bit of*

---

<sup>49</sup> „South of the Border with Disney“, *Saludos Amigos Disney Gold Classic Collection DVD* (USA/2.5.2000).

<sup>50</sup> Juliane Burton-Carvajal, „Surprise Package“. *Looking Southward with Disney*. In: Eric Smoodin (ed.), *Disney Discourse. Producing the magic kingdom* (New York 1994), S135.

*propaganda for Pan-American unity*”<sup>51</sup> Tatsächlich war „*Saludos Amigos*“ der einzige Disneyfilm der Kriegsjahre, der dem Studio wirklich Gewinne einspielte.

Der Erfolg von “*Saludos Amigos*” führte dazu, dass ein weiterer Film mit südamerikanischer Thematik produziert wurde, der reale Darsteller mit animierten Cartoons in Interaktion treten lassen sollte. „*The Three Caballeros*“ erschien im Jänner 1945 in den US-amerikanischen Kinos und war gleichzeitig auch der letzte (offizielle) Film der so genannten *wartime features* aus dem Hause Walt Disney.

#### 4.2.2 “The Three Caballeros“ (1945)

In „*The Three Caballeros*“ gibt es Wiedersehen mit Donald Duck und José Carioca, die sich gemeinsam mit dem mexikanischen Hahn Panchito auf ein Abenteuer durch Brasilien und Mexiko begeben. Der Film, dessen ursprünglicher Titel „*Surprise Package*“ war, gilt künstlerisch als eine filmtechnische Errungenschaft, da er zum ersten Mal abendfüllend Zeichentrick mit klassischem Spielfilm vermengt, obgleich Disney damit schon seit den 1920er Jahren experimentierte.<sup>52</sup> Das war es dann aber auch schon was der Film an Innovation aufbietet, denn die Geschichte selbst, die eigentlich nicht wirklich als eine durchgehende Story gesehen werden kann, ist unoriginell, plump und an manchen Stellen sogar fast ein wenig peinlich. „*The Three Caballeros*“ ist eigentlich ein Musikfilm, der das Publikum auch mit drei damals sehr populären lateinamerikanischen Darstellerinnen köderte – der brasilianischen Sängerin und Tänzerin Aurora Miranda (Schwester von Carmen Miranda), der Tänzerin Carmen Molina aus Mexiko und der Sängerin Dora Luz.<sup>53</sup> Donald ist von den drei Frauen so angetan und geradezu sexualisiert, wie man ihn sonst nie erlebt. Als er dann am Strand von Acapulco auch noch eine Ansammlung von Bikini-Schönheiten erblickt, verliert er gänzlich die Besinnung und stürzt sich hormongesteuert ins Getümmel, so dass auch seine beiden südamerikanischen Freunde nur noch staunen können. Dieses Verhalten Donalds mutet etwas seltsam an wenn man es unter dem Gesichtspunkt eines der wesentlichen ungeschriebenen Gesetze des Zeichentrickstudios betrachtet: Disneyfiguren haben keine Sexualität.

---

<sup>51</sup> Zitiert in: Schickel, *The Disney Version*, S272.

<sup>52</sup> Burton-Carvajal, “*Surprise Package*”. In: Smoodin (ed.), *Disney Discourse*, S136.

<sup>53</sup> “*The Three Caballeros*”, Disney Gold Classic Collection DVD (released:2.5.2000/ USA).

„*The Three Caballeros*“ ist in drei größere Sequenzen geteilt. Donald ist zuhause in den USA und erhält zum Geburtstag per Post drei Pakete von seinen südamerikanischen Freunden, von denen ihn jedes nach dem Öffnen in eine fremde Welt entführt.

Das erste Paket beinhaltet einen Filmprojektor und eine Filmrolle mit dem Titel „*Aves Raras*“ („*Strange Birds*“), den sich Donald natürlich sofort begeistert ansieht. Das Wort „*strange*“ trifft den Nagel auf den Kopf, es ist genau das Wort, das einem am Ende dieser Geschichte in Gedanken verhaftet bleibt. Der Erzähler entführt uns entgegen allen Erwartungen zunächst in die Antarktis zu einer Pinguinkolonie, in der alle zufrieden sind bis auf Pablo, der ständig friert und sich nach wärmeren Gefilden sehnt. Nach unzähligen Fehlversuchen gelingt es ihm schließlich den Südpol zu verlassen und sich Richtung Südamerika aufzumachen. Vorbei an zahlreichen sehenswerten Orten an der Westküste entlang findet er den Ort seiner Träume schließlich auf Galapagos. Sein Ziel erreicht, brutzelt Pablo in der Hängematte, lässt sich von den auf der Insel Einheimischen(!) - den Schildkröten - bedienen und vermisst seine Freunde aus der Antarktis.

Nachdem wir den zugereisten Pablo verlassen haben, bekommt Donald eine Einführung in die bunte einheimische Vogelwelt Südamerikas mit einem fließenden Übergang zu Little Gauchito, einem kleinen Jungen, der eigentlich einen Kondor sucht und stattdessen einen fliegenden Esel in einem Horst findet, der kurioseste Teil der ersten „*Caballeros*“-Sequenz.

Im zweiten Paket befindet sich ein Buch. Donald öffnet es – und siehe da, José Carioca springt heraus und schwärmt von Bahia. Er überredet Donald mit ihm zu kommen und auf den Straßen Bahias begegnen die beiden dann Aurora Miranda, die dort Kekse verkauft und von zahlreichen männlichen Bewunderern umschwärmt wird, die mit ihren dick gestreiften T-Shirts optisch eher an venezianische Gondolieri erinnern als an Brasilianer. In Bahia, das eigentlich die Region mit den größten afrikanischen Einflüssen Brasiliens ist, sieht man ausschließlich weiße Menschen, die gemeinsam zu Sambaklängen singen und tanzen. Das ist eigentlich gar nicht weiter verwunderlich, entspricht es doch der damaligen Hollywoodpolitik und auch jener der brasilianischen Regierung. Beide betrachten *weiß* als fortschrittlich und *schwarz* als rückständig. Schwarze Entertainer treten selten, und wenn überhaupt, dann als Komiker auf.

Mit dem dritten Paket kommt der mexikanische Hahn Panchito und die drei Caballeros sind komplett und erleben auf einem fliegenden Teppich Mexiko und seine Sehenswürdigkeiten – Strände, Folklore, Weihnachtstraditionen und Nachtleben. Spätestens jetzt wirkt der Film auf den Zuseher endgültig verstörend. Abgesehen davon, dass ein fliegender Teppich in den

Orient gehört und nicht in einen Film der etwas über die Traditionen Südamerikas vermitteln möchte. Zumindest hat der Teppich ein Indianermuster. Donald verliebt sich Hals über Kopf in jede Latino-Schönheit die sein Auge kreuzt. Am Badestrand schließlich, wie schon kurz erwähnt, springt er vom Teppich um einer Gruppe junger Frauen hinterher zu jagen. Gemeinsam spielen sie Verstecken und blinde Kuh, bis Donalds Freunde die Geduld verlieren. Im hormonellen Rausch in dem er sich befindet, verwechselt Donald versehentlich José Carioca mit einem der Strandmädchen, fällt über ihn her, umarmt und küsst ihn. Dieser ist entsetzt und protestiert: „*Oh no, Donald. Don't do THAT!*“ Mit „*that*“ ist, so wie es hier betont wird, Homosexualität gemeint.<sup>54</sup>

Zu guter Letzt entführt der Film ins Nachtleben von Mexiko City, wo Dora Luz „*You belong to my Heart singt*“. Donald verfällt in einen psychedelischen Rauschzustand, beginnt zu halluzinieren. Dutzende küssende Lippenpaare fliegen um ihn herum als er durch eine Allee phallusförmiger Kakteen schwebt um schließlich wie eine Rakete aufzusteigen und am Höhepunkt zu einem Blütenregen zu explodieren.<sup>55</sup>

Mexiko und Brasilien scheinen nicht viel mehr zu bieten zu haben als Folkloretanz und schöne Frauen. Disney verkauft plumpe Klischees und verbreitet bestehende Stereotypen. Als „Kulturbotschafter“, sofern er einer sein wollte, versagt Disney hier. Kulturtransfer funktioniert hier in keine Richtung positiv. Weder schaffte er es ein authentisches Bild von Lateinamerika zu kreieren noch kann er meiner Meinung nach dem lateinamerikanischen Publikum ein positives USA-Bild vermitteln. Donald wirkt wie ein Sextourist. Im Gegensatz dazu ist der Pinguin Pablo im ersten Teil ein Eroberer, die Geschichte eine Allegorie auf den Kolonialismus. Pablo okkupiert eine fremde Insel und macht aus den dort Ansässigen sein Fußvolk. Ähnlich wie der kleine Panchito, der einen wildlebenden fliegenden Esel fängt und für seine Zwecke versklavt um Profit aus ihm zu schlagen.

Carl Barks, der heute fast unumstritten als der beste Zeichner von Donald Duck gilt, mochte den Film „*The Three Caballeros*“ nicht besonders, war aber von der Geographie Lateinamerikas so angetan, dass er es später zum Handlungsort einiger seiner gedruckten Comic-Abenteuer machte, beispielsweise in „*Lost in the Andes*“ (1949) oder „*Volcano Valley*“ (1947). Letztere Geschichte war inspiriert von der „*Little Pedro*“- Folge, die Teil von „*Saludos Amigos*“ gewesen ist. Schauplatz ist das fiktive Volcanovia, wo niemand arbeitet,

---

<sup>54</sup> Burton-Carvajal, „*Surprise Package*“. In: Smoodin, *Disney Discourse*, S142.

<sup>55</sup> ebd.

da die Bewohner pausenlos Siesta machen. Das einzige was in Volcanovia aktiv ist, sind die permanent ausbrechenden Vulkane.<sup>56</sup>

Lateinamerika blieb auch nach dem Krieg ein zentrales Thema der amerikanischen Politik. In den Disney-Comicheften setzte sich dieser Trend fort, während lateinamerikanische Themen aus neuen Disney-Filmen nach 1945 wieder verschwanden. Die alten wurden jedoch unter leicht abgeänderten Titeln wieder veröffentlicht.

Der versteckte Rassismus in Disneyfilmen war zu dieser Zeit für die Kritiker kein Thema. Erst in der Nachkriegsära kam es in Mode, diese Aspekte zu hinterfragen und zu prüfen. Eric Smoodin schreibt in „*Animating Culture*“ sogar, dass das Thema Rassismus 1945 und speziell zu „*The Three Caballeros*“ in keinem (amerikanischen) Magazin auch nur erwähnt wurde, das er bei der Recherche zu seinem Buch in Händen hielt. Stereotypische Darstellungen und Karikaturen von Schwarzen wurden nahezu unkritisch akzeptiert<sup>57</sup>

Das *Time* Magazine war Vorreiter wenn es um die Hinterfragung rassistischer Elemente in Disney Cartoons ging, auch wenn man sich vorerst auf den Rassismus gegenüber der schwarzen US-amerikanischen Bevölkerung konzentrierte, weil dieser durch die Bürgerrechtsbewegungen immer stärker zum Gegenstand innenpolitischer Debatten wurde.

Bei einem anderen Thema waren sich die Zeitungen jedoch schon vorher nahezu einig – die Kritiker missbilligten was sie als „*new eroticism*“ in Disney Cartoons beschrieben. Doch Disney hat seine Einstellung zur Sexualität in seinen Filmen gar nicht so sehr verändert als viel mehr die Darstellung derselben. Anstelle anthropomorpher Pflanzen und Tiere waren da nun echte Frauen in Filmen wie „*The Three Caballeros*“ und im kritischen Diskurs um Disney tauchten immer öfter Wörter wie „*erotomaniacal*“ und „*orgiastic*“ auf. Dabei war der äußere Schein der Filme (Animation gepaart mit live-action) vielleicht anders, aber wirklich neu waren sexuelle Anspielungen in Cartoons keineswegs.<sup>58</sup>

Dass Sexualität plötzlich zu einem der Hauptgegenstände der Filmrezensionen zu „*The Three Caballeros*“ wurde, lag sicher auch an der fragwürdigen Werbestrategie Disneys, die den Kritikern genügend Angriffsfläche bot. Man betonte viel weniger die Kombination von Animation mit realem Film, als ganz gezielt die Kombination von Animation mit realen Frauen. Auf einem der Werbeplakate ist nicht einmal ein einziger Disneycharakter zu sehen,

---

<sup>56</sup> Thomas Andrae, Carl Barks and the Disney Comic Book. Unmasking the Myth of Modernity (Mississippi 2006), S119ff.

<sup>57</sup> Smoodin, *Animating Culture*. S107.

<sup>58</sup> Smoodin, *Animating Culture*, S111.

sondern nur eine junge Frau die im Badeanzug posiert. Daneben ist zu lesen: „*Yes! She's real! Alive and lovely in a Walt Disney Picture! It's amazing, wonderful and thrilling!*“

Ein anderes Plakat wirkt nicht viel besser wenn man auf die Sprechblase Donalds am Rand achtet. Er verspricht dem Zuseher „*luscious*“ Latinas, mit Körpermaßen die Männer träumen lassen (siehe Abb.5).

„*Saludos Amigos*“ und „*The Three Caballeros*“ waren die einzigen abendfüllenden Animationsfilme, die Disney über lateinamerikanische Themen produzierte. Ein dritter geplanter Film, nämlich „*Don Quixote*“, wurde nicht mehr verwirklicht. Dass er aber geplant war zeigt, dass Disney (und die USA) Lateinamerika als einen Ausläufer von Europa zu betrachten schienen. Für sie machte es demnach keinen Unterschied, eine Geschichte aus Spanien einfach nach Südamerika zu verfrachten und an dortigen Schauplätzen zu drehen, und sie nahmen zudem auch noch an, dass „*Don Quixote*“ auf großes Interesse der lateinamerikanischen Bevölkerung stoßen würde, denn schließlich basiere die lateinamerikanische Kultur ja auf der spanischen.<sup>59</sup> Dass es allerdings Spaniens früherer Status als europäische Imperialmacht war - deren Conquistadores auszogen um Südamerika zu besetzen, auszubeuten und die ansässige indigene Bevölkerung zu versklaven und zu ermorden – der dazu führte dass Disneys potenzielles Publikum nun zu einem großen Teil spanisch spricht, war für das OIAA offensichtlich nicht von Belang.

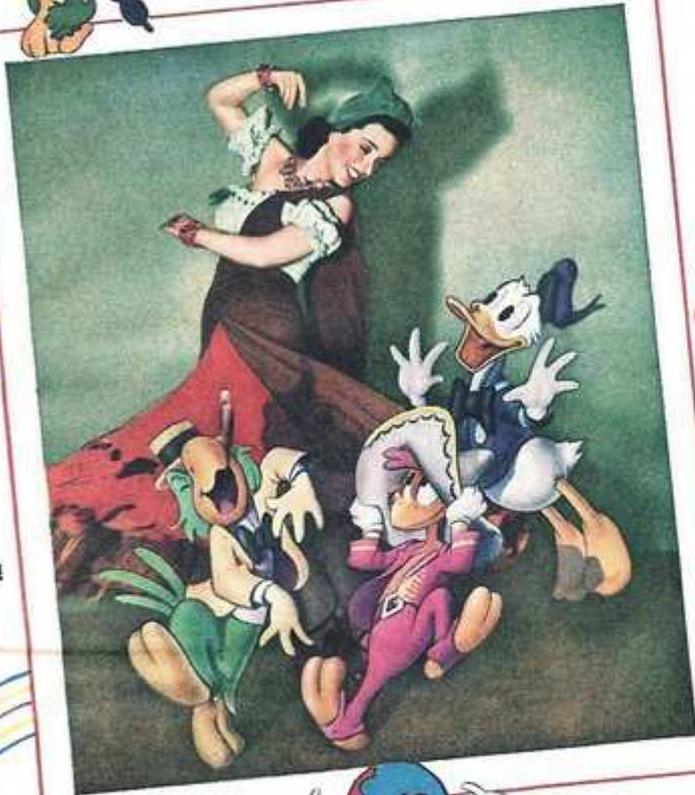
---

<sup>59</sup> Smoodin, *Animating Culture*, S141.



**"IT'S NEW DISNEY MAGIC!"**  
 first time on any screen!"

"Imagine me and all my pals singing, dancing, romancing in the same scenes, with real, live, three-dimensional (and what dimensions!) luscious latin beauties like Aurora Miranda, Dora Luz, Carmen Molina! We're twice as torrid as a hot foot at the Equator—and even more fun! Just change the name, girls, from Donald Duck to Donald El Wolf—si, si and wooooo-wooooo!"



16  
NEW  
HIT  
TUNES!



© W. D. P.

"THE THREE CABALLEROS"  
 "YOU BELONG TO MY HEART"



**WALT DISNEY'S**  
 Full-length Musical Fiesta  
 in Technicolor

**The THREE CABALLEROS**  
*as 'The Three Caballeros'* *and, in the flesh,*

**DONALD DUCK · JOE CARIOCA**

*Romantic Heartbreaker* *Living Jitterbird*

**PANCHITO**

*Mexican Casanova*

**AURORA MIRANDA · DORA LUZ**

*Brazilian Songbird* *Mexico's Sweetheart*

**CARMEN MOLINA**

*Dancing Senorita*

Released through  
**RKO RADIO PICTURES**

[Abb.5]

### 4.3 Weitere Filme für den lateinamerikanischen Markt

Neben Spielfilmen kümmerte sich das OIAA zusammen mit dem State Department aber auch darum, dass US-amerikanische Erziehungs- und Dokumentationsfilme in Lateinamerika Verbreitung fanden und aufgeführt werden konnten. Zu diesem Zweck wurden Botschaften, Gesandtschaften und Konsulate sogar extra mit entsprechenden Abspielgeräten ausgerüstet, um die Filme überhaupt vorführen zu können.<sup>60</sup>

Nicht unumstritten waren von Disney produzierte Unterrichtsfilme, die das Erlernen der spanischen Sprache mit gleichzeitiger Ernährungslehre kombinierten. Diese Filme, wie „*José come bien*“, entstanden als begleitende Unterstützung, um die Alphabetisierung der indigenen Bevölkerung Mexikos voranzutreiben. Die Kampagne erzielte allerdings nicht den gewünschten Erfolg und wurde zur Zielscheibe für Spott und Proteste. Die spanische Übersetzung englischer Unterrichtstexte war teilweise mangelhaft und die Auswahl der Texte generell oft didaktisch ungeeignet. In der mexikanischen Bevölkerung stießen die Filme deshalb, nicht zu unrecht, auf Unverständnis und Empörung über die Ignoranz und das fehlende Einfühlungsvermögen seitens der USA und seiner selbsternannten Kulturbotschafter.<sup>61</sup>

Wenig schmeichelhaft sind auch viele von Disney produzierte Gesundheitsfilme. Sie zeigen eine ganz andere Facette von der Einbindung des Zeichentrickstudios in lateinamerikanische Angelegenheiten der US-Regierung. Hier geht es nicht um Unterhaltung wie in „*Saludos Amigos*“ oder „*The Three Caballeros*“, nicht um Flora und Fauna einer exotischen Landschaft oder um Tanz und Musik fremder Kulturen. Von der „einer für alle, alle für einen“ – Botschaft der beiden Spielfilme ist bei den insgesamt zirka fünfzehn Gesundheitsfilmen wenig bis gar nichts zu spüren. Es geht viel mehr um Pädagogik als um Freundschaft. Als Beispiele dafür möchte ich hier vor allem „*Defense against Invasion*“, „*The Winged Scourge*“ und „*Cleanliness brings Health*“ anführen.

---

<sup>60</sup> Lübken, Bedrohliche Nähe, S365.

<sup>61</sup> Prutsch, Creating Good Neighbors?, S78ff

#### 4.3.1 “Cleanliness brings Health“ (1944)

„*Cleanliness brings Health*“ ist meiner Meinung nach einer der respektlosesten von Disney produzierten Gesundheitsfilme und gleichzeitig das beste Beispiel für den Versuch bis in die privatesten und intimsten Bereiche der lateinamerikanischen Bevölkerung vorzudringen – von der Aufnahme ungewaschener Nahrungsmittel über die Verdauung bis zum Stuhlgang. Es ist fraglich, ob man sich vergleichsweise auch getraut hätte, einem US-Publikum einen Film vorzusetzen, der sich mit den mangelnden Körperpflegegewohnheiten von Amerikanern beschäftigt?

Die lateinamerikanischen Protagonisten der Gesundheitsfilme sind durchgehend faul und/oder schlichtweg dumm und werden dadurch für ihre Armut und Krankheiten ganz selbstverständlich alleinig verantwortlich gemacht.<sup>62</sup>

In „*Cleanliness brings Health*“ stellt eine Stimme aus dem Off zwei Familien vor, „*the clean family and the careless family*“. Der Erzähler schildert, weshalb die eine Familie glücklich und zufrieden ist, während die andere Familie krank und nahezu arbeitsunfähig ist. Die Antwort liegt in unterschiedlichen „*body customs*“. Der kleine Sohn der schmutzigen Familie, mit dem recht un-lateinamerikanischen Namen Johnny, windet sich auf dem Fußboden seines schmutzigen Zuhauses vor lauter Schmerzen. Etwas ist mit seinem Magen nicht in Ordnung. Schnell erfährt der Zuseher die Ursache und in welchem Teufelskreis sich Johnnys Familie befindet.

Von Krämpfen geplagt, schleppt Johnny sich ins Maisfeld um seinen Darm zu entleeren, denn, der Zuseher erfährt es vom Erzähler „*the cornfield was where everybody went. It was the costum*“. Und prompt folgt die Belehrung „*it was a very bad costum*“.<sup>63</sup>

Denn der Vater gräbt bei der täglichen Feldarbeit mit seinen Händen in der verunreinigten Erde und weil es ja eine schmutzige Familie ist in der sich niemand wäscht, hält er wenig später schon das Abendbrot in seiner kontaminierten Hand und bekommt in der Folge Durchfall. Weil die Familie dauernd krank ist, kann sie nicht dieselben Erträge erwirtschaften wie die saubere Familie und ist deshalb auch arm.

Die andere Familie hingegen benützt eine Außentoilette, hält ihre Tiere im Stall und nicht im Wohnhaus, kocht nicht auf dem Fußboden und schützt ihre Lebensmittel vor Verunreinigung. Vater und Sohn bestellen gemeinsam das Feld und alle sind glücklich.

---

<sup>62</sup> Lisa Cartwright/ Brian Goldfarb, Cultural Contagion: On Disney’s Health Education Films for Latin America. In: Eric Smoodin (ed.), Disney Discourse. Producing the magic kingdom (New York 1994), 170.

<sup>63</sup> “Cleanliness brings Health”, Walt Disney Treasures. On the Front Lines DVD (USA 5/18/2004).

„*Cleanliness brings Health*“ bewirbt die Überzeugung, Gesundheit sei nur eine Frage von „*custom*“, und für jeden verfügbar, der nicht faul ist. Man hat das Glück selbst in der Hand, es ist der Lohn für Fleiß und den richtigen (!) Lebensstil.

Das kritisieren Lisa Cartwright und Brian Goldfarb in ihrem Artikel „*Cultural Contagion: On Disney’s Health Education Films for Latin America*“<sup>64</sup> und sprechen dabei noch einen weiteren zentralen Punkt an, der in allen Filmen des OIAA selbstverständlich kein Thema ist. Denn während Filme wie „*Cleanliness brings Health*“ den Eindruck vermitteln möchten, den USA wäre es ein Anliegen, ihr know-how über Abwassersysteme und sanitäre Anlagen zu teilen, vermeiden sie es, eine der Hauptursachen für Diarrhöe, Ruhr und andere Erkrankungen des Darms anzusprechen und inwieweit sie als Wirtschaftsmacht auch selbst mitverantwortlich sind.

Die Gründung von großen Firmen und Unternehmen auf dem industriellen Sektor förderte in vielen Fällen den Wegfall von kleinen Gemeinden und die Ansiedlung vieler Menschen auf engem Raum, ohne dass dafür die erforderliche Infrastruktur geschaffen wurde, wie die Einrichtung angemessener Wasserversorgungssysteme und Abwasseranlagen. Die verunreinigten Wasservorkommen wurden zu einer Brutstätte von Keimen und Bakterien und die daraus entstehenden Krankheiten verbreiteten sich durch die beengten Lebensumstände umso schneller.<sup>65</sup>



[Abb.6] *The Clean Family and the Careless Family*

<sup>64</sup> In: Smoodin (ed.), *Disney Discourse, Producing the magic kingdom* (New York 1994), S169-180.

<sup>65</sup> Cartwright/ Goldfarb, *Cultural Contagion*. In: Smoodin, *Disney Discourse*, S177.

#### 4.3.2 “The winged scourge” (1943)

“*The Winged Scourge*”, ein Anti-Malaria Film, ist einer der aufwendigsten OIAA-Gesundheitsfilme von Disney. Es ist wahrscheinlich, dass sich dieser Film gar nicht in erster Linie an die Menschen Lateinamerikas richtete, sondern eigentlich für ein US-amerikanisches Publikum gedacht war. Dafür spricht eine detailliertere Animation, ein Soundtrack der stark an die Wochenschau erinnert und der Auftritt berühmter Disneycharaktere – nämlich den Sieben Zwergen.<sup>66</sup> Anders als bei „*The Seven Wise Dwarfs*“ (siehe weiter unten) konnte für diesen Film nicht einfach altes Material aus „*Schneewittchen*“ recycled werden, sondern alle Sequenzen wurden extra neu gezeichnet. Der Film beginnt mit dramatischer Musik und einem Steckbrief, mit dem der Staatsfeind Nr.1 gesucht wird – nämlich Anopheles, ein Mosquito der den Malariaerreger verbreitet. Der Zuseher erfährt warum Malaria so gefährlich ist, wie sie übertragen wird und wie sich Mosquitos vermehren. Der Anopheles braucht Wasser um darin seine Eier abzulegen und solange sich das Insekt im Larven- oder Puppenstadium befindet, könne es bekämpft werden. Die Sieben Zwerge zeigen wie, mit für heutige Verhältnisse äußerst zweifelhaften Methoden. Zunächst wird das komplette Schilf im seichten Wasser niedergemäht und die Wasseroberfläche daraufhin mit Öl benetzt: „*Spraying oil on the water is a sure way of killing mosquito larvae of all kinds. The oil enters the breathing tube and promptly kills the wiggler*“.<sup>67</sup> Dem ist aber nicht genug, denn anschließend wird großzügig *Paris Green* versprüht, das angeblich für Fische ungefährlich sein soll. *Paris Green*, (das man im deutschsprachigen Raum auch als Schweinfurter Grün<sup>68</sup> kennt), ist ein Kupferarsenitacetat, das Anfang des 19. Jahrhunderts als Farbstoff Verwendung fand, bis man seine extreme Giftigkeit erkannte. Später wurde es deshalb oft als Rattengift und Insektizid eingesetzt. In den meisten Ländern ist es heute wegen seines hohen Arsengehalts zu recht verboten.

#### 4.3.3 “Defense against Invasion” (1943)

„*Defense against Invasion*“ bewirbt Präventivmedizin und ist wie “*The Three Caballeros*” ein Zusammenschchnitt von Real- und Trickfilm. Man beobachtet eine Gruppe von Kindern, die von einem Arzt geimpft werden soll und dem Unterfangen erst sehr ängstlich und skeptisch gegenübertritt. Der Arzt erklärt, dass die Impfung überhaupt nicht weh täte und dass man sich

---

<sup>66</sup> Cartwright/ Goldfarb, Cultural Contagion. In: Smoodin, Disney Discourse S179.

<sup>67</sup> “The Winged Scourge”, Walt Disney Treasures. On the Front Lines DVD (USA 5/18/2004).

<sup>68</sup> Pierers Universal-Lexikon, Url: <http://de.academic.ru/dic.nsf/pierer/49902/Schweinfurter> (20.9.2010).

nur so gegen böse Krankheiten schützen könne. Das ist der Teil des Films der von Schauspielern verkörpert wird. Die Animationen dienen der Erklärung was im Körper passiert, wenn man krank wird und mangels fehlender Impfung keine Abwehrkräfte besitzt. Krankheitserreger werden als schwarze Spinnentiere dargestellt, die sich in Scharen durch das Innere des menschlichen Körpers bewegen. Die durch die Impfung aktivierten Antikörper, dargestellt als Panzer, treten den Erregern gegenüber, verfolgen und vernichten sie. Wie Ursula Prutsch in ihrem Buch schreibt, wird hier die Kriegsmetapher auf die Krankheitsbekämpfung übertragen:

*„So wie die USA im Zweiten Weltkrieg die Erreger des Totalitarismus und Faschismus bekämpfen, so attackiert das vom OIAA ins Leben gerufene Institute of Inter-American Affairs (IIAA) gesundheits- und entwicklungsbedrohende Krankheiten.“<sup>69</sup>*

Man kommt aber nicht umhin zu denken, dass es sich bei dem Filmtitel auch um ein Amerika handeln könnte, dass sich gegen das Eindringen lateinamerikanischer Kultur zu schützen versucht. Auch wenn mexikanische Arbeitskräfte ab 1942 eigentlich noch gern gesehene Gäste in den USA waren, sogar gezielt ins Land geholt wurden, und eine negative Haltung gegenüber lateinamerikanischer Immigration erst ab den 1980er Jahren wirklich zutrifft, bleibt ein fahler Nachgeschmack des Films. Nachbarschaftlicher Austausch ja, aber bitte nur in eine Richtung. Lateinamerika als Rohstofflieferant und Tourismusziel für US-Bürger, aber nicht die USA als Einwanderungsland für Lateinamerikaner.

Dass Filme wie diese, mit ihren imperialistischen Hintergedanken, in Lateinamerika oft gegenteilige Reaktionen auslösten als man sich erwartete oder zumindest beabsichtigte, ist aus heutiger Sicht eigentlich wenig verwunderlich. Besonders treffend drückte es der Professor und Autor José Piedra in einem Artikel aus:

*„Ultimately the US, self-styled as a good neighbor, stands as an incestuous ‘padre de familias’ who, while ostensibly teaching his Pan-American children to forge their own nations, libidinally encourages their dependency. The system even teaches us Latin Americans the ‘Child brides’ of the US“.<sup>70</sup>*

---

<sup>69</sup> Prutsch, *Creating Good Neighbors?*, S101.

<sup>70</sup> José Piedra, *Pato Donald's Gender Ducking*. In: Eric Smoodin (ed.), *Disney Discourse. Producing the magic kingdom* (New York 1994), S149.

## 5 DER KAMPF AN DER HEIMATFRONT

Am Vorabend des Zweiten Weltkrieges waren die USA wenig daran interessiert, sich in die zwischenstaatlichen Konflikte und Kriege in Europa und in Asien einzumischen. Bis 1937 wurden freiwillig vier Neutralitätsgesetze verabschiedet und 94 Prozent der Amerikaner waren dafür, ihr Land aus jeglichem Krieg heraus zu halten.

Offiziell änderte sich an dieser Haltung auch 1939 nichts, als der Krieg bereits voll ausgebrochen war. Die Sympathie der Roosevelt-Regierung mit den Alliierten musste zunächst vorsichtig vorangetrieben werden, unter anderem mit der Lockerung der eigens auferlegten Neutralitätsgesetze. Erst 1940, nach der Niederlage Frankreichs gegen Deutschland, änderte der Kongress den Status „neutral“ gegen „nicht kriegsführend“, was auch offiziell zu einer stärkeren Unterstützung der alliierten Mächte führte. Obwohl sich die Meinung in der Bevölkerung bis dahin stark geändert hatte und die Hilfe für Großbritannien und Frankreich begrüßt wurde, wollten die Amerikaner von einem Kriegseintritt nach wie vor nichts wissen.<sup>71</sup>

Das änderte sich über Nacht, am 7. Dezember 1941, als ganz Amerika durch den japanischen Luftangriff auf den Flottenstützpunkt Pearl Harbor plötzlich in einen Schockzustand geriet. Mit einem Mal war man nicht mehr weit entfernt, sondern mitten drin. Am 8. Dezember 1941 erklärten die USA Japan den Krieg. Nur drei Tage später folgte die Kriegserklärung von Japans Verbündeten, Italien und Deutschland, an die USA.

Es ist nie schwer, nach einem solchen Ereignis, den Kriegseintritt gegenüber der entsetzten Bevölkerung zu rechtfertigen. Viel schwieriger ist es, diese Kriegsbegeisterung auch zu füttern und aufrecht zu erhalten, sich die Opferbereitschaft der Bevölkerung auch dann zu sichern, wenn die kritischen Stimmen lauter werden. Und dazu bedarf es eines gut organisierten Propagandasystems.

Zwei Organisationen bedürfen an dieser Stelle einer besonderen Erwähnung: das 1942 gegründete *Office of Censorship* (OC) und das *Office of War Information* (OWI). Letzteres war von der Regierung explizit als Propagandaapparat gedacht und stützte und verbreitete die

---

<sup>71</sup> Andreas Elter, Die Kriegsverkäufer (F.a.M. 2005), S61f.

staatliche Sicht der Kriegsstandpunkte, während sich das OC der Kontrolle und Zensur von Medienberichterstattungen und auch privaten Erzeugnissen widmete. Es hat in der Tat einen etwas seltsamen Beigeschmack, dass die Leiter beider Organisationen vor dem Krieg noch als Journalisten tätig waren und gemäß des Berufscredos für Meinungs- und Pressefreiheit eintraten, Grundrechte, die es so von nun an nicht mehr gab.<sup>72</sup>

Auch ein neuer Kriegsgeheimdienst wurde gegründet, das *Office of Strategic Services* (OSS), der Vorgänger der heutigen CIA, das ebenfalls mit Propaganda betreut war, vorwiegend im Ausland.

### **5.1 Die Propagandamethoden entwickelten sich weiter**

Der technische Fortschritt hat Propaganda im Zweiten Weltkrieg um einiges einfacher gemacht als es noch im Ersten Weltkrieg der Fall gewesen war. Das betraf nicht nur das Radio, sondern vor allem die Filmindustrie, die sich enorm weiterentwickelt hatte. Nicht nur die Bild- und Tonqualität hatte sich verbessert, auch die Anzahl der Kinos wuchs stetig und die Eintrittspreise wurden erschwinglicher.<sup>73</sup> Damit empfahl sich Film natürlich als hervorragendes Propagandamedium.

Von Anfang an übernahm die Spielfilmindustrie eine wichtige Rolle in allen Phasen der Kriegserziehung, egal ob es nur um Information ging, um Propaganda oder um Erziehung und Training. Als Mittel zur Massenkommunikation war und ist der Film unübertroffen.

Der Film hatte erklärende Funktion und transportierte gleichzeitig unter dem Deckmantel der Unterhaltung vorgegebene Ideen, Ideale und Moralvorstellungen. Der Film erreichte auch weniger gebildete Bevölkerungsschichten, und trug seine Wertebotschaft über die Grenzen hinweg in andere Länder.

Noch bis 1938 war Europa ein wichtiger Absatzmarkt für Hollywoodproduktionen und die Filmindustrie war schon allein aus wirtschaftlichen Überlegungen heraus nicht sonderlich an der Produktion von Filmen interessiert, die den Faschismus in Italien, Deutschland oder Spanien thematisierten. Profit hatte den Vorrang gegenüber Politik. Erst nach der Attacke auf Pearl Harbor arbeitete Hollywood in großem Stil mit der amerikanischen Regierung zusammen, auch wenn diese Zusammenarbeit keineswegs immer reibungslos verlief.

---

<sup>72</sup> Elter, Die Kriegsverkäufer, S80.

<sup>73</sup> Elter, Die Kriegsverkäufer, S81.

### 5.1.1 “Why we Fight” (1942-1945)

Die “*Why we fight*” Serie besteht aus insgesamt sieben Filmen, alle zwischen 40 und 60 Minuten lang. Regie führte Frank Capra, unter den strengen Anweisungen von *Army Chief of Staff* General George C. Marshall.<sup>74</sup> „*Why we Fight*“ ist mitreißend inszeniert und spielt ganz gezielt mit Emotionen. Die Animationssequenzen und Landkarten stammen aus dem Hause Disney. Zweck war es, ein begreifbares Feindbild zu schaffen und den Truppen eindrucksvoll vor Augen zu führen, wie wichtig der Kampf gegen die Achsenmächte sei. Die Thematik ist denkbar simpel, auf der einen Seite war die so genannte freie Welt, auf der anderen eine versklavte die es zu befreien galt – Freiheit und Demokratie gegen Macht und Diktatur. Der erste und wahrscheinlich bekannteste der sieben Filme war „*Prelude to War*“ (1942). Er zeigt auf wie scheinbar unbeobachtete ferne Ereignisse weit reichende Konsequenzen nach sich ziehen können und erklärt dem Zuseher, dass der Zweite Weltkrieg nicht 1939 in Polen und auch nicht 1941 in Pearl Harbor begann, sondern schon 1931 in der Manchurei. Wie entstehen faschistische Diktaturen, wie können sie sich halten und welche Gefahren gehen von solchen Systemen aus.

Die weiteren Filme der Serie waren: „*The Nazis Strike* (1942), „*Divide and Conquer*“ (1943), „*The Battle of Britain*“ (1943), „*The Battle of Russia*“ (1943), „*The Battle of China*“ (1944) und schließlich „*War Comes to America*“ (1945).<sup>75</sup>

Die komplette “*Why we fight*” Serie ist filmtechnisch hervorragend umgesetzt und mit Frank Capra verpflichtete man einen Regisseur, der sich in Hollywood bereits einen Namen gemacht hatte und drei *Academy Awards* sein eigen nannte. Zu Capras bekanntesten Filmen bis dato gehörten „*It happened one night*“, mit Clark Gable, „*Mr. Deeds goes to town*“, mit Gary Cooper oder „*Mr. Smith goes to Washington*“ und „*You can’t take it with you*“, beide mit James Stewart und Jean Arthur in den Hauptrollen.<sup>76</sup>

Gezielt setzt Capra Musik und Berichterstattung ein, mischt Filmaufnahmen, Wochenschauausschnitte, eingefangene, stehende Bilder und Animationen miteinander. Die Filme liefern pauschale Verallgemeinerungen welche Dichotomien herausstreichen und dramatisieren. Es gibt nur richtig und falsch und gut und böse. Der Fokus liegt auf dem

---

<sup>74</sup> Claudia Springer, *Military Propaganda: Defense Department Films from World War II and Vietnam*. In: *Cultural Critique*, No. 3, American Representations of Vietnam (USA/Spring, 1986), S551.

<sup>75</sup> *Why We Fight, The Complete Series DVD* (released: USA/2.22010).

<sup>76</sup> The Internet Movie Database, <http://www.imdb.com/name/nm0001008/> (Zugriff: 20.9.2010).

teuflischen Fanatismus des Feindes, indem auf eindringliche Weise dessen Überzeugungen und Ziele dargestellt werden. „Freiheit“ steht immer wieder als Synonym für die Rechtfertigung einer amerikanischen Intervention in anderen Ländern.<sup>77</sup> Die Achsenmächte werden als schwarze Gefahr dargestellt, die sich langsam über die Weltkarte auszubreiten beginnt. Der Titel „*Why we fight*“ ist eindeutig eine Erklärung, eine Rechtfertigung wenn man so will, und keine Frage. Die Deutschen sind, so analysiert es Thomas Doherty, „*ruthless automations*“ genetisch prädisponiert zur Grausamkeit, die Japaner „*bloodthirsty simians bred to treachery*“.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Claudia Springer, Military Propaganda. In: Cultural Critique, S152.

<sup>78</sup> Thomas Doherty, Projections of War. Hollywood, American Culture and World War II (New York 1993), S73f.

## 6 DAS DISNEY-STUDIO IM ZWEITEN WELTKRIEG

Es gibt so gut wie keine Sekundärliteratur die sich mit Walt Disneys Einfluss in Europa, speziell im deutschsprachigen Raum, auseinandersetzt, außer das 1992 von Carsten Laqua publizierte Buch „*Wie Micky unter die Nazis fiel. Walt Disney und Deutschland*“. Aufgrund des Alters zwar teilweise überholt, bietet das Werk dennoch eine umfangreiche und interessante Darstellung über Mickey & Co. aus deutscher Sicht. Es stützt sich unter anderem auf intensive Recherchen in den damals schwer, heute nahezu unmöglich zugänglichen *Disney-Archives* in Burbank. Wenn man sich näher mit der historisch-politischen Rolle des Disneykonzerns beschäftigen möchte, kommt man um dieses Buch nicht herum und es ist durchaus empfehlenswert. Für die wissenschaftliche Rezeption ergibt sich allerdings eine Schwachstelle: Obwohl der Autor seine umfangreichen und durchaus verlässlichen Quellen im Anhang angibt, verzichtet er im Fließtext leider gänzlich auf Fußnoten. Das macht es fast unmöglich nachzuvollziehen, wann es sich um eine persönliche Behauptung Laquas handelt, und wann er sich auf eine Quelle bezieht.

Unbestritten, das beschreiben alle Quellen, bleibt jedoch: Die wachsende Kriegsgefahr in Europa hat Disney von einem sehr lukrativen Weltmarkt abgeschnitten, der mehr als die Hälfte des Studioumsatzes ausmachte.<sup>79</sup>

Auch ein Studioreport über das Fiskaljahr 1942 gibt ein wenig Aufschluss darüber, welche Auswirkungen der Krieg für die Finanzen des Studios hatte. Dort heißt es:

*“The effect of the war in Europe upon the affairs of our Company has been serious and the full measure thereof cannot yet be determined. It has been impossible to effect an orderly release of the Company’s pictures in any of the countries at war and in many countries it has been impossible to effect any release whatsoever. In fact, in most of the territories dominated by the Axis Powers, the release of American pictures has been forbidden.”*<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Eliot, Hollywood’s dark prince, S117.

<sup>80</sup> Walt Disney Productions Annual Report (Burbank 1940), S2.

Weiters steht im Report, dass das Budget für „*Pinocchio*“ anhand aller der Länder berechnet wurde, in denen „*Schneewittchen*“ lief, folglich auch nach den Einspielergebnissen auf dem europäischen Markt, von dem nun nach Ausbruch des Krieges mehr als die Hälfte brach lag.

## 6.1 Pearl Harbour (7. Dezember 1941):

Auch wenn es vermessen, klingt, aber der Angriff der Japaner und der daraus folgende Eintritt der USA in den Zweiten Weltkrieg war in gewisser Weise eine Rettung für das Studio. Obwohl Walt Disney dies zunächst nicht so sehen konnte und wollte. Denn der erste Kontakt mit Washington nach Kriegsausbruch verlief für ihn noch ausgesprochen unangenehm.

Nur einen Tag nach dem Angriff auf Pearl Harbor, am 8. Dezember 1941, erhielt Disney einen Anruf seines Studiomanagers, der ihn darüber in Kenntnis setzte, dass die U.S. Armee einen Teil seines Studios als Quartier für eine etwa 700 Mann starke Flugabwehreinheit requiriert hatte, die in den Hügeln rund um Los Angeles stationiert war. Die Soldaten nutzten Disneys einziges Tonstudio als Reparaturwerkstatt für Kriegsapparaturen, lagerten Munition in den Garagen und postierten Wachen an allen Ein- und Ausgängen. Insgesamt blieben die Soldaten acht lange Monate. Es war eine schwierige Zeit und Umstände, die stark an Walt Disneys Nerven zehrten.<sup>81</sup>

Aus dem anfänglichen Schock wurde auch schnell Entrüstung, als Disney merkte, dass sein Filmstudio das einzige war das von der Armee besetzt wurde. Schnell war er davon überzeugt, dass das nur passieren konnte weil er noch immer nicht genug Macht in der Hierarchie Hollywoods besaß. Er versank, nicht zum ersten Mal, in Selbstmitleid und trotzig spielte er mit dem Gedanken, sich mit knapp vierzig Jahren zur Ruhe zu setzen.

Tatsächlich war es wohl die geographisch günstige Lage des Studios und die Nähe zum Armeeflugfeld *Lockhead*, weshalb sich die *Army* bei Disney einquartierte. Die Angst, die Japaner könnten jederzeit auch Los Angeles angreifen war weit verbreitet.<sup>82</sup>

Zur Zeit der Studiobesetzung erkannte man auf Seiten des Militärs und der Regierung auch das große Potential und all die Möglichkeiten, die in Zeichentrickanimationen steckten und dadurch wurden Trickfilme zu einem idealen Medium für die großflächige Verbreitung von Informationen und Lerninhalten. Bereits einen Tag nachdem die Soldaten sein Studio wieder verlassen hatten, offerierte die *US Navy* Walt Disney einen Kontrakt über die Produktion

---

<sup>81</sup> Schickel, *The Disney Version*, S269.

<sup>82</sup> Eliot, *Hollywood's dark prince*, S162f.

einer Filmreihe, die sich mit Aufklärungsflügen und Luftraumüberwachung auseinandersetzte. Noch bevor die Serie abgeschlossen war, hatte Disney bereits Verträge für die verschiedensten Sorten von Lehrfilmen – sie richteten sich an Piloten, Seeleute, Krankenschwestern, alle Arten von Technikern und in späterer Folge auch an die Zivilbevölkerung. Innerhalb eines einzigen Jahres produzierte Walt Disney 400 000ft. Film für die Regierung. Das entspricht einer Spiellänge von 68 Stunden.<sup>83</sup>

Carl Nator wurde zum Studio-Koordinator für alle *wartime*-Filme ernannt und bereits Mitte 1942 waren über 93% der Walt Disney Produktionen an Regierungsverträge geknüpft. Das stellte die Produktionsleistung aller anderen Hollywoodstudios in den Schatten.<sup>84</sup>

Auch wenn Filme Walt Disneys größten Beitrag zur Unterstützung an der Heimatfront ausmachten, darf man nicht außer Acht lassen, dass das Studio noch auf vielerlei anderen Gebieten seine, wie Disney gerne betonte, patriotische Pflicht erfüllte. Zur moralischen Kriegspropaganda des Hause Disneys, die in der gesamten Sekundärliteratur zu kurz kommt, gehörten auch Unmengen von Plakaten, Postkarten, Sammelalben und Marken, Kinderbüchern, Puzzles, etc. Sogar Gasmasken für Kinder mit Mickymausohren konnte man erwerben. Es war eine Maschinerie in großem Stil, Merchandising gepaart mit Propaganda. Vom Säugling bis zur Oma war für jede Generation etwas dabei. Da es bis heute keine schriftliche Aufarbeitung dieses Aspekts der Marke Disney gibt, ist das Wissen über die Existenz dieser Dinge hauptsächlich dem Internet und einer Gruppe leidenschaftlicher Privatsammler zu verdanken, die ihre teils kuriosen Schätze fotografieren und regelmäßig online stellen. Die größte und bekannteste Website dieser Art ist derzeit der Blogspot „Toons at War“.<sup>85</sup>

## 6.2 Wartime Insignias

Ein Feld der Kriegsanstrengungen, für das Disney zuhause ebenfalls wenig Aufmerksamkeit bekam, dessen Bedeutung aber nicht zu unterschätzen war, stellte das Design von so genannten „*war insignias*“ dar, die vor allem als moralische Unterstützung in den Kriegsgebieten fungieren sollten.

---

<sup>83</sup> Schickel, *The Disney Version*, S269f.

<sup>84</sup> Watts, *Magic Kingdom*, S229.

<sup>85</sup> Toons at War, URL: <http://toonsatwar.blogspot.com> (Zugriff: 20.5.2010).

Walt Disney hatte ein besonderes Interesse an der Fliegerei, flog selber so oft er konnte und hegte große Bewunderung für die jungen Piloten. 1939 erhielt er einen Brief des Flugkadetten Burt Stanley, USNR, der gerade in San Diego Trainingsflüge absolvierte. Stanley fragte Disney, ob dieser nicht ein passendes Emblem für die Flugeinheit *U.S.S. Wasp* entwerfen könne, da bereits im Ersten Weltkrieg Fliegersquadronen ihre individuellen Abzeichen gehabt hatten, so wie das *94th Fighter Squadron*, mit dem „*hat in the ring*“-Emblem. (Auch der junge Walt Disney verzierte ja, wie weiter oben erwähnt, im Ersten Weltkrieg, als er als Ambulanzfahrer des Roten Kreuzes diente, sein Fahrzeug mit Zeichnungen und Cartoonfiguren).

Disney sagte sofort zu und gab den Auftrag an seine Zeichner weiter, die ihm kurz darauf eine angriffslustige Wespe präsentierten. Schnell landete das Insekt auf Flugzeugen, Fliegerjacken, Uniformen, Helmen usw., und führte dazu, dass das Disneystudio Anfang der 40er Jahre geradezu überschwemmt wurde mit Anfragen des Militärs, das die weltberühmten Comiccharaktere als individuelle Abzeichen für ihre zahlreichen verschiedenen Einheiten haben wollte.<sup>86</sup>

Ein berühmtes Beispiel ist das Emblem eines Mosquitos der auf einem Torpedo reitet. Disney erfüllte damit eine Anfrage der *Navy*, die eine neue Flotte an Torpedobooten einsetzte, die als so genannte „*mosquito boats*“ bekannt waren. Ein anderes sehr populäres Abzeichen war der geflügelte Tiger, der durch ein großes V für „*Victory*“ flog – natürlich entworfen für die „*Flying Tigers*“.<sup>87</sup>

In den Jahren des Zweiten Weltkrieges entwarf das Disney Studio somit über 1200 verschiedene Abzeichen und Patches, sowohl für das amerikanische Militär als auch für alliierte Einheiten, (beispielsweise in Großbritannien, Kanada, Neuseeland oder Südafrika), ohne jemals einen Cent dafür zu bekommen. Walt Disney gründete dafür ein spezielles sechsköpfiges Team, das ausschließlich mit dem Design von Militärabzeichen beschäftigt war. Mit der Führung des Teams war der Zeichner Hank Porter betraut. Porter genoss besonderes Vertrauen seitens Walt Disney und war einer der wenigen Künstler, welche die Befugnis hatten, ihren eigenen Namen unter das fertige Produkt zu setzen. Zu den anderen Teammitgliedern zählten auch George Goepper, der Zeichner von Pluto, Roy Williams, Bill

---

<sup>86</sup> Kurt Rand, *Insignia Industry*. In: *Flying and popular aviation* (USA/ April 1942), S40.

<sup>87</sup> Lisa Briner, *Walt Disney Goes to War* (USA 2009), Army Heritage and Education Center. URL: The official Homepage of the United States Army: [www.army.mil/-news/2009/04/19/19340-walt-disney-goes-to-war](http://www.army.mil/-news/2009/04/19/19340-walt-disney-goes-to-war) (Zugriff: 12.1.2010).

Justice, Van Kaufman, der in seiner Freizeit Modellflugzeuge baute und Ed Parks, der selbst eine Flugausbildung absolvierte und somit ganz im Geiste der Sache stand.<sup>88</sup>



[Abb.7] Fighting Sqadron Seven



[Abb.8] Flying Tigers

So gut wie jeder Disneycharakter tauchte irgendwann auf einem Emblem auf. Am gefragtesten war aber Donald Duck, der mindestens 216mal abgebildet wurde. Pluto zierte immerhin 45 Abzeichen, Goofy 38 und Dumbo 20. Mickey Maus tauchte 37mal auf, jedoch niemals auf dem Abzeichen einer Kampfeinheit. Schneewittchen wurde einmal verwendet, für eine Erste-Hilfe-Einheit. Auch Pinocchio, Daisy Duck, die Sieben Zwerge, Donalds Neffen, und Blümchen (das Stinktier aus „*Bambi*“) kamen zu ihren Ehren. Nur Bambi selbst erschien nie auf irgendeinem Emblem. Zusätzlich zu den Altstars des Studios entwarf Disneys Team hunderte neuer Figuren, darunter allein 90 Katzen, 50 Hunde, Affen, Eulen, Störche, Nilpferde, Bienen und Hühner.<sup>89</sup>

Das *National Museum of the U.S. Air Force* widmete diesem Feld der Kriegsanstrengung von Dezember 2005 bis August 2006 erstmals eine Sonderausstellung. Unter dem Titel „*Disney Pins on Wings*“ wurde die bis dato größte Sammlung an *Disney wartime insignias* veröffentlicht.<sup>90</sup>

<sup>88</sup> Kurt Rand, *Insignia Industry*. In: *Flying and popular aviation* (USA/ April 1942), S40.

<sup>89</sup> *Disney Pins on Wings* <http://www.nationalmuseum.af.mil/factsheets/factsheet.asp?id=7883> (16.5.2010).

<sup>90</sup> *Disney Pins on Wings* <http://www.nationalmuseum.af.mil/news/story.asp?id=123027453> (24.7.2010).

## 7 DISNEYS LEHR- U. TRAININGSFILME

F. Dean McClusky, Pädagogikprofessor an der University of California und Experte für audio-visuelle Medien im Unterricht, definierte das Wesen des Lehrfilms in einem Artikel aus dem Jahr 1947 folgendermaßen:

*“The educational film is one which contributes to the achievement of desirable educational goals by making effective use of the motion picture as a medium of communication.”<sup>91</sup>*

Und Walt Disney selbst hatte es zwei Jahre zuvor so beschrieben:

*“The educational film must be true, it must give a rounded view of the subject, or aspect of a subject, it must hold the interest of the student and finally it must impel the student to apply his new knowledge.”<sup>92</sup>*

Im Gegensatz zu Lehrbuch und generell zum geschriebenen Text, oder zum gesprochenen Wort in Radio- und Nachrichtensendungen, zum Live-Bericht oder zu fotografierten Bildern, bot die Technik des Spielfilms Vorteile von unschätzbarem Wert. Der Film vermag die Darstellung von Dingen in einer Form, wie sie anderen Medien vorenthalten war. Vor allem wenn es um Grundsätze von Bewegung geht. Dazu gehören:

- Die Bewegung eines zu beobachtenden Objektes einzeln und im Verhältnis zu anderen Objekten.
- Die Bewegung von Objekten in Zeitraffer.
- Die Bewegung von Objekten in Zeitlupe.
- Die Beziehung von Objekten, Personen und Ereignissen unabhängig von Intervallen in Zeit und Raum.
- Die Interaktion von Personen, ausgedrückt durch das Zusammenwirken des gesprochenen Wortes, durch Mimik, Gesten und andere körperliche Bewegungen.

---

<sup>91</sup> F. Dean McClusky, The Nature of the Educational Film. In: Hollywood Quarterly, Vol.2, No.4 (USA 1947), S372.

<sup>92</sup> Walt Disney, Mickey as a professor. In: The Public Opinion Quarterly, Vol. 9, No.2 (USA 1945), S121.

Der Film ist auch ein zeitsparendes Medium. Darüber hinaus ist er am Ende auch kostensparend, weil er den Lehrer ersetzt, immer wieder beliebig oft eingesetzt werden kann und weit mehr Menschen gleichzeitig erreicht, als in einem Klassenraum Platz finden.<sup>93</sup>

## 7.1 Realfilm vs. Zeichentrick

Die Filmeinheiten der *Armed Forces* und auch viele professionelle Studios, die mit der Produktion von Lehr- und Trainingsfilmen beauftragt waren, entdeckten bald, dass innerhalb des Mediums "Film", Zeichentrick oft die einzige Möglichkeit war um viele komplexere Aspekte überhaupt darstellen und erklären zu können. Dazu gehörten vor allem jene Lebensbereiche, die man mithilfe realer Bilder nicht zeigen konnte.<sup>94</sup>

Zum Beispiel:

- Die Darstellung und Bewegung von Objekten die für das freie Auge unsichtbar oder schlicht nicht zugänglich sind (wie beispielsweise der Blick in das Innere einer Schusswaffe).
- Die Darstellung des Imaginären und Abstrakten.
- Die Darstellung und Übertreibung von Bewegungen, die für den Menschen anatomisch nicht möglich sind

Zudem besaßen Comicfiguren einen gewissen Niedlichkeitscharakter und verharmlosten so auch die schrecklichsten Ereignisse auf den gewünschten Grad und machten sie wohnzimmertauglich. Wenn es also um die Produktion von Animationsfilmen ging, gab es für diese Aufgabe keine bessere Adresse als das Studio der Disney-Brüder.

*"More or less unconsciously, we had been preparing for this task for a long time. First of all, we had improved and sharpened our medium, refined our technique to the point where it knew practically no limitations of picturization. The animated cartoon could with equal ease and clarity depict the birth of a continent, the rhythm of a stellar system, the structure of an atom or the anatomy of a microbe. What is hidden to*

---

<sup>93</sup> McClusky, *The Nature of the Educational Film*, S373.

<sup>94</sup> John Hubley/ Zachary Schwartz, *Animation learns a new language*. In: Eric Smoodin, Ann Martin (Ed.), *Hollywood Quarterly. Film culture in postwar America, 1945-1957 (USA 2004)*, S64.

*the eye or to the camera, or even to the most penetrating ray, could not escape the drawing board.*”<sup>95</sup>

Das Rezept für einen Zeichentrickkurzfilm hätte in den 30er Jahren einfacher nicht sein können: Wähle mindestens zwei beliebige Tiere, lass sie in einem simplen Plot miteinander rivalisieren und den Schwächeren gewinnen. Garniere das ganze mit ein paar Toneffekten.

Ein paar Monate vor dem Angriff auf Pearl Harbor war Disney noch mit Schweinchen, einem fliegenden Babyelefanten und der Produktion eines Spielfilmes über ein junges Reh beschäftigt, sowie mit mehreren Kurzfilmen.

Doch nachdem sich die Regierung plötzlich mit dem Problem konfrontiert sah, eine ganze Nation auf den bevorstehenden Krieg einzuschwören, mussten somit letztlich auch Schweinchen und Enten mit der Anwendung von Waffen, Werkzeug und Maschinenbau vertraut gemacht werden. Die zentrale Frage, die es zu beantworten galt war: Wie kann man Millionen von Menschen, Zivilisten und Soldaten, ein Verständnis beibringen, für internationale Politik, die Natur des Feindes, Sicherheitsmaßnahmen, Krankheitsvorbeugung, Preiskontrollen, Kriegssteuern und das Wesen der Kriegsführung auf technischem Gebiet?<sup>96</sup>

## **7.2 Trainingsfilme**

Innerhalb eines Jahres hatte sich das Disneystudio enorm verändert. Fast 90% der Angestellten arbeiteten nun an Filmen über die unterschiedlichsten Aspekte des Krieges. Die überwiegende Mehrheit von Disneys Kriegsfilmen waren Trainingsprogramme für Soldaten, auch wenn diese Filme heute zu den weniger bekannten Werken Disneys zählen. Sie waren nicht zur Unterhaltung gedacht und bis auf wenige Ausnahmen eher trocken. Viele dieser Filme behandelten auch streng geheim gehaltene Sparten der Armee, wie beispielsweise neue technische Errungenschaften in der Kriegsführung und mussten so unter hohen Sicherheitsvorkehrungen produziert werden.

Allein die *Navy* orderte mehr als 50 Filme – über Bombenangriffe und Schusswaffen bis hin zum Fallschirmspringen – und war damit Disneys bester Kunde. Für das *Navy Department* entstand auch die WEFT-Serie. WEFT steht für „wings, engine, fuselage, tail“, das waren Filme über Luftfahrttechnik, die Realfilm und Animationssequenzen vereinigten. Die *Army*

---

<sup>95</sup> Walt Disney, Mickey as a professor. In: *The Public Opinion Quarterly*, S120.

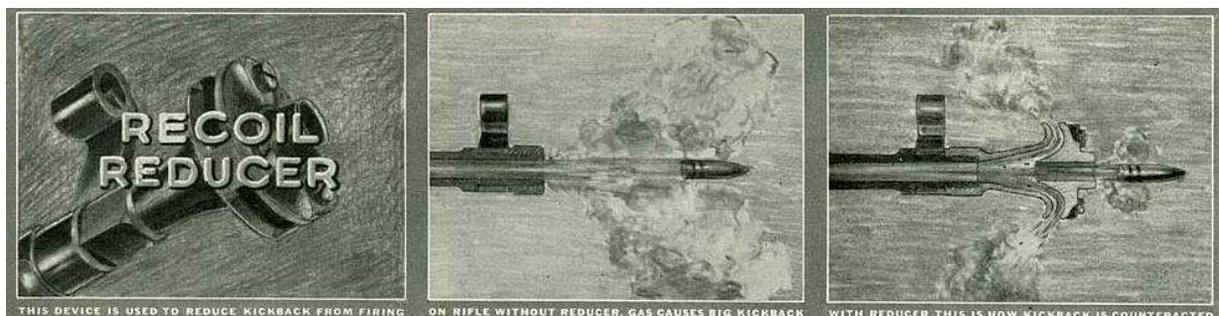
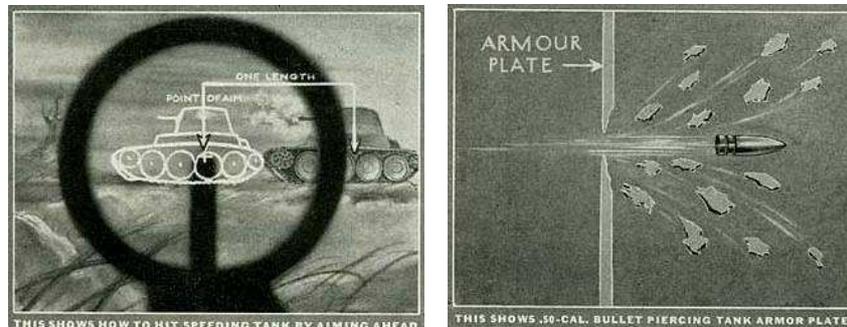
<sup>96</sup> Hubley/ Schwartz, Animation learns a new language. In: *Smoodin/ Martin, Hollywood Quarterly*, S64.

*Air Force*, das *Army Signal Corps* und das *Air Transport Command* schlossen ebenfalls Verträge mit Disney ab. Insgesamt produzierte das Studio während des Zweiten Weltkrieges mehr als 200 verschiedene Trainingsfilme.<sup>97</sup>

Einer der heute bekannteren Trainingsfilme war „*Stop That Tank*“.

### 7.2.1 “Stop that Tank” (1942)

“*Stop that Tank*” ist ein 22-minütiger Trainingsfilm, der Soldaten den richtigen Umgang mit einer neuen Panzerabwehrwaffe verinnerlichen sollte, und zwar bis ins kleinste Detail. Nicht nur wie das Ziel richtig anzuvisieren ist, sondern auch wie man die Waffe hält, sichert, entsichert, das Magazin wechselt und wie man seine Waffe pflegt und in Stand hält. Bei diesem Film zeigen sich die Vorteile der Animation eindeutig. Man sieht das Innere des Gewehrs, den Patronenlauf, sieht wie sich die Patrone beim Aufprall auf den Panzer verhält, je nach dem aus welchem Winkel man zielt.



[Abb.9] Storyboard-Skizzen aus „Stop That Tank“

<sup>97</sup> Einführung zu “Stop that Tank”. In: Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (USA 5/18/2004).

Alle technischen Details sind Animationen, der übrige Film besteht aus Filmaufnahmen von Soldaten bei der Handhabung der MK.1.55.

Eröffnet wird der Film aber mit einem kurzen humoristischen Abschnitt a la Disney, der zeigt, was mit Adolf Hitler passiert, wenn der Panzer in dem er sitzt von gut getarnten Infanteristen mit der MK.1.55 in die Luft gejagt wird. Diese Einführungssequenz hatte den Zweck den Film aufzulockern und die Aufmerksamkeit der Soldaten zu gewinnen, die allesamt auch nur junge Menschen waren und bei zu steifen Theoriestunden schnell gelangweilt. Man muss bedenken wie oft diese Filme vermutlich immer wieder zu Unterrichtszwecken eingesetzt wurden.

Hitler zuckelt mit seinem Panzertrupp durch die Landschaft und schreit ein undeutliches Gemisch aus Worten, die deutsch sein sollen. Eingebildet werden Untertitel die dem Zuschauer verständlich machen, was Hitler meint.

Als Hitlers Panzer getroffen wird, öffnet sich der Boden und er rutscht hinunter in die Hölle, wo der Diktator direkt vor dem Teufel zu liegen kommt. Anstatt sich zu fürchten bekommt Hitler einen Tobsuchtsanfall, fuchtel wild um sich und schreit wieder unverständliche Floskeln bis er sich letztlich mit hochrotem Kopf und völlig in Rage die halbe Kleidung vom Leib reißt und zu weinen beginnt.

Der Teufel wendet sich in diesem Moment flüsternd an das Publikum (in diesem Fall die Soldaten) und übersetzt Hitlers Ausbruch folgendermaßen „*Against your anti-tank-rifles he simply can't win*“.

Der übrige Teil des Films ist trockene Technik gepaart mit Kampf- und Übungsszenen und plumpen Machohumor, zum Beispiel wenn der Erzähler die Beziehung des Soldaten und seiner Waffe mit der Beziehung zu einer Frau gleichsetzt. „*There's an old army saying. Your rifle is like a woman. If you treat her right she will never let you down*“.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> “Stop that Tank”, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/2004).

## 8 EIN NEUER GEIST WEHT DURCHS LAND

In den vorangegangenen Abschnitten der Arbeit bin ich schon auf jene Lehrfilme eingegangen, die für den lateinamerikanischen Markt im Auftrag des OIAA produziert wurden und auf Trainingsfilme für das Militär. Im Folgenden geht es um die Analyse jener Kurzfilme, die sich an das US-amerikanische Publikum richteten.

Auffallend ist die viel bessere künstlerische Qualität dieser Filme, das Auftreten der populärsten Disney-Figuren und die Heroisierung der „Boys“ an der Front, die tagtäglich ihr Leben für Freiheit und Demokratie riskieren.

Die Filme sollten vor allem der Zivilbevölkerung suggerieren, dass jeder/ und jede seinen oder ihren Beitrag zum Kriegserfolg der Alliierten leisten kann, selbst wenn sie das Land nicht mit der Waffe in der Hand verteidigen. Es ging darum die Moral zu stärken und die breite Zustimmung der Bevölkerung zum Kriegseinsatz zu erhalten.

1942 erschien *“Food will win the war”*, im Auftrag des *Department of Agriculture*. Die ersten storyboard-Entwürfe wurden allerdings vom Ministerium abgelehnt. Die Begründung war, dass die Geschichte die Versorgung der Welt mit Agrarprodukten viel zu einfach erscheinen lässt. Die große Opferbereitschaft und die Anstrengungen der amerikanischen Farmer müssten besser herausgestrichen werden. Sinn des Filmes war es den Farmen ein Loblied auf ihren Einsatz zu singen und sie gleichzeitig zu ermutigen auch weiterhin ihren Beitrag zu leisten. Die Zeiten waren schwierig und die Farmer sollten nicht das Gefühl haben unfreiwillig große Abgaben leisten zu müssen.<sup>99</sup>

Einer der zahlreichen praktisch veranlagten Lehrfilme war *“Out of the frying pan into the firing line”* (1942), der sich an die amerikanische Hausfrau richtete. Darin beobachtet man Minnie Maus, die gerade dabei ist, das in der Pfanne übrig gebliebene Fett des Frühstückspecks in Plutos Fressnapf zu leeren, als sie plötzlich vom Sprecher aus dem Radio gestoppt wird. Dieser weist darauf hin, dass aus Kochfetten extrahiertes Glycerin für die Herstellung von Kriegsmunition verwendet werden kann: *„Housewives of America. One of the most important things you can do is to save your waste kitchen fats“*. Also entscheiden sich Pluto und Minnie, das Fett lieber zu sammeln und es zu einer der vielen Sammelstationen zu bringen, damit Mickey und die Truppen an der Front weiter für ihr Land kämpfen können.<sup>100</sup>

---

<sup>99</sup> *“Food will win the war”*, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>100</sup> The Internet Movie Database <http://www.imdb.com/title/tt0168114/plotsummary> (Zugriff: 20.7.2010).

Man sieht wie altes Fett vom Bratenrost tropft um plötzlich nach einem Szenenwechsel als Bombe auf dem Boden aufzuschlagen. „*Meat drippings sink Axis warships!*“. Pluto wedelt begeistert mit dem Schwanz. An der Wand hängt das Bild von Mickey in amerikanischer Uniform und voller Ausrüstung.

Anschließend erklärt der Film genau, wie und wie viel altes Bratenfett zu sammeln ist, welchen Behälter man verwenden soll, wie der Behälter aufzubewahren ist – nämlich lichtgeschützt - und wohin man ihn schließlich zu bringen hat, wenn man mindestens einen Liter zusammen hat. Gesammelt wurde bei jenem Fleischhauer des Vertrauens, der eine Plakette der Regierung im Fenster hatte. Dort wurde das Fett dann gewogen und man bekam ein Entgelt.<sup>101</sup>

## 8.1 Kriegsanleihen und neue Steuern

### 8.1.1 Donald kauft „Victory Bonds“

Die ersten bereits 1941 entstanden *wartime*-Filme Disneys richteten sich zunächst nicht an ein amerikanisches Publikum, sondern an ein kanadisches und entstanden in Kooperation mit dem *National Film Board of Canada* und dem kanadischen *War Servings Committee*. Es ging um Propaganda für den Erwerb von so genannten *war bonds* (Kriegsanleihen), das sind Wertpapiere, die von einer Regierung in Kriegszeiten ausgestellt werden um unter anderem militärische Operationen zu finanzieren.<sup>102</sup> Diese Anleihen bringen einerseits dem Staat Kapital und als Nebeneffekt sollen sie dem einfachen Bürger das Gefühl geben, dass er miteinbezogen wird und Anteil hat am militärischen Geschehen. Propaganda zum Erwerb von Kriegsanleihen appellierte immer an das Gewissen des Angesprochenen und an seinen Patriotismus.

Walt Disney produzierte in kurzer Zeit „*The Seven Wise Dwarfs*“ und „*The Thrifty Pig*“, beide kamen 1941 in die kanadischen Kinos, sowie „*All Together*“ und „*Donalds Decision*“ im darauf folgenden Jahr.

Kanada erklärte Deutschland schon im September 1939 den Krieg, nur eine Woche nach Großbritannien. Bis Ende 1942 sollte der Zweite Weltkrieg das Land bereits mehr gekostet haben als seinerzeit der Erste Weltkrieg. In Kanada spielten Kriegsanleihen von Anfang an

---

<sup>101</sup> „Out of the Frying Pan into the Firing Line“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>102</sup> Einführungskommentar zu „The New Spirit“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

eine weitaus größere Rolle als in den USA, rund die Hälfte der benötigten Geldsumme wurde durch *War Savings Certificates* und speziell durch so genannten *Victory Bonds* abgedeckt. Der Verkauf von *War Savings Certificates* begann im Mai des Jahres 1940, erwerben konnte man sie auf Postämtern, in Banken und bei zahlreichen anderen Behördenstellen. Auch einen von Haus-zu-Haus-Verkauf durch Voluntäre gab es. Die Zertifikate wurden nach sieben Jahren fällig und vergüteten, steuerfrei, 5\$ für 4 investierte Dollar. Über 30 Millionen Dollar steckte die kanadische Regierung in die Förderung von *Victory Bonds*, die größte Propagandamaßnahme des Landes. Der eindringliche Slogan "Get 5 for 4" wurde zum Aufhänger der Kampagne und auch aller vier Kurzfilme.<sup>103</sup>

Alle vier Filme konnten aus Disneys Sicht relativ kostengünstig hergestellt werden, da man größtenteils schon vorhandenes Material verwendete und „nur“ korrigieren musste. Eine durchaus geläufige Vorgehensweise. So bekam der Wolf aus „*The tree little Pigs*“ einfach Mütze und Armbinden mit Hakenkreuz verpasst.

Die sieben Zwerge arbeiten wie schon in „*Schneewittchen*“, im Bergwerk. Nur mit dem Unterschied, dass sie nach getaner Arbeit nicht nachhause gehen, sondern singend im Gänsemarsch zum nächsten Postamt marschieren, um mit den zuvor in der Mine abgebauten Edelsteinen Kriegsanleihen zu kaufen. Einen ähnlichen Zweck verfolgte der kurze „*All Together*“, in dem Disney so gut wie alle seine berühmtesten Figuren in einer Parade aufmarschieren und für den Kauf von *Victory Bonds* werben lässt.

In „*Donald's Decision*“ (1942) wird schließlich auch der Enterich von seinem guten Gewissen, in Gestalt eines Engels, zum Erwerb von Kriegsanleihen ermutigt, bevor er sein Geld für Luxusgüter verschwenden kann. Für diesen Film verwendete man kurzerhand Szenen aus dem 1938 produzierten Film „*Donald's Better Self*“.<sup>104</sup> In Friedenszeiten hatte Donald noch bodenständigere Sorgen gehabt – sein gutes Ich versuchte ihn lediglich dazu zu bringen, aus dem Bett zu steigen und zur Schule zu gehen, während seine schlechte Hälfte in Teufelsgestalt einfach liegen bleiben und weiterschlafen würde. Die Idee, innere Gewissenskonflikte durch die Erscheinung eines kleinen Engels auf einer Schulter und des Teufels auf der anderen darzustellen ist eine einfache aber kluge Lösung und wird in unzähligen Filmen angewendet. Die Gedanken erhalten eine eigenständige Persönlichkeit und bekämpfen einander solange, bis der Engel, der für alles steht was Gut und Rechtens ist, letztlich die Oberhand gewinnt.

---

<sup>103</sup> Jeff Keshen, Saints, sinners, and soldiers. Canada's Second World War (British Columbia 2004), S31f.

<sup>104</sup> Carsten Laqua, Wie Micky unter die Nazis fiel. Walt Disney und Deutschland (Hamburg 1992), S167.



[Abb.10] "Donald's Decision"



[Abb.11] Filmplakat zu "The New Spirit"

### 8.1.2 „The New Spirit“ (1942)

Disneys vielleicht berühmtester Beitrag zur Festigung des neu aufgekommenen Nationalitätsbewusstseins war ein Kurzfilm im Auftrag des Finanzministeriums, der das neue Steuergesetz von 1942 bewerben und die Bevölkerung zum “freiwilligen” Beitrag animieren sollte, rief beim Publikum eine positive Resonanz hervor.<sup>105</sup> Bereits vor der Attacke auf Pearl Harbor entstanden in Washington die ersten Pläne Kurzfilme produzieren zu lassen, welche die Amerikaner dazu ermutigen sollten ihre Steuern zu zahlen. Nun, nach dem Kriegseintritt, erschien dies umso wichtiger.

Walt Disney nahm, wenn auch eher widerwillig, im Zuge der Vorbereitung an Regierungskonferenzen in Washington teil und hastete mit Anregungen, Ideen und Entwürfen zwischen der Ost- und Westküste Amerikas hin und her, bis man sich schließlich auf ein Konzept einigen konnte, das Donald Duck als den geeignetsten Protagonisten vorsah.<sup>106</sup>

Das stand keineswegs von vornherein fest, denn Henry J. Morgenthau (*Secretary of the Treasury Department*) zeigte sich bei der ersten Betrachtung der *storyboards* unbeeindruckt, um nicht zu sagen enttäuscht. In Washington nahm man an, dass Walt Disney für dieses Projekt einen neuen eigenen Comichelden schaffen würde. Morgenthau machte keinen Hehl daraus, dass er Donald Duck schlicht und einfach nicht leiden könne. Walt Disney blieb jedoch hart und bestand auf sein Konzept. Verärgert ließ er Morgenthau ausrichten, dass Donald Duck der Superstar des Studios sei und wenn er ihn in die Dienste des Finanzministeriums stelle, dann sei das mehr als nur gleichbedeutend als wenn MGM Clark Gable zur Verfügung stellen würde.<sup>107</sup>

Disney unterzeichnete eine Einverständniserklärung, dass die Produktionskosten des Films \$40 000 nicht überschreiten würden, was deutlich unter dem Budget lag, welches man für einen typischen Disney-Kurzfilm normalerweise benötigte. Viel schlimmer aber noch war der Zeitdruck den man Disney auferlegte. Es war Dezember 1941 und das Finanzministerium wollte den fertigen Film noch vor dem 15. Februar 1942 in den Kinos sehen, was bedeutete, dass Disneys Belegschaft nur ein Monat verblieb um ein Szenario zu erfinden und zu verfeinern, die Musik zu komponieren und die Zeichnungen anzufertigen und zu animieren. Noch nie zuvor entstand eine Zeichentrickproduktion in so kurzer Zeit. Dementsprechend unzufrieden zeigte sich Disney mit dem Ergebnis. Die Animationen waren ihm nicht

---

<sup>105</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S232.

<sup>106</sup> Schickel, *The Disney Version*, S270.

<sup>107</sup> Schickel, *The Disney Version*, S270.

ausgereift genug, er sah Verbesserungsmöglichkeiten an allen Ecken und Enden und gab den Film nur unter Druck frei.<sup>108</sup>

Der Inhalt von „*The New Spirit*“ war relativ simpel: Durchdrungen vom Geist der neuen Zeit ist auch Donald Duck begierig darauf, seinen Teil zum Kriegserfolg der USA zu leisten. Sein anfänglicher Enthusiasmus erhält dann allerdings einen Dämpfer, als der Sprecher im Radio ihn dazu auffordert, umgehend seine Einkommenssteuer zu bezahlen. Der Radiostimme gelingt es jedoch, Donald davon zu überzeugen, wie entscheidend sein Beitrag sein würde (...*“taxes to beat the axis“*...) und hilft ihm dann auch noch beim Ausfüllen des neuen, vereinfachten Steuerformulars. Was die Stimme aus dem Off sensibel verschweigt, der Film aber deutlich suggeriert ist, dass das neue Formular so einfach zu verstehen sei, dass sogar der ungebildetste Analphabet in der Lage wäre es zu verstehen und ordnungsgemäß auszufüllen, damit sein Geld dorthin gelangt wo es am dringendsten gebraucht wird. Hauptzielgruppe des Films war offensichtlich nicht das Bildungsbürgertum.

„*The New Spirit*“ unterstreicht im technisch hervorragenden zweiten Teil des Films mit eindringlichen Bildern die entscheidende Bedeutung der Steuern. Wir sehen ein japanisches Kriegsschiff explodieren und deutsche Flugzeuge auf dem Boden zerschellen und in einem Flammenmeer aufgehen. Das alles scheint nur möglich gemacht durch die Steuerbeiträge, die die amerikanische Kriegsmaschinerie am Laufen halten. Das Kriegsgeschehen ist so wirklichkeitsgetreu nachempfunden, dass man fast vergisst hier einen Zeichentrickfilm aus dem Hause Disney zu sehen. Die Farben sind dunkel und erdrückend, die Stimme des Erzählers ist tief und eindringlich. Als Filmmusik hören wir nach jeder Explosion Beethovens Fünfte, die der Stimme aus dem Off noch mehr Dramatik verleiht „*Taxes to bury the Axis; ...to blast the aggressors from the seas; ...to beat the evil destroyer of freedom and peace.*“<sup>109</sup>

Am 2. Februar 1942 feierte „*The New Spirit*“ unter großem Aufsehen in Washington Premiere und sollte zu einem riesigen Erfolg werden. Geschätzte 32 Millionen Amerikaner sahen den Film in einem der über 12 000 Kinos in denen er ausgestrahlt wurde. Laut einer Umfrage von Gallup gaben 37% der Seher an, der Film habe tatsächlich einen Effekt auf ihre persönliche Steuerbereitschaft und über 86% waren der Meinung, Disney solle weitere Filme für die Regierung zu anderen Themen machen.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> Gabler, *Triumph of Imagination*, S384f.

<sup>109</sup> „*The New Spirit*“, *Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD*, (5/18/04).

<sup>110</sup> Gabler, *Triumph of Imagination*, S385.

Disney selbst war insgeheim weniger euphorisch. Kaum hatte sie begonnen, empfand er die Zusammenarbeit mit der Regierung zunehmend als Belastung. Er sah sich nicht mehr als sein eigener Herr, er war nun dazu da um Henry Morgenthau und Konsorten zufrieden zu stellen worunter seine Persönlichkeit litt.

Der Disput um Donald Duck, der enge Produktionszeitplan und der damit verbundene Kompromiss um die mangelnde Perfektion des Cartoons waren aber nicht die alleinigen Gründe, weswegen der Deal mit dem Finanzministerium für Disney schließlich alles andere als zufrieden stellend verlief. Die Behörde übernahm nicht, wie abgesprochen, die kompletten Kosten des Films und das sollte nicht der einzige Vertrag mit der Regierung bleiben bei dem Disney Geld verlor. Als er die Einverständniserklärung unterzeichnete übersah Walt Disney, dass die 40 000\$ nicht die ganzen indirekten Nebenkosten abdecken würden, die bei jeder Produktion zusätzlich noch entstanden. Letztlich hat das Studio mit „*The New Spirit*“ sogar über 56 000\$ Verlust gemacht. Auf Seiten der Regierung dachte man nicht daran die Verluste auszugleichen.<sup>111</sup>

1943 unterstrich man erneut die Wichtigkeit des Steuerbeitrags für den Kriegserfolg mit dem Kurzfilm „*The Spirit of 43*“, wieder mit Donald in der Hauptrolle.

Dieser Film ist quasi die Fortsetzung von „*The New Spirit*“ und Disney verwendet dieselben Kriegssequenzen, natürlich auch als Sparmaßnahme, die man ihm nach dem Denkkzettel den er durch „*The New Spirit*“ verpasst bekam, nicht verübeln konnte. Nur die kurze Passage mit Donald Duck ist eine andere als im Vorgängerkurzfilm. Die Steuern sind höher als jemals zuvor und Schuld daran haben laut der Stimme aus dem Off Hitler und Hirohito. Wie schon in „*Donald's Decision*“ hat es der Ente auch in „*The Spirit of 43*“ mit zwei „Verführern“ zu tun – einem vergnügungssüchtigen Lebemann und als Gegenpart einem sparsamen alten Schotten. Letzterer erinnert stark an Dagobert Duck, der offiziell erst 1949 erfunden wurde. Um Donalds Willen zu beeinflussen, was mit seinem Geld zu tun sei, geraten die beiden in einen heftigen Streit, an dessen Höhepunkt der Schotte gegen eine Wand knallt und der Lebemann durch die Flügeltür. Donald hat nun keinen Zweifel mehr, er blickt sich um und die Symbolik ist eindeutig: Durch den Aufprall des Schotten ist ein Teil des Putzes von der Wand gefallen die nun ihre rote Ziegelmauer mit weißen Zementstreifen freilegt. Zusammen mit den Sternchen die der bewusstlose Schotte sieht, bilden sie das Sternenbanner der Vereinigten Staaten von Amerika.<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup> Schickel, *The Disney Version*, S270f.

<sup>112</sup> Laqua, *Wie Micky unter die Nazis fiel*, S173.

Gleichzeitig hat die Flügeltür die Form eines Hakenkreuzes und plötzlich scheint sich der Lebemann auch noch irgendwie in Hitler zu verwandeln, er trägt jetzt den typischen Bart und die typische Frisur. Donald versetzt ihm noch einmal einen Schlag durch die Tür, diese geht dabei zu Bruch und aus dem Hakenkreuz wird ein V für Victory. Und wieder gilt es „*Taxes to beat the Axis*“.<sup>113</sup>

Man muss sich ins Gedächtnis rufen dass Disney gerade einmal ein Jahr zuvor noch öffentlich und medienwirksam an den Pranger gestellt wurde, weil er seinen Mitarbeitern zu wenig Lohn bezahlte. Und nun streifte er landesweit Ruhm und Lobeshymnen für „*The New Spirit*“ ab, ein Film der Arbeiter mit mittlerem und niedrigem Einkommen dazu aufforderte zum ersten Mal in ihrem Leben eine Einkommensteuer zu bezahlen und das unabhängig der jeweils eigenen harten Lebensumstände mit denen die Bevölkerung in diesen Jahren zu kämpfen hatte. Schließlich ging es ja um Höheres.

## 8.2 Donald Duck – Ein neuer Star!?

Beim Blick auf die Disney-Filmographie fällt auf, dass Donald Duck Anfang der 40er Jahre längst Walt Disneys bis dahin berühmteste Schöpfung, Micky Maus, als beliebtesten Charakter abgelöst hatte. Um das Volk zu gewinnen benötigte man auch eine Figur, mit der sich die breite Masse der Bevölkerung leichter identifizieren mochte und konnte, und Donald erfüllte all diese Kriterien. Im Gegensatz zur heldenhaften Mickey Maus verfügt er nämlich auch über charakterliche Schwächen und kämpft mit alltäglichen, durchaus sehr menschlichen Problemen.

Donald Duck war während der Kriegsjahre der größte Star am Himmel der Disney-Galaxie. Seinen ersten Auftritt hatte Donald 1934 in der ‚Silly Symphony‘<sup>114</sup> „*The Wise Little Hen*“. Bald zählte er gemeinsam mit Goofy, Pluto und anderen Figuren zu immer wieder kehrenden Nebendarstellern in den Micky Maus Filmen, bis er 1937 seine erste eigene Kurzfilmserie bekam.<sup>115</sup>

Warum spielte sich Donald trotz seiner aufbrausenden, oft sogar hinterhältigen und gehässigen Art so schnell in die Herzen der Amerikaner? Anders als Mickey, der manchmal lediglich Hundebesitzer ist, hat Donald Familie. Wie es im scheinbar asexuellen

---

<sup>113</sup> „The Spirit of 43“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>114</sup> Als Silly Symphonies werden Disney-Kurztrickfilme bezeichnet, die in den Jahren 1929-1939 entstanden, nicht fortlaufend waren und verschiedene Hauptfiguren hatten.

<sup>115</sup> Watts, The Magic Kingdom, S230.

Disneyuniversum typisch ist, natürlich nicht in Form von Frau und Kindern, sondern in Gestalt seiner drei kleinen Neffen Tick, Trick und Track (original: Huey, Dewey, Louie) für die er die Erziehungsberechtigung zu haben scheint. Er bezieht ein geringes Einkommen und hat somit ständig Geldprobleme. Was er auch anpackt, zunächst scheitert er. Nicht zuletzt auch deshalb, weil er sich mit seiner ruppigen, streitsüchtigen und aufbrausenden Art selbst im Weg steht. Außerdem ist Donald tollpatschig und läuft etwas nicht nach seinem Kopf rastet er aus, läuft rot an und schimpft wild um sich.

Und doch macht ihn gerade das auch irgendwie sympathisch. Donald ist manchmal zwar hinterlistig, wichtigtuertisch und in kindlicher Weise gehässig, aber niemals böartig. Und letztlich sitzt sein Herz am richtigen Fleck und man wünscht und gönnt ihm ein Happy End. Seine Geschichten haben immer etwas von David gegen Goliath. Auch wenn er am Boden liegt, kompromisslos und mit hartnäckiger Entschlossenheit versucht er es wieder und wieder und wieder, und lässt sich einfach nicht entmutigen oder unterkriegen.

Während der Kriegsjahre steht Donald dafür, was der kleine Mann, und zwar jeder einzelne zum Sieg beitragen kann. Mann muss kein Held sein um Großes zu leisten, ein Bild, das direkt den patriotischen Kern der amerikanischen Mentalität trifft.

### 8.2.1 „Donald gets drafted“ (1942)

“*The Army’s not the Army anymore – it’s better than it’s ever been before...*”<sup>116</sup> Wir sehen Donald die Straße in Richtung Einberufungsbehörde entlanggehen, der Weg ist links und rechts von viel versprechenden Werbeplakaten der Armee gesäumt – der *Army*, der *Navy*, der Kavallerie, der *Air Force* usw. Auf einem der Plakate ist zu lesen „*Everybody is pals in the Army*“, auf einem weiteren steht „*Breakfast in bed. Join now!*“ wieder ein anderes wirbt mit zwei Barbie-ähnlichen Blondinen „*Pretty Hostesses. Join now!*“ Im Hintergrund spielt die Musik weiter “*The Army’s not the Army anymore – it’s better than it’s ever been before. We got a lot of hostesses, the gals are really cuties. And entertaining these co-eds is part of your regular duties...*”<sup>117</sup> Man bekommt den Eindruck bei der *Army* handelt es sich um ein Feriencamp mit Freizeitgestaltung, gutem Essen und hübschen Mädchen und natürlich kann es Donald nicht erwarten sich auf der Stelle zu verpflichten. Wer würde nicht? Doch kaum hat er das getan weht allerdings ein anderer Wind.

---

<sup>116</sup> „Donald gets drafted“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (5/18/04).

<sup>117</sup> „Donald gets drafted“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (5/18/04).

Obwohl die ersten Minuten des Films täuschen können ist „*Donald gets drafted*“ keineswegs ein Film der den Armeealltag verherrlicht. Ganz im Gegenteil. Es scheint eher als mache man sich über die Armee lustig. Obwohl Donald, der unbedingt Flieger werden will, beim Intelligenztest kläglich versagt, schlecht lesen kann und farbenblind ist, wird er für tauglich erklärt. Der Arzt hält ihm ein rotes Kärtchen vors Gesicht auf dem in großen Blockbuchstaben RED geschrieben steht. „*What color is it?*“, fragt er. Donald braucht lange bis er schließlich liest „*Ree..ee..d*“. Dann dasselbe noch einmal mit einer grünen Karte. Donald quält sich „*Gr..gr....gre...*“ und sagt schließlich „*Blue!*“. Woraufhin der Arzt meint „*That’s close enough*“ und Donald erhält Uniform und Waffe.

Der sadistische Sergeant Pete (Kater Karlo) quält und scheucht ihn fortan durchs Armeelager und letztlich sehen wir Donald anstatt im Flugzeugcockpit beim Kartoffelschälen.<sup>118</sup> Disney beweist mit diesem Film einen Sinn für Ironie und Satire. Den Humor von „*Donald gets drafted*“ vermisst man in Folgefilmen wie „*The old Army game*“, oder „*Fall in, Fall out*“ leider.

Filme, die Donald Duck als Rekruten in der Armee zeigen, waren vermutlich in erster Linie dazu gedacht, jungen Soldaten eine Art Ausflucht zu bieten aus dem hierarchischen System während der Dienstzeit. Sie fallen eigentlich unter die Kategorie *Entertainment* und sind nicht zu den so genannten *Educational Shorts* zu zählen. Sie verfolgen auch kaum propagandistische Ziele, anders als die Filme die im folgenden Kapitel erläutert werden.

---

<sup>118</sup> „Donald gets drafted“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (5/18/04).

## 9 DISNEYS PROPAGANDA- UND UNTERHALTUNGSKURZFILME

In diesem Kapitel möchte ich mich einem weiteren Feld von Disneyfilmen widmen, die zwar die Nazi-Thematik aufgreifen, aber weder Trainingsfilme sind noch wirklich als Lehrfilme bezeichnet werden können. Eher sind es Unterhaltungsfilme mit propagandistischem Inhalt, oder wenn man so möchte, Propagandafilme mit Unterhaltungscharakter. Die drei populärsten sind „*Der Fuehrer's Face*“, in dem Donald den ganzen Horror des Naziregimes zu spüren bekommt, „*Reason and Emotion*“, der auf launige Weise erklärt, was passieren kann wenn die Vernunft die Kontrolle über Emotionen verliert, und „*Education for Death*“, der düsterste unter den drei Filmen der schildert, wie aus einem kleinen verschüchtertem Jungen ein skrupelloser Nazi wird. Den fast in Vergessenheit geratenen Film „*Chicken Little*“ möchte ich auch kurz erwähnen und schließlich „*Victory Through Air Power*“, ein ganz besonderes Projekt Disneys, das eine ausführlichere Betrachtung verlangt.

### 9.1 “Education for death” (“The making of the Nazi”) (1943)

„*Education for Death*“ beruht auf einem Buch von Gregor Ziemer. Ziemer war ein amerikanischer Kriegskorrespondent und Lehrer und lebte von 1928 – 1939 in Berlin, wo er Direktor der *American Colony School* gewesen war. Auf diese Weise hatte er in den 1930er Jahren die nationalsozialistischen Propagandamethoden hautnah miterlebt.<sup>119</sup> Anfang des Jahres 1943 brachte *Reader's Digest* einen Artikel zu diesem Thema heraus. Walt Disney besuchte das Hauptbüro des Magazins in New York um die Herausgeber davon zu überzeugen, eine kleine Serie an Propagandafilmen zu sponsern. Grundlage des ersten Films sollte besagter Artikel bzw. das Buch Ziemers sein.<sup>120</sup>

Der Film „*Education for Death*“ erzählt die Geschichte eines von „*Hitler's children*“ – des kleinen Jungen Hans, der durch brutale Indoktrinierung seine kindliche Unschuld verliert und ein blind gehorchender deutscher Soldat wird.

Das einzige komische Element dieses Films sind die Einführungsszenen mit Hitler. Aus einem Märchenbuch - „*Märchen der neuen Ordnung*“ - erfährt der kleine Hans die Geschichte eines großen Reiches. Was folgt ist so etwas wie eine Parodie auf Dornröschen. Ein Ritter schreitet den Gang entlang um seine Angebetete aus dem Schlaf zu erwecken. Zuerst muss er

---

<sup>119</sup> Laqua, *Wie Micky unter die Nazis fiel*, S177.

<sup>120</sup> Gabler, *Triumph of Imagination*, S390.

allerdings die böse Hexe „Democracy“ besiegen, bevor er die schlafende Schönheit küssen darf. Als er dann den Helm abnimmt entpuppt er sich als Hitler, die Frau seines Herzens ist Germania – dargestellt als dicke Walküre mit Bierkrug in der Hand. Mit allerletzter Kraft schafft es der hagere Hitler, die schwere Germania auf sein Pferd zu hieven und reitet mit ihr in die Ferne. So endet das Märchen, der Rest sei Geschichte lernt Hans.

In allen Zeichentrickfilmen Disneys hat die Porträtierung Hitlers etwas Lächerliches. Durch seine Darstellung als Witzfigur wird er entdämonisiert. Am Hitler Disneys ist nichts Furchterregendes mehr. Er tritt nicht als ernst zunehmender Feind in Erscheinung, sondern als Clown über den Amerika lacht. Eine schwächliche Figur mit zerzaustem Haar, riesiger Nase und dunklen Augenringen, die ihn übermächtig und müde wirken lassen. Vielleicht auch gezeichnet vom Suff? Zumindest ist seine Nase immer rot, im Zeichentrick meistens ein Mittel um Trunkenheit anzudeuten und es war zu dieser Zeit in Karikaturen durchaus eine gängige Praxis, Hitlers Wahn auch mit übermäßigem Alkoholkonsum in Verbindung zu bringen. Zudem schwitzt, rülpst und grunzt er die ganze Zeit und schnorchelt durch die Nase. Hitler spricht aber ohnehin keine richtige Sprache, weder deutsch noch englisch. Disney gibt zwar vor, er würde deutsch sprechen und unterlegt Hitler immer mit Untertexten, diese sind aber frei erfunden. Hitler spricht unverständliches Durcheinander aus dem lediglich ein paar Worte auszunehmen sind, die wohl jeder US-Bürger verstanden hat und die die Lächerlichkeit des Diktators noch zusätzlich unterstreichen. Worte wie „Achtung“, „Schnitzel“, „Leberwurst“, „Raus“, „Heil“ etc.<sup>121</sup>

Der Hitler Disneys hat vereinzelt ein bisschen etwas von Charlie Chaplins Großem Diktator, der ja auch keine reale Sprache spricht. Es ist auch nahe liegend, dass man diesen Film bei der Entwicklung der Hitler-Karikatur zum Vorbild nahm. „*Der große Diktator*“ erschien bereits 1940, also noch bevor Hitler zum ersten Mal in einem Disneyfilm auftauchte. Auch war es kein Geheimnis, dass Walt Disney Chaplin bewunderte, zumindest vor dessen „Ausweisung“ aus den USA.<sup>122</sup>

Allerdings ist Disneys Hitler viel aggressiver. Animation ist reicher an Möglichkeiten, sein Wahnsinn wird unterstrichen durch spitze Zähne, furcht erregende Schatten, die er an die Wand wirft, Teufelshörner und Krallen Wenn er sich aufregt läuft er so rot an, dass ihm fast der Schädel zu platzen scheint. Ein besessener psychopatischer Irrer einerseits und

---

<sup>121</sup> In diese Analyse habe ich vor allem die Darstellungen der Hitler-Figur in „Education for Death“ und „Stop that Tank“ eingeflochten, weil Hitler in diesen Filmen der meiste Platz eingeräumt wurde, während er in den anderen Disney-Kurzfilmen nur am Rande als Person Bedeutung findet.

<sup>122</sup> Charlie Chaplin war britischer Staatsbürger und gleichzeitig einer der populärsten und einflussreichsten Komiker/Filmmacher des frühen 20. Jahrhunderts. Zudem war er politisch engagiert, ein bekennender Pazifist und Liberaler. Chaplin wurden kommunistische Tendenzen vorgeworfen und nach einer Europa-Tournee 1952 verweigerte man ihm schließlich die Wiedereinreise in die USA. Er lebte fortan in der Schweiz.

gleichzeitig verhält er sich wie ein schlecht erzogenes trotziges Kind, dass sich auf den Boden wirft und schreit und heult, wenn es nicht das bekommt was es haben will.

Abgesehen von der Hitler-Sequenz ist an „*Education for Death*“ aber nichts Lustiges mehr. Es ist der düsterste und erdrückendste Film der jemals das Disney Studio verließ, aber von allen *wartime* Produktionen auch der technisch und künstlerisch qualitativste. In keinem anderen Zeichentrickfilm schuf man eine so niederschmetternde und nachdenkliche Stimmung. Disney verzichtete auf bekannte oder verniedlichte Figuren, versuchte die Charaktere so menschlich wie möglich darzustellen und das Endergebnis war ein Animationsfilm der so erschreckend war als handle es sich um einen realen Film.

Hans wird in einem Staat groß, in dem Angst die Stütze des Systems ist und er muss erfahren, dass auch seine Eltern ihn nicht beschützen können, für jedes Kind eine dramatische und prägende Situation. Alles erscheint übermächtig groß und finster, durchorganisiert von einem Behördenapparat der in wirklich alle Belange des Lebens eingreifen kann und die absolute Kontrolle hat. Von Geburt an, wie wir erfahren. Hans' Eltern sprechen vor dem Standesbeamten vor und müssen ihren Ariernachweis erbringen, bis zu den Urgroßeltern zurück. Sie erbitten um die Erlaubnis, dass sie ihren Sohn Hans nennen dürfen. Der Beamte weist auf eine riesige Tafel mit allen verbotenen Namen, darunter neben Samuel, Jacob, David oder Isaac auch Franklin und Winston.

In der Schule lernt Hans die Bedeutung der natürlichen Auslese kennen, das „Gesetz des Stärkeren“. In Nazi-Deutschland bedeutet das, dass alles was schwach ist und sich nicht wehren kann keine Existenzberechtigung hat und vernichtet werden muss. Hans empfindet Mitleid und wird vom Lehrer dafür bestraft und von seinen Mitschülern ausgelacht. Es ist das letzte Mal im Film dass Hans ein unschuldiger Junge ist und Gefühle zeigt. Er fügt sich dem Druck des Lehrers und seiner Klassenkameraden. Er lernt zu hassen – „*Hans has come around to the correct way of Nazi thinking*“. Sein Leben besteht fortan aus „*Heiling and Marching, Marching and Heiling*“ von der Hitlerjugend bis zur Wehrmacht.<sup>123</sup>

Die Farben des Films werden an dieser Stelle immer dunkler, ein fast schwarzer Hintergrund und ein Meer aus Flammen vor dem sich die Silhouetten deutscher Soldaten abzeichnen und zum Hitlergruß erhobene Hände. Bücher werden verbrannt, Schriften von Voltaire oder Einstein, Kirchen angezündet und die Bibel durch „Mein Kampf“ ersetzt. „*Heute gehört uns Deutschland, und morgen die ganze Welt!*“ schreit der Kommandant und tausende von Soldaten setzen sich in Bewegung. Disney zeichnet ihnen Scheuklappen und Beißkorb

---

<sup>123</sup> „Education for Death“, Walt Disney. On the Front Lines DVD (5/18/04).

während sie blind hintereinander marschieren, hinein ins Verderben. „*Now their education is complete. Their education for death*“. Während dieser Satz fällt wird die Marschszene langsam überblendet und die Soldaten verwandeln sich in tausende Grabkreuze.<sup>124</sup>

Anders als in den übrigen Filmen lässt Disney die Figuren tatsächlich richtiges Deutsch sprechen und der Erzähler aus dem Off fungiert gleichzeitig als Synchronisator. Dadurch wirkt der Film realistischer und schockierender, was auch so gewollt war. In „*Education for Death*“ wird ein System und seine Führer kritisiert, aber nicht „die Deutschen“ an sich. Das Volk ist nicht von Natur aus böse oder dumm, wie es auch oft gerne dargestellt wurde, sondern hier deutlich Opfer einer organisierten Gehirnwäsche eines gewalttätigen Führungsapparates.

## 9.2 “Der Fuehrer’s Face“ (aka “Donald Duck in Nutzi Land“) (1942)

Der wohl populärste Disney-Propagandafilm der 40er Jahre war „*Der Fuehrer’s Face*“, der auch unter dem ursprünglichen Titel „*Donald Duck in Nutzi-Land*“ bekannt ist, ein knapp 8-minütiger Kurzfilm, der als einer der wenigen Filme dieser Periode nicht direkt von der Regierung finanziert wurde und 1942 sogar den Oscar in der Kategorie „Bester Zeichentrick-Kurzfilm“ gewann.<sup>125</sup>

In diesem Film wird Donald von Disney kurzerhand ins dunkelgrau düstere „Nutzi-Land“ verfrachtet, wo er den alltäglichen Horror und die Repressalien eines vermeintlichen Durchschnittsdeutschen durchlebt. Das Hakenkreuz ist dabei immer und überall präsent – ob an der Tapete in Donalds Schlafzimmer, oder in allen nur erdenklichen Gegenständen auf seinem Weg zur Arbeit.<sup>126</sup> An der Wand in Donalds Zimmer hängt eine Kuckucksuhr, der Kuckuck trägt Seitenscheitel und Hitlerbart. Nachdem Donald von einem lauten und barschen „*Aufstehhhhhhn!!!*“ aus dem Schlaf gerissen wurde, wird ihm das karge, trostlose Leben in „Nutzi Land“ schon beim Frühstück unmissverständlich klar vor Augen geführt. Aus einem Wandsafe holt Donald eine einzige winzige Kaffeebohne, die er, an einen Faden gebunden, zur Zubereitung des Kaffees kurz in heißes Wasser taucht, bevor er sie wieder sorgfältig verschließt. *Bacon & Eggs* ist nur in Form eines Aromasprays vorhanden und mit Hilfe einer großen Holzfällersäge gelingt es dem Enterich schließlich, sich eine Scheibe vom steinharten Brot abzuschneiden. Natürlich darf am Frühstückstisch auch „*Mein Kampf*“ nicht fehlen, die

---

<sup>124</sup> “Education for Death”, Walt Disney. On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>125</sup> The Internet Movie Database, <http://www.imdb.com/title/tt0035794/awards> (Zugriff: 12.9.2010).

<sup>126</sup> Laqua, Wie Micky unter die Nazis fiel, S177.

morgendliche Lektüre. Danach geht es sofort auf dem schnellsten Weg zur Arbeit in Hitlers Munitionsfabrik, wo Donald den ganzen Tag am Fließband steht. „24 hours for the Fuehrer!“, spricht die Stimme aus dem Off, „isn't that wonderful, is not the Fuehrer glorious?!“<sup>127</sup> Von der Geschwindigkeit des Bandes überfordert, dreht Donald durch und beginnt zu halluzinieren bis er von einem großen Knall plötzlich aus seinen Fantasien gerissen wird. Was man nun sieht ist der krasse Gegensatz zur dunklen Nazi-Welt, die helle heile Welt Amerikas und Donald erwacht schweißgebadet und mit zerzausten Federn aus seinem Alptraum. Er trägt einen „stars & stripes“ – Pyjama, und über dem Bett prangt in riesigen Lettern, gut lesbar der Schriftzug „Home-Sweet-Home“. Eine Modell der Freiheitsstatue steht symbolträchtig am Fenster und wird von Donald stürmisch umarmt und liebevoll ans Herz gedrückt. Der Film endet schließlich mit Donalds Worten: „I'm so glad to be a citizen of the United States of America!“<sup>128</sup>

Ganz anders als „Education for Death“ war „Der Fuehrer's Face“ stilistisch und inhaltlich weniger anspruchsvoll und eher zum Schmunzeln gedacht. Der Film ist eine Karikatur auf Deutschland, das geht ja schon aus dem Titel hervor (nuts = verrückt), auf seine Nazigrößen und deren Symbolik, besitzt aber keinen Schockmoment weil alles schon zu sehr übertrieben wirkt. Alle Bäume und Sträucher haben Hakenkreuzform, auch die Windmühlenflügel, die Straßenwegweiser und hunderte Male hört man „Heil Hitler! Heil Hitler! Heil Hitler!“ Der Zuseher wird überreizt. Nazigrößen werden karikiert, Göring ist so fett dass seine Uniform aus allen Nähten zu platzen scheint. Im Umgang mit Schreckenssystemen gibt es zwei Möglichkeiten, entweder man dämonisiert sie oder man macht sich darüber lustig. Im deutschsprachigen Raum kam es in den vergangenen Jahren immer wieder zu heftigen Debatten, ob es angemessen sei Hitler in Komödien zu veralbern und damit zu verharmlosen. Man kann darüber geteilter Auffassung sein. „Der Fuehrer's Face“ war jedenfalls eine Parodie und wollte auch gar nichts anderes sein.

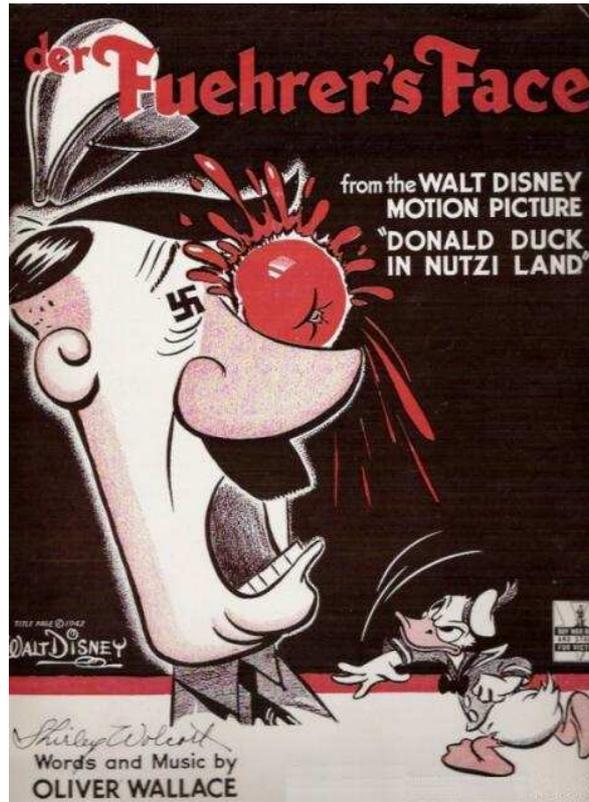
Seine Popularität verdankt „Der Fuehrer's Face“ nicht zuletzt auch dem gleichnamigen Titelsong von Oliver Wallace, der den Refrain nach eigenen Angaben in nicht einmal einer halben Stunde schrieb während er mit dem Fahrrad zum Einkaufen fuhr. Man will es ihm gerne glauben, Walt Disney war jedenfalls begeistert.<sup>129</sup>

---

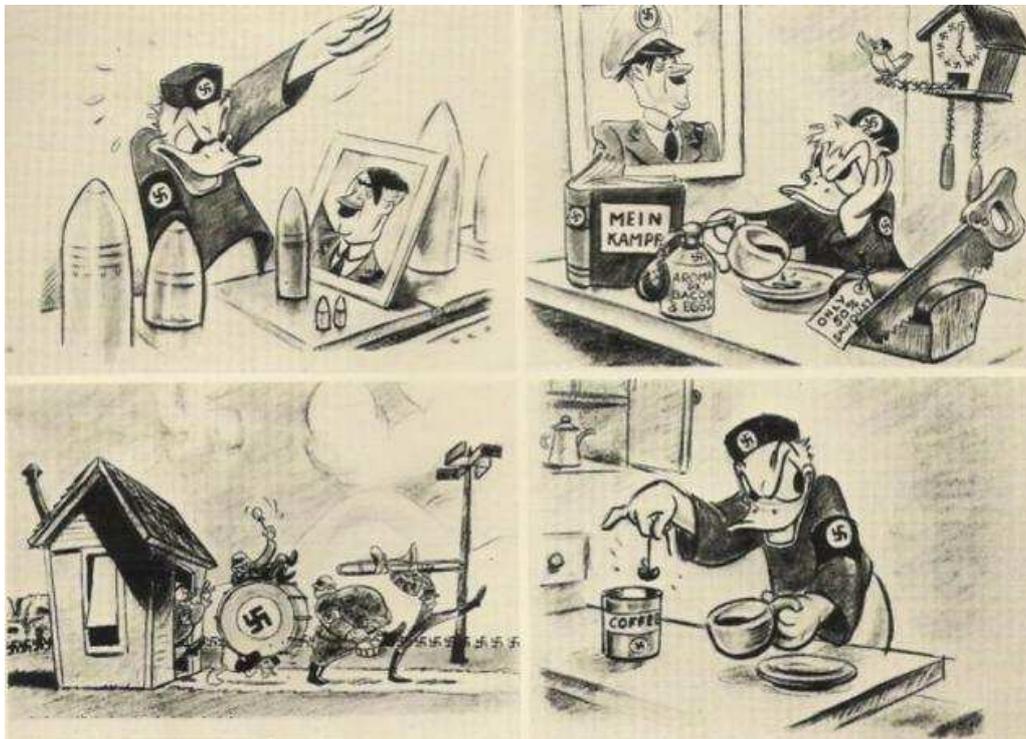
<sup>127</sup> „Der Fuehrer's Face“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>128</sup> „Der Fuehrer's Face“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (5/18/04).

<sup>129</sup> Parker, Ralph (ed.): Dispatch from Disney's. No.1 (Burbank 1943), S26.



[Abb.12] Filmplakat zu „Der Fuehrer’s Face“



[Abb.13] Storyboard-Skizzen zu „Der Fuehrer’s Face“

### 9.3 “Reason and Emotion” (1943)

Auch „*Reason and Emotion*“ basiert auf einem Buch mit dem Titel „*War Politics and Emotion*“, das aufzeigen sollte wie rationales Denken in Nazi Deutschland einem Kollektiv unbeherrschter Emotionen zum Opfer fallen konnte.

Die schwierige Aufgabe, wie man die Begriffe “*Reason*” und “*Emotion*“ filmisch umsetzt, löste Disney auf originelle, fast brillante Art und Weise. Mittels Röntgenblick sieht der Zuseher direkt in das menschliche Gehirn, dass von zwei Figuren gesteuert wird: „*Reason*“ in Gestalt eines schwächlichen Professors und „*Emotion*“, ein wilder Höhlenmensch.

So lange *Reason* vorne das Steuer in der Hand hält und *Emotion* auf der Hinterbank ruhig gestellt bleibt, ist alles unter Kontrolle, gesittet und in bester Ordnung. Doch sobald *Emotion* die Oberhand gewinnt, so wie es im Nazi-Gehirn der Fall ist, bricht das totale Chaos aus und die Vernunft wird von den niederen Instinkten beherrscht.<sup>130</sup>

Nur wen die Vernunft davor bewahrt Opfer von Gerüchten und Propaganda zu werden kann auch den Krieg gewinnen. Trotz dieses ernsten Hintergrunds ist „*Reason and Emotion*“ ein lustiger Film und viel subtiler als „*Der Fuehrer’s Face*“. Er überstrapaziert nicht mit Nazisymbolik und ist farblich viel heller und freundlicher als seine Vorgänger.

Der (deutsche) Höhlenmensch trägt eine Pickelhaube, wie es im Ersten Weltkrieg der Fall war, seitdem aber nicht mehr. Das kann man aber trotzdem nicht als historisch schlecht recherchiert bezeichnen, sondern als durchaus gängige Praxis. Die Pickelhaube wird in Karikaturen des Zweiten Weltkriegs sehr oft verwendet, weil sie ein Symbol des Preußentums ist. Für die Amerikaner besteht eine durchgehende Linie deutschen Militarismus und deutscher Aggression von Otto v. Bismarck in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, über Kaiser Wilhelm im Ersten Weltkrieg bis zum Zweiten Weltkrieg.

Verglichen mit den beiden zuvor besprochenen Filmen, ist dieser Film als Propagandawerk mehr oder weniger in Vergessenheit geraten ist.

Der Konflikt zwischen *Reason* und *Emotion* lässt sich auf die meisten Situationen menschlichen Denkens und Handelns übertragen und es ist in diesem Film zu vage und undeutlich, dass es sich um den Motor eines faschistischen Systems handelt. Verglichen mit „*Education for Death*“ wirkt „*Reason and Emotion*“ zurückhaltend, fast feige. Es ist deshalb auch unwahrscheinlich, dass er dem Zuseher nach dem Kinobesuch noch lange im Gedächtnis verhaftet geblieben ist. Ähnlich dürfte es mit „*Chicken Little*“ gewesen sein.

---

<sup>130</sup> “Reason and Emotion”, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (5/18/04).

#### 9.4 “Chicken Little” (1943)

„*Chicken Little*“ ist eine Fabel dafür, was Schreckliches passieren kann wenn sich falsche Informationen verbreiten und auf genügend leichtgläubige Zuhörer treffen. Schauplatz ist ein Hühnerstall, ein idyllisches kleines Dorf mit weißem Gartenzaun und glücklichen Hühnern die Namen tragen wie Ducky Lucky, Henny Penny oder Cocky Locky. Man spielt Bridge, trinkt Tee, tratscht beim Friseur und trifft sich zu Tanzabenden. Alle sind zufrieden und fühlen sich beschützt durch ihren Zaun, Schlösser an den Türen und Schusswaffen wie sie jedem amerikanischen Bürger zustehen. Eine ganz gewöhnliche Kleinstadt. Niemand spürt die drohende Gefahr des hungrigen Fuchses Foxy Loxy, der es längst nicht mehr nur auf ein Huhn abgesehen hat. Mit Hilfe eines Psychologiebuches übt er sich in der Beeinflussung einer ganzen Masse durch Instrumentalisierung einzelner Glieder, in diesem Fall des naiven leichtgläubigen Chicken Little.

Die Geschichte findet letztlich kein gutes Ende, das Böse siegt und alle Hühner müssen sterben. Der Fuchs sagt uns was wir daraus lernen: „*don't believe everything you read, brother!*“

Ursprünglich sollte der Film noch mehr Hinweise auf den Krieg beinhalten. Anstelle eines Psychologiebuches überlegte man, Foxy Loxy aus „Mein Kampf“ lesen zu lassen, und die Grabsteine der Hühner sollten die Form kleiner Hakenkreuze besitzen. Allerdings entschied Walt Disney, der anscheinend nicht noch mehr Geld verlieren wollte, die Nazisymbolik wegzulassen, um den Film auch nach dem Krieg eventuell noch einmal veröffentlichen zu können.<sup>131</sup> Profit geht über Idealismus, vielleicht war das auch bei „*Reason and Emotion*“ der Fall. Mit ein paar kleinen Änderungen könnte man beide Filme jederzeit wiederausstrahlen, wengleich „*Chicken Little*“ nicht unbedingt ein Film ist, der ohne elterlichen Beistand kindertauglich ist – egal ob mit oder ohne Hakenkreuz. Aber das könnte man von „*Bambi*“ ja auch behaupten, übrigens der einzige nicht kriegsbezogene abendfüllende Disneyfilm dieser Zeit und der letzte bis 1950.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> The Internet Movie Database, <http://www.imdb.com/title/tt0035733/trivia> (Zugriff: 20.9.2010).

<sup>132</sup> 1950 erschien „Cinderella“.

## 9.5 Sieg durch Luftmacht?

“*Victory through Air Power*” war Disney’s ambitioniertestes und zugleich auch verlustreichstes Projekt der Kriegsjahre und bedarf nicht nur deshalb einer gesonderten Betrachtung. Der Film unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von den bisher analysierten Propagandawerken. Er entstand nicht im Auftrag der Regierung, des Militärs oder einer anderen Institution, sondern war eine Eigeninitiative des Disneystudios, oder genauer gesagt Walt Disneys selbst.

“*Victory through Air Power*” basierte auf dem 1942 erschienenen gleichnamigen Buch von Major Alexander P. de Seversky, einem hochdekorierten russischen Kriegsveteranen. Seversky wurde 1894 in Tiflis (Georgien) als Sohn eines Opersängers geboren und diente während des Ersten Weltkrieges als Kampfpilot. Das Fliegen wurde ihm quasi in die Wiege gelegt, denn sein Vater soll der erste Russe gewesen sein, der ein eigenes Privatflugzeug besaß.<sup>133</sup>

Bei einem Einsatz verlor Seversky sein rechtes Bein, was ihn angeblich nicht daran hinderte heldenhaft wieder in ein Flugzeug zu steigen und bis Kriegsende dreizehn deutsche Flieger abzuschießen, wofür er einen Verdienstorden erhielt. 1917 kam Seversky in die USA und arbeitete dort als Testpilot und Assistent von Billy Mitchell, einem berühmten aber auch umstrittenen Army-General, der als Vorvater der *US Air Force* galt.

1927 erhielt Seversky die amerikanische Staatsbürgerschaft und gründete vier Jahre später die mäßig erfolgreiche *Seversky Aircraft Corporation*, den Vorläufer der späteren *Republic Aviation Company*.<sup>134</sup> Seversky mag ein guter Flieger gewesen sein, aber als Konzernmanager konnte er nie Profite erwirtschaften, weshalb er vom Aufsichtsrat der Firma auch bald abgewählt wurde.

Seine Stärken lagen woanders. In den meisten Quellen wird er als großspuriger Showman beschrieben und als eine sehr schwierige Persönlichkeit. Er galt als arrogant, kompromisslos und launisch, aber gleichzeitig war er nicht zuletzt dadurch ein Charakter den die Medien für interessant genug hielten um über ihn zu berichten. Außerdem war er ein Russe dessen Herz für Amerika schlug und der seine Staatsbürgerschaft wechselte. Das kam an. Seversky verstand es, die öffentliche Aufmerksamkeit auf sich zu richten.

---

<sup>133</sup> “Victory Through Air Power”, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (15/8/04).

<sup>134</sup> <http://www.spiritus-temporis.com/alexander-p-de-seversky/> (Zugriff: 11.9.2010).

1942 schrieb er „*Victory through Air Power*“, ein Plädoyer für den Luftkrieg und die Entwicklung von Langstreckenbomben, mit denen Deutschland und Japan direkt von den USA aus angegriffen werden könnten. Der Schwerpunkt der amerikanischen Strategie lag zu Beginn des Krieges hauptsächlich auf der Marine mit ihren Schlachtschiffen. Diese, so glaubte man, würde letztlich kriegsentscheidend sein, während der Luftwaffe weniger Bedeutung zufiel.<sup>135</sup> Darin sah Seversky einen entscheidenden Fehler. Er kritisiert diese Art der Kriegsführung als Verschwendung von Zeit, Material, Arbeit und Menschenleben.

Das Buch wurde ein Riesenerfolg, landete auf Platz 5 der besten Bücher des Jahres 1942, aber es löste auch Kontroversen aus und animierte zahlreiche Gegner und Skeptiker zu Gegendarstellungen. Nicht nur die Kritiker, auch das Militär war skeptisch.<sup>136</sup>

Disney hingegen nicht. Er war von Severskys Buch fasziniert und auf der Stelle begeistert, und wie immer wenn er von solch Überschwang heimgesucht wurde, war alles andere sofort zweitrangig und nur dieser einen Sache galt dann seine ungeteilte Aufmerksamkeit. Es war allgemein bekannt, dass Disney seit jeher ein besonderes Interesse an allem hatte, das in irgendeiner Weise mit Luftfahrt in Verbindung stand.

Disney suchte den Kontakt zu Major Seversky, sicherte sich die Filmrechte an dessen Buch und verpflichtete den Autor auch gleich als technischen Berater. Die Arbeit daran sollte sofort beginnen. Wie viel ein solcher Film kosten würde und ob er diese Kosten auch wieder einzuspielen vermochte, daran dachte Disney, wenn überhaupt, nur im Stillen. In solchen Fällen handelte er impulsiv und war nach außen hin beratungsresistent.

Auch schien er zu vergessen, dass er einen beachtlichen Teil seines Filmoutputs Verträgen mit der *Navy* zu verdanken hatte, die sich verständlicherweise wenig für Severskys Theorien begeistern konnte. Man fürchtete, dass durch Langstreckenbomber viele der Flugzeugträger obsolet würden. Hohe *Navy*-Funktionäre versuchten Walt Disney von seinem Vorhaben abzubringen indem sie ihm Briefe schrieben oder ihn persönlich vorluden um ihm zu erklären, weshalb Severskys Ideen in der Praxis niemals funktionieren könnten.<sup>137</sup>

Disney jedoch ließ sich davon nicht beirren.

„*Victory through Air Power*“ sollte ein abendfüllender Film werden der aus Animationssequenzen und Realaufnahmen besteht. Reiner Zeichentrick ist nur die circa 11-

---

<sup>135</sup> Laqua, *Wie Micky unter die Nazis fiel*, S180.

<sup>136</sup> Gabler, *Triumph of Imagination*, S391f.

<sup>137</sup> Gabler, *Triumph of Imagination*, S392.

minütige Einführungssequenz „*History of Aviation*“. Das ist auch noch der unterhaltsamste Part des Films, verglichen mit dem militärstrategischen Rest, wenngleich auch historische Tatsachen der Luftfahrtgeschichte zugunsten des Zeitgeistes ein wenig „korrigiert“ werden mussten. So war Otto Lilienthal vermutlich zu deutsch um Erwähnung zu finden<sup>138</sup>, obwohl er bereits ein Jahrzehnt vor den Gebrüdern Wright die ersten systematischen Flugversuche durchführte.<sup>139</sup> Der Streifzug durch die Luftfahrtgeschichte erreicht seinen entscheidenden Wendepunkt mit dem Ersten Weltkrieg und der Weiterentwicklung des Flugzeugs zur Waffe. Zunächst traute man dem Flugzeug wenig militärischen Nutzen zu, außer eventuell für Beobachtungsflüge, aber dann wurden die ersten Maschinengewehre montiert und nach und nach hoch spezialisierte Flugzeugtypen entwickelt, bis hin zum Bomber. Nicht ganz ohne Stolz heißt es im Film „*the forced development in these four years of war would have taken twenty years to accomplish in peacetime*“<sup>140</sup>

Nach einem kurzen Einbruch, den die Entwicklung der Luftfahrt in der Zwischenkriegszeit zu verbuchen hatte, erlebte sie am Vorabend des Zweiten Weltkriegs einen neuerlichen Boom.

Disney war es ein großen Anliegen gewesen, dass Major Seversky selbst in diesem Film mitwirkt und dem Publikum seine Theorien unterbreitet. Für die gesprochenen Szenen mit Seversky wurde der Regisseur H.C. Potter gewonnen. Gedreht wurde im Disneystudio, allerdings musste dies in der Nacht geschehen, da tagsüber der Lärm, den die angrenzende *Lockhead Aircraft Factory* verursachte, die Tonaufnahmen störte. Abgesehen davon und von Severskys starkem russischen Akzent, den man mithilfe eines Vocaltrainers einigermaßen in Griff bekommen wollte, hatten die Tontechniker noch mit einem anderen Problem zu kämpfen: Major Severskys Holzbein verursachte ein lästiges Quietschen wenn er sich von einer Stelle auf die andere bewegte.<sup>141</sup>

Ansonsten versuchte man ihn so wenig verkrampft wie möglich darzustellen, indem man ihn viel gestikulieren ließ, so als würde er frei heraus sprechen, damit er nicht zu sehr wie ein Vortragender wirkt. Als Kulisse baute man ein Büro und Seversky tritt nicht in Uniform auf sondern trägt einen Maßanzug und sitzt in der ersten Szene hinter seinem großen Schreibtisch, weltmännisch, mit einem Tischglobus zu seiner linken und rechts ein Bild von Billy Mitchell. Ein zweiter riesiger Reliefglobus und eine große Schautafel, die beide die Kriegsschauplätze zeigen, befinden sich ebenfalls im Raum und dienen dem Major immer wieder zur besseren

---

<sup>138</sup> Laqua, *Wie Micky unter die Nazis fiel*, S183.

<sup>139</sup> Otto Lilienthal Museum Url.: <http://www.lilienthal-museum.de/olma/otto.htm> (Zugriff 29.9. 2010).

<sup>140</sup> „Victory Through Air Power“, *Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD* (15/8/04).

<sup>141</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S235.

Veranschaulichung seiner Theorien. Seversky ist sozusagen der Prototyp des „Experten“. Jemand der sich auskennt, der dem Zuseher die Komplexität der modernen Kriegsführung erklärt, von außen beobachtet, analytisch aber ohne wie ein Lehrer zu wirken und auch nicht wie ein Politiker oder Militär.

Serversky beginnt auch sofort didaktisch gut, indem er seine Zuseher darauf aufmerksam macht, dass es keinen Ort gibt an dem man vor einem Angriff aus der Luft sicher ist und dass es jeden Zivilisten treffen kann. Es sei nur eine Frage der Zeit, bis der Feind über diese Möglichkeiten verfügt:

*„As soon as the airplanes which are already on the drafting boards of all the warring nations take to the air, there will not be a single spot on the face of the earth immune from overhead attack [...] And so warfare becomes everybody's business. All of us must understand the strategy of war. No longer should it be a mystery open only to military minds [...]”<sup>142</sup>*

Um zwei zentrale Punkte geht es Seversky. Einmal um die (Weiter-)Entwicklung von Langstreckenbomben bevor sie der Feind hat und es zu spät ist. Und zum zweiten verlangt er eine längst überfällige Gründung einer *U.S. Air Force* als eigenständige Teilstreitkraft, wie es schon sein Mentor General Mitchell forderte. Die *U.S. Army* und die *U.S. Navy* gestanden der Luftwaffe hingegen nur eine unterstützende Funktion zu.

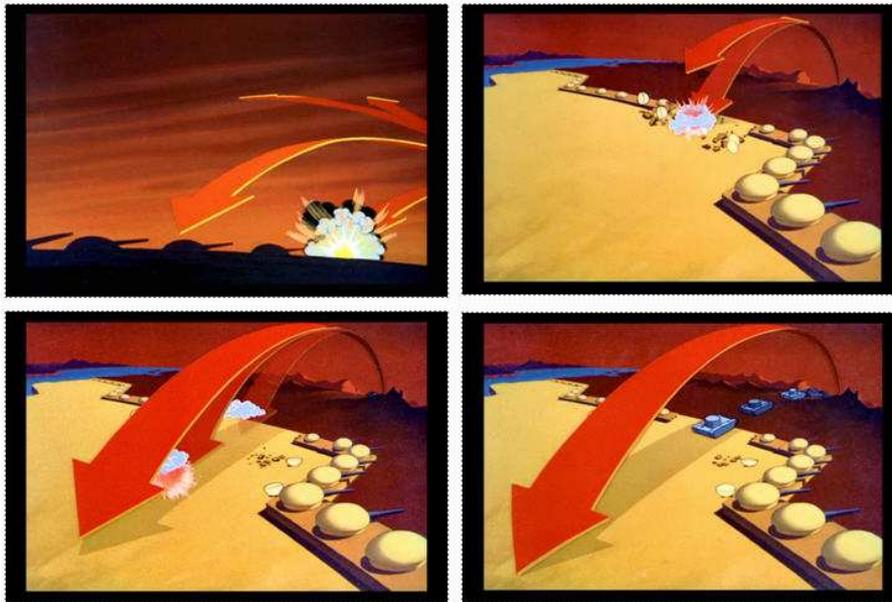
Um der Bedeutung der *Air Force* Nachdruck zu verleihen bringt Seversky gezielte Beispiele wie Deutschland und Japan durch ihre Luftwaffe entscheidende Gebietsgewinne machen konnten. Der Film bedient sich dabei (vermutlich nicht unabsichtlich) etlicher faktischer Fehler. Wahrheit wird dem Propagandazweck geopfert, indem man die Bedeutung der feindlichen Luftstreitkraft für den Kriegserfolg gehörig übertrieb. So wird zum Beispiel behauptet dass die Deutschen gezielt ihre Luftwaffe einsetzten um die Maginot-Line zu durchbrechen und nur deshalb Frankreich erobern konnten. In Wirklichkeit aber wichen die deutschen Truppen der starken Befestigungslinie aus und stießen mit ihren Panzerdivisionen über die Ardennen vor.

Die Alliierten würden auf die falsche Strategie setzen, weitere emotionsgeladene Schlachten – Dunkirk und Pearl Harbor – waren laut Seversky eine Konsequenz *„of the earthbound*

---

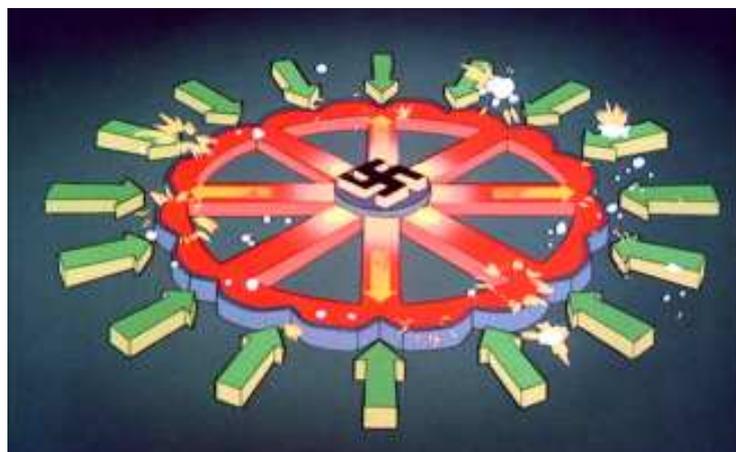
<sup>142</sup> Zitiert in: Doherty, *Projections of war*, S117.

mind“<sup>143</sup>, die Kriegsführung sei zu sehr auf den Bodenkampf konzentriert, was er als old-school bezeichnet. Kriege gewinne man in der Luft.



[Abb.14] Deutscher Durchbruch an der Maginot-Linie, wie er im Film dargestellt wurde

Die Animationen im Film sind fast durchgehend relativ simpel. Schlachten werden dargestellt, indem man Pfeile durchs Bild zieht oder Explosionswolken und gelegentlich stilisierte Flugzeuge, Schiffe und Panzer darstellt. Wann immer der Feind in Szene tritt wird die Musik dramatisch und aufwühlend. Am aussagekräftigsten stützt Seversky seine Theorie an folgender Graphik, welche die kurzen Nachschubwege der Deutschen veranschaulichen soll, in denen die angebliche Stärke der Gegner lag:



[Abb.15]

<sup>143</sup> “Victory Through Air Power”, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD, (15/8/04).

Deutschland wird als Rad dargestellt in dessen Zentrum sich nicht nur die politische Führung befindet, sondern auch die Rüstungsindustrien die über die Speichen ständig den äußeren Ring mit Material (gelbe Pfeile) versorgen. Die grünen Pfeile symbolisieren die Alliierten, die von allen Seiten angreifen, das Rad aber nicht zerstören können, weil Deutschland die kürzen Versorgungswege hat und laufend nachproduziert. Die Kurzstreckenbomber der Alliierten wären zwar unverzichtbar in der Unterstützung der Bodentruppen und bei der Zerstörung von Panzern die sich auf den Versorgungswegen befänden, jedoch wären sie nicht in der Lage die Rüstungsfabriken selbst, also das Herz der Achsenmacht zu erreichen. Aber nur so ließe sich der Krieg gewinnen. Die einzige Lösung hierfür seien Langstreckenbomber, die einen direkten Angriff auf die Mitte fliegen. „*As long as we fight on the surface of the earth*“, sagt Seversky, „*Hitler has all the advantages*“. Dasselbe gilt auch für den Krieg im Pazifik, wo Seversky das langsame Vorkämpfen von Insel zu Insel kritisiert.

Künstlerisch anspruchsvoll ist in „*Victory through Air Power*“ lediglich die Animation am Ende des Films. Ein faschistischer Oktopus, der die ganze Welt mit seinen Tentakeln umklammert, wird immer wieder von einem riesigen amerikanischen Weißkopfseeadler attackiert.

#### 9.5.1 Reaktionen auf „Victory through Air Power“

„*Victory through Air Power*“ war komplett selbstfinanziert und für das Studio letzten Endes ein Verlust von fast einer halben Million US-Dollar. Disneys Filmvertrieb RKO weigerte sich den Film zu veröffentlichen, also musste das Studio ihn durch *United Artists* in die Kinos bringen. Die Zuschauerzahlen waren enttäuschend und die Kritiken größtenteils negativ. James Agee, einer der bekanntesten Filmkritiker der Landes, merkte an, dass dieser „*machine-eat-machine*“ Ethos, der in „*Victory through Air Power*“ propagiert wird, den Eindruck erwecke, als gäbe es „*no suffering or dying civilians under all those proud promises of bombs*“.<sup>144</sup> Andere Kritiker wiederum kritisierten schlicht und ergreifend die Naivität des Films, das Versprechen eines magisch einfachen Weges zum Sieg, der scheinbar keine Verluste mit sich brächte. Immerhin behauptet Seversky, dass ein Krieg, der in der Luft gekämpft wird, nicht nur viel ökonomischer wäre im Vergleich zur Stationierung und

---

<sup>144</sup> Zitiert in: Watts, *Magic Kingdom* S236.

Versorgung von Truppen an Land, sondern auch mehr Leben retten würde als er kostet.<sup>145</sup> Das ist eine waghalsige Annahme, die leider auch heute noch von vielen Menschen als eine erwiesene Wahrheit akzeptiert wird, obwohl es genügend Beweise gibt, dass das nicht stimmt. Es gibt keine „saubere“ Art der Kriegsführung und auch keine „intelligenten“ Waffen, auch wenn die USA heute noch versuchen jeden ihrer Militärschläge mit genau diesen Worten zu rechtfertigen.

Exkurs: Debatte um eine 2. Front gegen Deutschland:

Einige Kritiker warfen dem Film auch vor er sei „anti-russisch“, da man in Amerika zu diesem Zeitpunkt gerade darüber diskutierte, ob eine zweite Front gegen Hitler aufgebaut werden sollte.<sup>146</sup>

Viele derer, die gegen einen Eintritt der USA in den Zweiten Weltkrieg plädierten waren hingegen der Ansicht, dass die Errichtung einer zweiten Front in Europa und eine alliierte Invasion in Frankreich am Schluss nur die Kommunisten im Osten stärken würde. Viel besser wäre es, wenn man Hitler einen blutigen Krieg gegen die Sowjetunion kämpfen ließe. Der Gewinner, wer auch immer es sein würde, wäre militärisch anschließend in jedem Fall so geschwächt, dass er leicht besiegt werden könnte. Die republikanische Partei in den USA hatte längst den Wahlkampf für die Präsidentschaftswahl 1944 begonnen und warf Präsident Roosevelt einen zu soften Kurs gegenüber dem Kommunismus vor.<sup>147</sup>

Von seiner Erstausrahlung 1943 bis zur Wiederveröffentlichung auf der Doppel-DVD „*On the Front Lines*“ 2004 schlummerte „*Victory through Air Power*“ in den Archiven der Disney-Studios. Eine Rückkehr auf die Leinwand nach Kriegsende war ausgeschlossen.

In Washington dürfte man zumindest erleichtert darüber gewesen sein, dass Disney einige scharfe Kommentare Severskys über die *U.S. Navy* und diverse Generäle noch aus dem Film geschnitten hat, die durchaus als Beschimpfung aufgefasst hätten werden können und höchstwahrscheinlich für einigen Zündstoff innerhalb des Militärapparates gesorgt hätten. Ansonsten war die Reaktion verhalten, um nicht zu sagen distanziert. Washington konnte

---

<sup>145</sup> „Victory Through Air Power“, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD (15/8/04).

<sup>146</sup> Laqua, Wie Micky unter die Nazis fiel, S186.

<sup>147</sup> Eliot, Hollywood's Dark Prince, S168.

Hollywood diktieren wie man Filme macht, aber Hollywood konnte Washington doch nicht erklären wie man einen Krieg zu führen hätte.<sup>148</sup>

Immerhin ist dokumentiert, dass Winston Churchill, der ein bekennender Disneyfan war, 1943 auf einer Konferenz der Alliierten in Quebec eine Vorführung von „*Victory Through Air Power*“ für Franklin D. Roosevelt organisierte.<sup>149</sup> Welchen Effekt das hatte und ob es den Präsidenten in irgendeiner Weise beeinflusste konnte ich nirgends glaubwürdig belegt finden, auch wenn manche Autoren, darunter Marc Eliot und Carsten Laqua, behaupten, dass FDR aufgrund des Films und Drängen des britischen Premierministers das Programm zur Entwicklung von Langstreckenbomben stärker vorantrieb.<sup>150</sup>

Die Gründung einer unabhängigen Air Force wurde 1947 realisiert.

---

<sup>148</sup> Doherty, Projections of war, S177.

<sup>149</sup> Joiner, Stephen: Oldies and Oddities: The Disney War Plan. Air and Space Magazine, July 1, 2009. Url: <http://www.airspacemag.com/history-of-flight/Oldies-and-Oddities-The-Disney-War-Plan.html> (28.7. 2010).

<sup>150</sup> Eliot, Hollywood's dark prince, S167.

## 10 DISNEY IN DER NACHKRIEGSZEIT:

### 10.1 Walt Disney und das HUAC

Der Zweite Weltkrieg war kaum zu Ende, da bahnte sich mit dem Kalten Krieg schon die nächste internationale Krise an. US-Außenpolitische Debatten waren nun geprägt von Sicherheit, der Entwicklung nuklearer Waffen und der Bedrohung durch kommunistische Staaten. Innenpolitisch fürchtete man sich vor der roten Unterwanderung, was beinahe zu einem Kreuzzug gegen echte und vermeintliche Sympathisanten des Kommunismus führte. Es war der schleichende Beginn der so genannten McCarthy-Ära und den Untersuchungen und Verhören des HUAC (*House of Un-American Activities Committee*). 1947 fanden Anhörungen vor dem HUAC auch in Hollywood statt um kommunistische Einflüsse bei der Produktion von Filmen zu stoppen. Eine Gruppe von „*friendly witnesses*“ (kooperative Zeugen) trat vor das Komitee und sagte aus wie es um den Kommunismus im Filmgeschäft bestellt war. Es war eine Hexenjagd im Zuge derer jeder jeden denunzieren konnte, in der schon der geringste Verdacht ausreichte, um Karriere und Leben eines Menschen zu ruinieren. Unter diesen Zeugen befanden sich Namen wie Sam Wood, Gary Cooper, Ronald Reagan (der damit den Grundstein seiner politischen Karriere legte) und nicht zuletzt auch Walt Disney. Er sprach als Produzent und Studioboss und versicherte dem HUAC, dass alle seine Mitarbeiter hundertprozentige Amerikaner seien, fügte aber gleich noch hinzu, dass dies nicht immer der Fall gewesen sei.<sup>151</sup> Disneys Aussage macht seine noch immer nicht überwundene Verbitterung über den Studio-Streik von 1941 mehr als deutlich. Für ihn war klar dass nur die Kommunisten daran Schuld hatten, die seine Angestellten manipulierten, die Gewerkschaften unterwanderten und dazu zwangen gegen ihn aufzubegehren. Disney zögert auch nicht, dem Komitee mehrere Namen unliebsamer Ex-Angestellter zu nennen: darunter Herbert Sorrell und David Hilberman. Als Begründung weshalb er letzteren für einen Kommunisten hielt gab Disney so unglaublich es klingt folgendes zu Protokoll:

*„I looked into his record and I found that, number 1, that he had no religion and, number 2, that he had spent considerable time at the Moscow Art Theatre studying art direction, or something.“<sup>152</sup>*

---

<sup>151</sup> Watts, *The Magic Kingdom*, S284.

<sup>152</sup> Transcript der Befragung von Walt Disney vor dem HUAC vom 24. Oktober 1949. URL: <http://filmtv.eserver.org/disney-huac-testimony.txt> (Zugriff: 20.9. 2010).

Dieses Statement beweist wie einfach es war, jemanden als Kommunisten hinzustellen und wie wenig genügte, um Karriere und Leben eines Menschen zu zerstören. Herb Sorrell verlor seinen Job, seine Karriere als Gewerkschaftsvertreter war ruiniert. Mit Mitte vierzig starb er kurz darauf an einem Herzinfarkt. David Hilbermann, als Kommunist gebrandmarkt, kam auf die so genannte schwarze Liste und stand während der nächsten fünfzehn Jahre unter Bespitzelung des FBI.<sup>153</sup>

Disney nahm sich kein Blatt vor den Mund. Schließlich fragte man ihn nach seiner persönlichen Meinung über die Kommunistische Partei und ob sie überhaupt als politische Partei gesehen werden kann. Darauf Disney:

*“Well, I don't believe it is a political party. I believe it is an un-American thing. [...] I feel that they really ought to be smoked out and shown up for what they are, so that all of the good, free causes in this country, all the liberalisms that really are American, can go out without the taint of communism. That is my sincere feeling on it.”*<sup>154</sup>

Disney weist weiters auf die Gefahren hin, die vom Kommunismus ausgehen, dass *„the industry is made up of good Americans, good, solid Americans“*<sup>155</sup> und dass die Kommunisten rechtzeitig daran gehindert werden müssen, diese Einigkeit zu stören.

Neben der Hetze gegen Kommunisten strich Disney aber auch heraus, welchen Beitrag sein Studio während der Kriegsjahre leistete, indem es Propagandafilme am laufenden Band produzierte. Er rühmte sich der Zusammenarbeit mit dem Treasury Department, erwähnte *„four anti-Hitler films“* und dass er mit *„Victory through Air Power“* auch einen Film machte, den er aus eigener Tasche finanzierte, so wichtig sei ihm die Sache gewesen.

Über seine Filme für Lateinamerika verlor er kein Wort und mit Propaganda möchte er ansonsten eigentlich auch nichts zu tun haben, er mache Unterhaltungsfilme. Auf die Frage ob er vor dem Krieg schon einmal Propaganda gemacht habe, oder beabsichtige es wieder zu tun, antwortete Disney:

*“No, we never have. During the war we thought it was a different thing. It was the first time we ever allowed anything like that to go in the films.*

---

<sup>153</sup> Eliot, Hollywood's dark prince, S193f.

<sup>154</sup> Transcript der Befragung vom 24. Oktober 1949. URL: <http://filmtv.eserver.org/disney-huac-testimony.txt> (Zugriff: 20.9.2010).

<sup>155</sup> ebd. (20.9.2010).

*We watch so that nothing gets into the films that would be harmful in any way to any group or any country. We have large audiences of children and different groups, and we try to keep them as free from anything that would offend anybody as possible. We work hard to see that nothing of that sort creeps in.*<sup>156</sup>

## 10.2 Von einem Krieg in den nächsten

Wie sah das in der Wirklichkeit aus? Gab es tatsächlich keinen Grund mehr für Disney Propaganda zu machen? Hitler und Mussolini waren tot, Europa lag in Schutt und Asche und auch der Krieg gegen Japan fand mit dem Abwurf der Atombombe im August 1945 sein offizielles Ende. Die darauf folgenden Jahre waren von einer starken Expansion der ökonomischen, militärischen und kulturellen Macht der USA geprägt, die im Inland kaum in Frage gestellt wurde, im Ausland jedoch in zunehmendem Maße als Herausforderung empfunden wurde. Amerika befand sich schon mitten im Kalten Krieg mit der Sowjetunion. Das Verlangen nach Einigkeit auf der westlichen Hemisphäre wurde dadurch wieder ein wenig lauter. Viele US-amerikanische Unternehmen hatten während Roosevelts „*Good Neighbor Policy*“ in Lateinamerika Fuß gefasst und fürchteten Nationalisierungen und Enteignungen. Während dieser Zeit finanzierten die USA den Wiederaufbau in Europa und fassten den Entschluss, die „freie Welt“ gegen die andere Supermacht, die UdSSR, zu verteidigen und der Ausbreitung des Kommunismus weltweit entgegenzutreten.<sup>157</sup>

Das war gewissermaßen auch eine Einladung an Disney, den Horizont seiner Familie Duck zu erweitern, die sich längst an die neuen politischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten angepasst hatte.

### 10.2.1 Onkel Dagobert und die neue Weltordnung

Dagobert Duck, der 1947 auf die Bildfläche trat, ist die Verkörperung des amerikanischen Wirtschaftsimperiums im 20. Jahrhundert. Ein selfmade-Milliardär, ganz wie es der Vorstellung des „*American dream of life*“ vom Tellerwäscher entspricht. Im

---

<sup>156</sup> Transcript der Befragung vom 24. Oktober 1949. URL: <http://filmtv.eserver.org/disney-huac-testimony.txt> (Zugriff: 20.9. 2010).

<sup>157</sup> Andrae, Carl Barks and Disney Comic Book, S119.

deutschsprachigen Raum nennen wir ihn liebevoll „Onkel“, was ihm etwas Harmloses und auch Beschützendes verleiht. Das Amerikabild war im Europa der Nachkriegszeit durchaus positiv geprägt. Der Befreier, der nun beim Aufbau hilft und das Wirtschaftswachstum fördert. Der gute „Onkel“, wenn man so möchte. In Lateinamerika heißt Disneys neue Figur übersetzt „Reicher Onkel“, was viel Interpretationsspielraum bietet, aber letztlich genau das ausdrückt, wie die USA von Lateinamerika gesehen werden wollen. Als reicher Onkel, von dem sie abhängig sind, bzw. sich abhängig fühlen sollen. Im englischen Original heißt Dagobert „*Uncle Scrooge*“, auf den ersten Blick nach Charles Dickens berühmtem Geizhals aus der Weihnachtsgeschichte benannt. Auf den zweiten Blick aber, ergeben seine Initialien U.S., also *United States*. Ein Zufall? Kaum. Dagobert symbolisiert die USA der Nachkriegszeit und des Kalten Krieges.<sup>158</sup>

Donald Duck kam während des Zweiten Weltkriegs noch als Tourist an die Copacabana, zum Tanzen mit Freunden, sein Onkel aber ist Geschäftsmann und versucht auch gar nicht das zu verbergen. Es fand aber eine deutliche Verlagerung politischer Inhalte von Disneyfilmen in Disney-Comichefte statt. Als die ersten größeren Auseinandersetzungen zwischen Kapitalismus und Sozialismus stattfanden, gab es in den Comicabenteuern immer wieder Andeutungen über beide Systeme und ihre grundlegenden Gegensätze. Mithilfe von Gleichnissen, Metaphern und Allegorien wurde versucht, die Notwendigkeit einer militärischen Konfrontation zu rechtfertigen, den Sieg des Westens über den Osten vorauszusagen.<sup>159</sup>

### Exkurs: Politik in gedruckten Comics

Comichefte waren ein US-amerikanischer Exportschlager, die in der so genannten „Dritten Welt“ hauptsächlich von Erwachsenen gelesen wurden. 1971 veröffentlichten Ariel Dorfman und Armand Mattelart, zwei chilenische Autoren, das Buch „*How to read Donald Duck*“. Darin versuchen sie die politische Ideologie zu entlarven, die sich hinter der scheinbar unschuldigen Verpackung von Disney-Comics verbirgt. Sie prangern das stereotype Bild an, das von den Entwicklungsländern vermittelt wird, die Vorurteile und Klischees. Diese Länder seien in Disneygeschichten da um von den Ducks ausgebeutet zu werden. Die „*neighbor next door*“-Politik sei eigentlich eine „*fruit next door*“-Politik und wenn man das in lustige Abenteuergeschichten verpackt ist es leichter verdaulich und würde von der Bevölkerung

---

<sup>158</sup> Kunzle, Welteroberung aus Entenperspektive, S21.

<sup>159</sup> Kunzle, Welteroberung aus Entenperspektive, S53.

schneller akzeptiert werden.<sup>160</sup> Der deutsche Autor David Kunzle griff das Thema Anfang der 90er Jahre erneut auf.



[Abb.16] „Land of the Pygmy Indians“ („Uncle Scrooge“ 18, Jun-Aug 1957)

Walt Disney produzierte aber keine weiteren neuen Filme mit lateinamerikanischen Themen mehr. Was er tat war alte Erfolge aufzuwärmen. So zerschnitt man „*Saludos Amigos*“ und „*The Three Caballeros*“ in ihre Einzelteile und brachte sie unter neuen Titeln wieder heraus. „*The Flying Gauchito*“ (1945), „*The cold-blooded Pinguin*“ (1945), „*Blame it on the Samba*“ (1948), „*Lake Titicaca*“ (1955), „*Pedro*“ (1955)<sup>161</sup> um nur ein paar Beispiele zu nennen. Alte Sachen aufwärmen und als neu zu verkaufen war und ist das Erfolgsrezept der meisten Film- und Fernsehstudios. Walt Disney war da keine Ausnahme. Er war in erster Linie Kapitalist und kein Idealist. Vor diesem Gesichtspunkt muss man auch seine Filmpolitik betrachten.

<sup>160</sup> Siehe: Dorfman/Mattelart, How to read Donald Duck (New York 1975).

<sup>161</sup> siehe Walt Disney Filmographie, The Internet Movie Database, <http://www.imdb.com/name/nm0000370/> (Zugriff:20.9.2010).

Walt Disney hat nach dem Krieg seine Arbeit an Regierungsaufträgen eingestellt und sich wieder jenen Projekten gewidmet, die er in den vorausgegangenen Jahren nicht realisieren konnte. Dazu gehörten ein Herzensprojekt, „*Song of the South*“, in dem er seine eigene Herkunft verklärte, und die Arbeit an „*Cinderella*“.

Die Filme für Washington, das Militär und das OIAA haben sein Studio zwar vor dem Zusperrern gerettet, finanziell jedoch sah es für Disney nach dem Krieg schlecht aus. Zu seiner besten Zeit beschäftigte er 1400 Angestellte, nach Kriegsende waren es gerade einmal 600.<sup>162</sup>

---

<sup>162</sup> nach Walt Disneys eigenen Angaben vor dem HUAC, Transcript der Befragung vom 24. Oktober 1949. URL: <http://filmtv.eserver.org/disney-huac-testimony.txt> (Zugriff: 20.9. 2010).

## 11 DISNEYS KRIEGSBEITRAG: EIN RESÜMEE

Sogar noch 1943, nach dem Scheitern von *“Victory through Air Power”* behauptete Disney öffentlich stets, dass der Krieg für ihn und sein Studio neue Möglichkeiten geschaffen hatte.

War er jedoch im privaten Umfeld, erzählte er eine andere Geschichte. Disney schien zeitweise recht verbittert zu sein und beschwerte sich oft und lang über die Zustände seines Studios während der Kriegsjahre. Die größte Enttäuschung resultierte aus dem ständigen Kampf mit übermächtigen Regierungsbehörden und deren Bürokratismus. Die Regierung ließ sich beispielsweise mehr als zwei Jahre Zeit, bis sie Disney die Kosten für den enormen Verbrauch an Gas und Elektrizität zurückerstattete, den die Armee 1941 verursachte, als sie sich vorübergehend im Studio einquartierte.

Als Disney bei Ausbruch des Krieges zustimmte, zu niedrigen Kosten, manchmal sogar auf eigene, Filme für Lehr- und Propagandazwecke herzustellen, wusste er nicht, wie teuer ihm das schließlich zu stehen kommen würde. Hinzu kam, dass das Studio permanent von Beratern des Militärs und der Regierung belagert wurde, die sich in die Produktionen einmischten und damit nicht nur für Unmut unter den Angestellten sorgten, sondern oft auch die Produktionszeitpläne gefährdeten.<sup>163</sup>

Gelähmt von finanziellen, bürokratischen und auch kreativen Beschränkungen und Auflagen, schaltete Disney emotional immer mehr auf Abstand zu den Produktionen für die Regierung. Glaubt man Bill Anderson, einem der Studiokünstler, so brachte sich Disney selbst nur mehr dahingehend ein, dass er sagte, was für einen bestimmten Film benötigt wurde und das Team nannte, das er mit der Umsetzung betrauen wollte. Ansonsten nahm er sich komplett zurück, ganz im Gegensatz zu seiner früheren Angewohnheit jeden noch so kleinen Pinselstrich eines Disneyfilms misstrauisch zu beäugen und den Entstehungsprozess wie ein Habicht zu überwachen.<sup>164</sup>

Seinen Mitarbeitern so viel Freiraum zu lassen war ganz und gar untypisch für Walt Disney, und deshalb auch ein untrügliches Zeichen dafür, dass Disneys viel gepriesener Patriotismus Grenzen hatte. Nach außen freilich ließ er keinen Zweifel an seinem Nationalstolz als US-Bürger und den freiwilligen Beitrag, den er zum Kriegserfolg leistete.

---

<sup>163</sup> Watts, Magic Kingdom, S237f.

<sup>164</sup> Watts, Magic Kingdom, S239.

In vielen Publikationen entsteht fälschlicherweise der Eindruck, das Geschäft während der Kriegsjahre wäre für das Studio aufgrund der Flut an Aufträgen äußerst lukrativ gewesen. Dennoch habe Disney es in erster Linie aus seinem tiefen patriotischen Verständnis heraus gemacht, habe sich dazu verpflichtet gefühlt. Diese Annahme ist auch heute noch ganz im Sinne der *Disney-Company*. Sie stimmt jedoch nur sehr bedingt.

Dass Disney sich dafür entschied, Filme für die Regierung zu produzieren, war größtenteils eine wirtschaftliche Notwendigkeit, um den Betrieb überhaupt am Laufen halten zu können und nicht gleich komplett schließen zu müssen. In der Situation in der sich das Studio Anfang der 40er Jahre befand, hätte er kaum eine andere Wahl gehabt.

Als Disney begann Filme zu machen, wählte er seine Genres sehr genau und sorgfältig. Er wollte sich inhaltlich sowohl von anderen Produzenten von Animationsfilmen unterscheiden als auch von jenen, die Realfilme machten und fand seine Nische, indem er bekannte Märchen produzierte, wie „*Schneewittchen*“ und „*Pinocchio*“ oder neue erfand, wie „*Dumbo*“. Damit erreichte er ältere und jüngere Zuseher gleichermaßen.

Zu Kriegsbeginn wechselte er dann die inhaltliche Thematik seiner Produktionen und passte sie an, so wie es gewünscht wurde, diesmal nicht vom Publikum sondern vom Staat. Seine Filme wurden didaktischer und entfernten sich vom Märchen hin zu einer reelleren Welt, nicht zuletzt auch durch die Verschmelzung von Animation mit echten Filmaufnahmen. Der Großteil der von Disney in dieser Zeit produzierten Filme, nämlich die Trainingsfilme für das Militär, unterlag strengen Geheimvorschriften und erreichte deshalb nie eine breite Öffentlichkeit. Auf diesem Gebiet hat er durch Animationen wirklich eine technische Innovation geleistet. Für ihn selbst waren Trainingsfilme der langweiligste Aspekt aller von ihm produzierten *wartime features*. Trockene Anleitungen ohne Kreativität.

Spätestens nach „*Saludos Amigos*“ waren die Kritiker größtenteils enthusiastisch, wenn es um Disneys Kriegsproduktionen ging. Diese Filme betrachtete man als Beweis für Disneys Status als inoffizieller „*good-will*“-Botschafter und Symbol des Amerikanismus.<sup>165</sup>

Aber wie ist Disneys Rolle als Kulturbotschafter tatsächlich zu bewerten?

Walt Disney transportierte Kultur in eine Richtung, nämlich die amerikanische nach Lateinamerika. Ein gleichberechtigter Kulturtransfer fand nicht statt, der fiel in seinen Filmen oftmals plumpen Pointen zum Opfer. Disney verbreitete bereits bestehende Klischees und Vorurteile und tat nichts, um ihnen entgegenzuwirken. Über „*Gaacho Goofy*“ lachte man in

---

<sup>165</sup> Smoodin, *Animating Culture*, S103f.

Amerika, aber nicht in Argentinien. Wenn das Projekt „Kulturelle Freundschaft“ überhaupt in irgend einem dieser Filme gelungen war, dann am ehesten in der „*Saludos Amigos*“-Sequenz „*Aquarela do Brazil*“, und zwar auch nur deshalb, weil José Carioca (gewollt oder ungewollt) den Eindruck hinterlässt, als wäre er seinem amerikanischen Freund Donald Duck nicht nur in jeder Hinsicht ebenbürtig, sondern sogar überlegen.

### 11.1 Walt Disney der Politiker?

„...We [just] make the pictures and then let the professors tell us what they mean...“ – Walt Disney<sup>166</sup>

Als Walt Disney 1966 starb, hatten seine Kreationen – Filme, Comichefte, Fernsehsendungen, Themenparks, Merchandisingprodukte, längst den ganzen Erdball erobert. Von Chile bis China, Millionen von Menschen die noch nie etwas von FDR oder Martin Luther King gehörten hatten, identifizierten Mickey Maus und Donald Duck innerhalb einer Sekunde.<sup>167</sup>

Und doch ist es nicht einfach auf einen Nenner zu kommen, wenn man sich mit Disney auseinandersetzt. Walt Disney selbst verkörperte oft eine widersprüchliche, zwiegespaltene Persönlichkeit, öffentlich und auch privat. Ein autodidaktischer Künstler in den 1920er Jahren, Vorreiter auf technischer und künstlerischer Ebene in den 30ern, Vorzeigepatriot in den 40ern, wohlwollender Fernsehmoderator/„Erzieher“ einer ganzen Nation in den 1950er Jahren (mit dem „*Mickey Mouse Club*“).<sup>168</sup>

Disney polarisierte zu Lebzeiten. Und auch heute, 54 Jahre nach seinem Tod, ist man sich weder in der Wissenschaft noch in der Öffentlichkeit einig, wie man mit Walt Disney verfahren soll. Seine Anhänger verehren ihn wie einen Heiligen, als Visionär und Meister der Imagination, seine Kritiker verachten ihn als profitgierigen Manipulator, skrupellosen Geschäftsmann und Kulturbanausen.

Diese Auseinandersetzung schafft ein emotionales und ideologisches Minenfeld für all diejenigen, die Disney weder huldigen noch bloßstellen oder verdammen möchten, sondern einfach verstehen.<sup>169</sup> Publikationen über Disney gibt es genügend, leider meiner Meinung nach keine, die ich als wirklich objektiv empfinde.

---

<sup>166</sup> Zitiert in: Schickel, *The Disney Version*, S156.

<sup>167</sup> Watts, Steven, *Walt Disney: Art and Politics in the American Century*. In: *The Journal of American History*, Vol.82, No.1 (USA 1995), S84.

<sup>168</sup> Smoodin, *Disney Discourse*, S2.

<sup>169</sup> Watts, *Walt Disney: Art and Politics*. In: *Journal of American History*, S84.

Betrachtet man Disney im Kontext der „*Good Neighbor Policy*“, dem Zweiten Weltkrieg, der Befragungen durch das HUAC, etc., ist man natürlich gezwungen, ihn als politische Persönlichkeit anzusehen.

Seine Opposition gegenüber Gewerkschaften und Arbeiterverbänden, seine Unterstützung des Antikommunismus in Hollywood, die großzügige finanzielle Wahlkampfunterstützung rechts stehender politischer Kandidaten, und die (durchaus glaubwürdigen) Gerüchte über regelmäßige private Verbalattacken gegen Afroamerikaner, Juden, Liberale und Homosexuelle haben dazu geführt, dass Walt Disney oftmals als Rassist und Antisemit hingestellt wurde und als Reaktionär. In letzterem liegt sicherlich Wahrheit. Walt Disney war ein konservativer Republikaner, darüber besteht kein Zweifel. Aber seine persönlichen politischen Empfindungen müssen eher als instinktiv und emotional charakterisiert werden als methodisch zielgerichtet und artikuliert.<sup>170</sup> Zumindest was die Filme des Zweiten Weltkriegs betrifft, muss man sagen, dass Walt Disney hauptsächlich opportunistische Gründe bewegten.<sup>171</sup>

Disney suchte einen Weg, wie er sein Studio erhalten, seine Schulden bezahlen und die Banken ruhig stellen konnte, ohne weitere Mitarbeiter entlassen zu müssen und damit möglicherweise einen weiteren Streik heraufzubeschwören. Die Regierung bot ihm eine Möglichkeit. Er nahm sie an. Als Walt Disney im Auftrag von Nelson Rockefeller nach Südamerika fliegen sollte, war er anfangs wenig begeistert. Die Reise musste ihm erst schmackhaft präsentiert werden. Schließlich freundete sich Disney mit dem Gedanken an, einen von der Regierung gesponserten Urlaub zu verbringen, auf dem er Ideen sammeln könnte die, zu mehreren Filmen gemacht, dem Studio einen neuen Aufschwung bescheren würden. Zusätzlich versprach man ihm, während seiner Abwesenheit das Streikproblem zu lösen. Wenn Disney politische Gründe trieben, dann in erster Linie seine studiopolitischen. In Südamerika tankte er neues Selbstbewusstsein, ließ sich hofieren und nahm an Empfängen und Banketten teil. Er wurde wie ein Staatsoberhaupt behandelt. Disney profitierte von Nelson Rockefellers Politik, so wie das OIAA auch von Disney profitierte. Er war die perfekte Wahl, weil man ihn überall kannte, weil Mickey Maus so populär war wie Coca Cola

---

<sup>170</sup> Schickel, *The Disney Version*, S157f.

<sup>171</sup> mittlerweile ist längst wissenschaftlich belegt, dass Filme wie *Pocahontas* oder *Aladin* rassistisch sind. Dafür steht aber nicht Disney allein, sondern das ist eine Linie des Konzerns. Aber nicht Gegenstand meiner Betrachtung.

und weil Disney dennoch „harmlos“ wirkte. Ein Trickfilmzeichner eben, kein abgehobener Politiker.

Die Pläne, sein Studio zu sanieren, wurden jedoch schon bald nach seiner Rückkehr aus Südamerika zunichte gemacht durch den Angriff auf Pearl Harbor und den darauf folgenden Eintritt der USA in den Krieg. Nach Europa konnte er seine Filme nun nicht mehr exportieren und zuhause in Amerika hatten die Menschen andere Sorgen als ins Kino zu gehen und sich Märchen anzusehen. Also machte Disney Filme im Auftrag der Regierung; Trainingsfilme für das Militär, Lehr- und Propagandafilme für die Zivilbevölkerung. Damit war es für das Studio möglich, Geld zu verdienen.

Natürlich spielten auch patriotische Empfindungen eine Rolle. Nach Pearl Harbor stand Amerika unter Schock, in Los Angeles fürchtete man sich vor einem Angriff und das stärkte das Zusammengehörigkeitsgefühl und den Nationalstolz der Amerikaner. Disney arrangierte sich mit der Armee in seinem Studio und wollte etwas beitragen. Er solidarisierte und identifizierte sich vielleicht auch ein wenig mit den jungen Soldaten, die in den Krieg zogen, weshalb er *war insignias* für zahlreiche Einheiten herstellte. Diese Abzeichen waren das einzige Feld der Kriegsanstrengungen Disneys, das er völlig unentgeltlich aus Idealismus heraus ausübte.

Disney war ein stark gefühlsgetriebener Mensch, anders als sein Bruder Roy der die Geschäfte leitete, er rastete leicht aus, war schnell beleidigt, verfiel oft in Depressionen und war gleichzeitig zu enthusiastischen Höhenflügen fähig. Im Laufe der Kriegsjahre war Disney zunehmend desillusioniert. Die Arbeit an „*The New Spirit*“ frustrierte ihn, nicht zuletzt wegen der ewigen Streitereien mit Henry Morgenthau, den Disney hinter dessen Rücken nur „*that jew*“ nannte.<sup>172</sup>

Der *Disney-Company* liegt heute viel daran, die Bedeutung von Disneys Kriegsfilmen herauszustreichen und übergebührend zu betonen. Es war lange überfällig, dass diese Kurzfilme 2004 endlich einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden, auf einer Sonder-DVD-Box. Enttäuschend ist daran, dass man diese Box mit einem Kommentator versehen hat, der, statt objektiv und filmhistorisch in die Filme einzuführen, als völlig unkritischer Propagandist der Filme auftritt. Man könnte den Eindruck gewinnen, als hätte Amerika ohne Disney nie den Krieg gewonnen. In Wirklichkeit scheint seine Bedeutung

---

<sup>172</sup> Eliot, *Hollywood's dark prince*, S165.

heute deshalb so groß, weil die *Disney-Company* in den letzten Jahrzehnten zu einem so riesigen und mächtigen Unternehmen gewachsen ist. Nun heroisiert man rückwirkend die Leistungen des Gründervaters.

Damals war Disney aber keineswegs unumstritten und nicht dieses unantastbare Idol des Amerikanismus wie es die *Disney Company* heute darzustellen versucht. Schließlich haben auch andere Filmgesellschaften Kriegspropaganda betrieben. *Warner Bros.* produzierte ebenfalls Dutzende – den Disneyfilmen sehr ähnliche – Cartoons mit seinen „*Looney Toons*“ (Bugs Bunny & Co.).

Provokativ ausgedrückt könnte man sagen, der Krieg hatte für Disney eine größere Bedeutung als umgekehrt. Ohne den Beitrag, den er im Zweiten Weltkrieg leistete, gäbe es die *Disney-Company* heute wahrscheinlich nicht, immerhin der gegenwärtig größte Medien- und Unterhaltungskonzern der Welt.

## 12 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- [Abb.1]** Ed Black's Cartoon Flashback, [http://www.ncs-glc.com/GLC/ed\\_black/disney/disney2.html](http://www.ncs-glc.com/GLC/ed_black/disney/disney2.html)  
(Zugriff: 12.7.2010).
- [Abb.2]** Vintage Disney Collectibles 1928-1945,  
<http://vintagedisneymemorabilia.blogspot.com/2008/04/studio-strike.html> (Zugriff: 1.6.2010).
- [Abb.3]** Walt & El Grupo, <http://www.waltandelgrupo.com> (Zugriff: 20.9.2010)
- [Abb.4]** Walt Disney Classics, Disney DVD: Saludos Amigos (1942).
- [Abb.5]** Latin Baby. Disney's Latin American Films,  
<http://latinbaby.files.wordpress.com/2009/04/advertisement.jpg> (Zugriff: 20.9.2010)
- [Abb.6]** Cleanliness brings Health, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD
- [Abb.7]** u. **[Abb.8]** Kurt Rand, Insignia Industry. In: Flying and popular aviation (USA/ April 1942), S40f.
- [Abb.9]** Walt Disney goes to War. In: Life Magazin (USA, 31. August 1942), S63.
- [Abb.10]** Animation World Network,  
[http://www.awn.com/files/imagepicker/1/cohen06\\_DonaldsDecision1.jpg](http://www.awn.com/files/imagepicker/1/cohen06_DonaldsDecision1.jpg) (Zugriff: 12.10.2010).
- [Abb.11]** <http://www.duckfilm.de/cartoons/plakat-dd/newspirit-plakat.jpg> (Zugriff: 4.9.2009).
- [Abb.12]** Toons at War Blogspot, [http://toonsatwar.blogspot.com/2007/03/der-fuehrers-face-part-6\\_18.html](http://toonsatwar.blogspot.com/2007/03/der-fuehrers-face-part-6_18.html)  
(20.7.2010).
- [Abb.13]** Toons at War Blogspot,  
<http://toonsatwar.blogspot.com/2007/04/der-fuehrers-face-part-1-original-art.html> (20.7.2010).
- [Abb.14]** u. **[Abb.15]** Victory Through Air Power, Walt Disney Treasures: On the Front Lines DVD.
- [Abb.16]** Kunzle David, Carl Barks und Donald Duck. Welteroberung aus Entenperspektive. (Frankfurt a.M. 1990), S70.

### 13 ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

CIA	Central Intelligence Agency
FDR	Franklin D. Roosevelt
FBI	Federal Bureau of Investigation
HUAC	House of Un-American Activities Committee
IAA	Institute of Inter-American Affairs
MGM	Metro-Goldwyn-Meyer
OC	Office of Censorship
OIAA	Office of Inter-American Affairs
OSS	Office of Strategic Services
OWI	Office of War Information
PCA	Production Code Administration
RKO	Radio-Keith-Orpheum
SCG	Screen Cartoonists Guild
USAF	United States Air Force
USNR	United States Navy Reserve

## 14 LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

### Sekundärliteratur:

Andrae, Thomas: Carl Barks and the Disney Comic Book. Unmasking the Myth of Modernity (Mississippi 2006).

Ayres, Brenda (ed.), The Emperor's Old Groove. Decolonizing Disney's Magic Kingdom (New York 2003).

Briner, Lisa: Walt Disney Goes to War (2009), Army Heritage and Education Center. Url: The official Homepage of the United States Army: [www.army.mil/-news/2009/04/19/19340-walt-disney-goes-to-war](http://www.army.mil/-news/2009/04/19/19340-walt-disney-goes-to-war) (Zugriff: 12.1.2010).

Doherty, Thomas: Projections of War. Hollywood, American Culture, and WWII. (New York 1993).

Dorfman, Ariel/ Mattelart Armand: How to read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic. (New York 1975).

Eliot, Marc: Walt Disney. Hollywood's dark prince (London 2003).

Elter, Andreas: Die Kriegsverkäufer (Frankfurt a.M. 2005).

Gabler, Neal: Walt Disney. The Triumph of the American Imagination (New York 2007).

Joiner, Stephen: Oldies and Oddities: The Disney War Plan. Air and Space Magazine, July 1, 2009. Url: <http://www.airspacemag.com/history-of-flight/Oldies-and-Oddities-The-Disney-War-Plan.html> (Zugriff: 28.7. 2010).

Keil, Hartmut (Hg.), Sind oder waren Sie Mitglied? Verhörprotokolle über unamerikanische Aktivitäten 1947-1956 (Hamburg 1979).

Keshen, Jeff: Saints, sinners, and soldiers. Canada's Second World War (British Columbia 2004).

Kunzle, David: Carl Barks und Donald Duck. Welteroberung aus Entenperspektive. (Frankfurt a.M. 1990).

Laqua, Carsten: Wie Mickey unter die Nazis fiel. Walt Disney und Deutschland (Reinbeck bei Hamburg 1992).

Lübken, Uwe: Bedrohliche Nähe. Die USA und die nationalsozialistische Herausforderung in Lateinamerika, 1937-1945. In: Transatlantische Studien Bd. 18 (Stuttgart 2004).

McClusky, F. Dean: The Nature of the Educational Film. In: Hollywood Quarterly, Vol.2, No.4 (USA 1947), 371-380.

O'Neil, Brian: The Demands of Authenticity. Addison Durland and Hollywood's Latin Images during World War II. In: Daniel Bernardi (ed.), *Classic Hollywood. Classic Whiteness* (USA/London 2001), S332-385.

Prutsch, Ursula: Creating Good Neighbors? Die USA und Lateinamerika im Zweiten Weltkrieg. Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs 1940-1946. (Stuttgart 2008).

Prutsch, Ursula: Die lateinamerikanische Filmindustrie zwischen Europa und den USA (1900–1970). In: Daniela Ingruber/ Ursula Prutsch (Hg.), *Imágenes. Bilder und Filme aus Lateinamerika* (Wien 2007), S23-44.

Reitberger, Reinhold: Walt Disney. Mit Selbstzeugnissen und Bilddokumenten (Hamburg 2002).

Rock, David: War and postwar intersections: Latin America and the United States. In: David Rock (ed), *Latin America in the 1940s: war and postwar transitions* (Los Angeles/ London 1994), S22f.

Schickel, Richard: The Disney Version. The life, times art and commerce of Walt Disney (Chicago 1997).

Smoodin, Eric (ed.): *Disney discourse. Producing the magic kingdom* (New York 1994).

Smoodin, Eric: *Animating Culture. Hollywood Cartoons from the Sound Era* (New Jersey 1993).

Smoodin, Eric/ Martin, Ann (Ed.), *Hollywood Quarterly. Film culture in postwar America, 1945-1957* (USA 2004).

Springer, Claudia: Military Propaganda: Defense Department Films from World War II and Vietnam. In: *Cultural Critique*, No. 3, *American Representations of Vietnam* (Spring, 1986), S. 151-167.

Watts, Steven: *The Magic Kingdom: Walt Disney and the American way of life* (Boston 1997).

Watts, Steven: Walt Disney: Art and Politics in the American Century. In: *The Journal of American History*, Vol.82, No.1 (USA 1995), 84-110.

### **Primärliteratur:**

Disney, Walt: Mickey as a professor. In: *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 9, No.2 (1945), 119-125.

Parker, Ralph (ed.): *Dispatch from Disney's*. No.1 (Burbank 1943).

Rand, Kurt: *Insignia Industry*. In: *Flying and popular aviation* (USA/ April 1942).

Walt Disney Productions: Annual Report (Burbank, September 1940).

Life Magazin (USA, 31. August 1942).

### **Filmquellen:**

- Walt Disney Treasures: Walt Disney. On the Front Lines. The War Years, 2-Disc DVD-Box (Original Release USA, 5/18/2004)

In chronologischer Reihenfolge des Produktionsdatums:

Seven Wise Dwarfs (1941), 3:46

Thrifty Pigs (1941), 4:09

Stop That Tank (1942), 21:32

Donald Gets Drafted (1942), 8:53

Food Will Win the War (1942), 5:40

Out of the Frying Pan and into the Firing Line (1942), 3:17

Donald's Decision (1942), 3:34

All Together (1942), 2:58

The New Spirit (1942), 7:20

Der Fuehrer's Face (1942), 8:54

The Spirit of '43 (1943), 5:38

Education for Death (1943), 10:10

Reason and Emotion (1943), 7:55

Chicken Little (1943), 8:50

Victory through Air Power (1943), 65:00

The Winged Scourge (1943), 9:44

Defense Against Invasion (1943), 12:37

Cleanliness Brings Health (1944), 8:25

- Saludos Amigos (1943) - Disney Gold Classic Collection DVD (released: 2.5.2000/ USA).
- South of the border with Disney (1943) - released on: Saludos Amigos. Disney Gold Classic Collection DVD (2.5.2000/USA)
- The Three Caballeros (1945) - Disney Gold Classic Collection DVD (released:2.5.2000/ USA)
- Why we fight (1942-1945) – The Complete Series DVD (released: February 2, 2010/ USA)
- The Great Dictator (1940) – The Chaplin Collection DVD, 2 Disc Special Edition, (released: July 1, 2003/USA)

### **Internet:**

Institut für Medien und Kommunikationspolitik

<http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/walt-disney-corp.html>

The Animation Guild Local 839

[http://www.animationguild.org/\\_Home/home\\_FRM1.html](http://www.animationguild.org/_Home/home_FRM1.html)

The Big Cartoon Database

[http://www.bcdb.com/cartoons/Walt\\_Disney\\_Studios/](http://www.bcdb.com/cartoons/Walt_Disney_Studios/)

Otto Lilienthal Museum

<http://www.lilienthal-museum.de/olma/otto.htm> (Zugriff 29.9. 2010)

National Museum of the USAF

<http://www.nationalmuseum.af.mil>

The Internet Movie Database

<http://www.imdb.com>

Toons at War

<http://toonsatwar.blogspot.com>

Transcript der Befragung Disneys vor dem HUAC vom 24. Oktober 1949. URL:

<http://filmtv.eserver.org/disney-huac-testimony.txt> (Zugriff: 20.9. 2010).

Vintage Disney Collectibles 1928-1945

<http://vintagedisneymemorabilia.blogspot.com>

YouTube

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

## 15 ZUSAMMENFASSUNG

Walt Disney ist ein Name, der auf der ganzen Welt ein Begriff ist, egal ob man Kind oder Erwachsenen befragt. Hierzulande verbindet man mit dem Label „Disney“ vor allem lustige und harmlose Familienunterhaltung. Weniger bekannt ist jedoch, dass das Disney Studio während des Zweiten Weltkrieges eine nicht unerhebliche Zahl an Filmen zu Lehr-, Trainings- und Propagandazwecken produzierte.

Anfang der 1940er Jahre war die *Disney Company* durch den Wegfall europäischer Märkte finanziell angeschlagen und die Produktion zusätzlich durch einen großen Mitarbeiterstreik über mehrere Wochen lang gelähmt. Nach dem japanischen Angriff auf Pearl Harbor und dem daraus resultierenden Kriegseintritt der USA, nützte Disney die sich ihm gebotene Gelegenheit, sein Filmschaffen in den Kriegsdienst zu stellen. 1942 waren über 93% der Walt Disney Produktionen an Regierungsverträge geknüpft, was die Produktionsleistung aller anderen Hollywoodstudios in den Schatten stellte. Film war als hervorragendes Mittel zur Massenkommunikation und Propaganda unumstritten, aber Animationsfilme eröffneten Möglichkeiten, die über jene des Realfilms weit hinausgingen.

### **Mehrere Fronten der Propaganda**

Die USA fürchteten bereits vor Kriegsbeginn einen wachsenden politischen und ideologischen Einfluss der Nationalsozialisten in Lateinamerika und versuchten, dieser Gefahr mit der so genannten „*Good Neighbor Policy*“ entgegen zu wirken. Freundschaftliche Beziehungen der USA mit lateinamerikanischen Staaten sollten durch einen kulturellen Austausch gefördert werden. Zu diesem Zweck wurde das OIAA (*Office of Inter-American Affairs*) unter der Leitung von Nelson Rockefeller gegründet. Rockefeller beauftragte Walt Disney, dessen Comic-Charaktere weit über die Grenzen der Vereinigten Staaten hinaus bekannt waren, Filme für ein lateinamerikanisches Publikum zu produzieren. Eine Zusammenarbeit von der beide Seiten profitierten.

Unabhängig davon stellte das Disneystudio Trainingsfilme für das amerikanische Militär und Propagandafilme für die Zivilbevölkerung im eigenen Land her. Populäre Figuren wie Donald Duck rufen darin zum Steuerbeitrag für die Kriegskasse auf, oder treten voller Enthusiasmus und patriotischem Pflichtgefühl der Armee bei.

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich in erster Linie mit den Filmischen Werken Disneys zwischen 1941 und 1945. Er werden aber auch weitere Felder der Studiotätigkeit zu dieser Zeit erläutert und versucht aufzuzeigen, welche politische Rolle Walt Disney während der 1940er Jahre spielte. Ziel der Arbeit ist es, einen Abschnitt der Studiogeschichte darzustellen, der in den publizierten Biographien über Walt Disney nicht, oder nur am Rande Beachtung findet.

## 16 LEBENSLAUF

Name:

Claudia Leithner

Geburtsdatum:

12. September 1982

Geburtsort:

Wien, Österreich

Bildungsweg:

1989 - 1993 Volksschule in 1040 Wien

1994 - 2001 Realgymnasium in 1040 Wien

2002 - 2004 Studium der Rechtswissenschaften

2004 - 2010 Studium der Geschichtswissenschaften