7.

DESIGN VAN HET DERDE RIJK - VOLK EN ELITE.

Adolf Hitler bleef zowel zijn partijgenoten als het Duitse volk voorhouden dat de grootsheid van Duitsland in culturele uitingen weerspiegeld moest worden. Zonder twijfel waren architectuur en muziek zijn grote culturele obsessies. Voor de *Neue Reichskanzlei* (1934-1939) te Berlijn koos architect Albert Speer bewust voor een strenge uitvoering van het classicistische repertoire. 'Woorden in steen' noemden de nazi's de strenge bouwkunst die de uitdrukking was van de totalitaire ambities van het nazisme.

Hitler bewonderde grote historische kunstenaars als de architect Karl Friedrich Schinkel en de componist Richard Wagner en zag deze in de nazitijd opgevolgd door beeldhouwers als Arno Breker en Josef Thorak en architecten als Paul Ludwig Troost, Hermann Giesler en Albert Speer. Strijdig met het idee van de volkscultuur, maar een weerspiegeling van de hiërarchie van de totalitaire staat, was de luxueuze cultuur die de top van de nazipartij ontwikkelde. Ze was soms een kopie van de levensstijl van de Franse en Engelse adel.

Hitlers centrale visie betrof echter geen elitekunst, maar een volkscultuur die weer van alle Duitsers bezit zou nemen en het Duitse volk op bijna mystieke wijze zou samenbinden. Die volkscultuur bezat een diep romantisch karakter waarmee de nazi's zich afzetten tegen het verlichtingsideaal van rede en ratio. Dergelijke opvattingen inspireerden Heinrich Himmler, de *Reichsführer* van de SS *(Schutzstaffel)* tot het ontwikkelen van een *Blut und Boden*-cultus en de constructie van een eigen, Noordse, boreale geschiedenis. Voor dat doel werd Slot Wewelsburg bij Paderborn ontwikkeld als mystiek hoofdkwartier van de SS. Binnen de SS ontstond daar een voorliefde voor het ontwerp van historische voorwerpen, soms met een pseudo-oudheidkundige bewijslast.

DESIGN DES DRITTEN REICHES - VOLK UND ELITE.

Adolf Hitler brachte sowohl gegenüber seinen Parteigenossen als auch gegenüber dem deutschen Volk zum Ausdruck, dass die Größe Deutschlands in kulturellen Äußerungen widergespiegelt werden musste. Zweifelsfrei waren Architektur und Musik seine große kulturelle Besessenheit. Für die *Neue Reichskanzlei* (1934-1939) in Berlin wählte der Architekt Albert Speer bewusst eine strenge Ausführung des klassizistischen Repertoires. „Worte aus Stein" nannten die Nazis die strenge Baukunst, die die totalitären Ambitionen des Nationalsozialismus zum Ausdruck brachte.

Hitler bewunderte große historische Künstler wie den Architekten Karl Friedrich Schinkel und den Komponisten Richard Wagner und sah in der Nazizeit die Bildhauer Arno Breker und Josef Thorak sowie Architekten wie Paul Ludwig Troost, Hermann Giesler und Albert Speer als deren Nachfolger. Im Gegensatz zur Idee der Volkskultur, aber eine Widerspiegelung der Hierarchie des totalitären Staates, war die luxuriöse Kultur, die die Spitze der nationalsozialistischen Partei entwickelte. Sie war manchmal eine Kopie des Lebensstils des französischen und englischen Adels.

Hitlers zentrale Vision betraf jedoch keine Elitekunst, sondern eine Volkskultur, die von allen Deutschen Besitz ergreifen und das deutsche Volk auf fast mystische Weise zusammenschmieden sollte. Diese Volkskultur hatte einen äußerst romantischen Charakter, mit dem sich die Nazis vom Aufklärungsideal des Verstandes und der Vernunft lösen wollten. Derartige Auffassungen inspirierten Heinrich Himmler, den *Reichsführer* der SS *(Schutzstaffel)*, zur Entwicklung eines *Blut und Boden*-Kults und zur Schaffung einer eigenen, nordischen, borealen Geschichte. Zu diesem Zweck wurde Schloss Wewelsburg bei Paderborn als mystischer Hauptsitz der SS entwickelt. Innerhalb der SS entstand dort eine Vorliebe für den Entwurf historischer Gegenstände, gelegentlich mit einer pseudo-archäologischen Beweislast.

DESIGN OF THE THIRD REICH - PEOPLE AND ELITE.

Adolf Hitler drummed it into his fellow party members as well as the German people that the country's greatness ought to be reflected in its cultural expressions. Architecture and music were particular cultural obsessions for him. The architect Albert Speer deliberately opted for a strict application of the classical repertoire in his design for the new Chancellery building in Berlin (1934–39). This austere style of architecture was referred to by the Nazis as 'words in stone', which expressed Nazism's totalitarian ambitions.

Hitler was an admirer of great historical artists like the architect Karl Friedrich Schinkel and the composer Richard Wagner. He saw sculptors like Arno Breker and Josef Thorak, and architects such as Paul Ludwig Troost, Hermann Giesler and Albert Speer as their successors in the Nazi era. A culture of luxury developed amongst the party elite that was at odds with the notion of folk culture, but which reflected the hierarchy of the totalitarian state. It amounted at times to an imitation of the lifestyle of the French and British aristocracy.

Hitler's central vision did not relate to elite art, however, but to a folk culture that would once again take hold of all Germans and link the people in an almost mystical manner. There was a profoundly romantic aspect to this folk culture, through which the Nazis rejected the Enlightenment ideal of reason and moderation. Similar ideas inspired Heinrich Himmler, the *Reichsführer* of the SS, to develop a *Blut und Boden* cult and to construct a Nordic history of his own. Schloss Wewelsburg near Paderborn was developed to this end as the mystical headquarters of the SS, at which a taste developed for the design of historical artefacts, to serve in some cases as pseudo-antiquarian 'proof' of Nazi principles.

8.

DESIGN VAN HET DERDE RIJK - VERLEDEN EN TOEKOMST.

Het nazisme bedacht net als veel andere totalitaire regimes zijn eigen geschiedenis. Dat is op zichzelf niet uitzonderlijk; veel politici, kunstenaars en ontwerpers zijn selectief in hun geschiedschrijving, met als doel de eigen daden en ambities historisch te legitimeren. De Duitse geschiedenis werd echter door allerlei nazi-instellingen in verhevigde mate aangedikt, bijgesteld en soms ronduit verzonnen. Historische tentoonstellingen, optochten en festivals presenteerden het nazisme als vanzelfsprekend hoogtepunt en eindpunt van de geschiedenis. Rituelen, symbolen en producten werden uitgevonden of toegeschreven aan een Arisch verleden, als onderdeel van een soms gefingeerde eeuwenoude cultuur.

Het nieuwe Duitsland zou echter niet door de geschiedenis worden gevormd. Het richtte zich met behulp van historische elementen steeds radicaal op de toekomst. Historische vormgeving werd gemoderniseerd en gepresenteerd als het gezuiverde en toekomstgerichte resultaat van de geschiedenis. De gotische Frakturletter bijvoorbeeld, werd in een leesbare variant een moderne Duitse letter. Een ander voorbeeld van 'modern historisme' is het *Haus der Deutschen Kunst* te München, waarvoor Hitler al in de eerste maanden van zijn bewind de opdracht gaf. Het was een museum voor hedendaagse kunst voorzien van hypermoderne techniek in een gebouw dat een moderne uitvoering van het classicisme liet zien. Het toekomstideaal van de nazi's werd aangevuurd door een grote passie voor moderne technologie en een voortdurende aanvoer van toekomstbeelden, bijvoorbeeld in tentoonstellingen over het nieuwe Duitsland en door modellen en films van toekomstige gebouwen.

DESIGN DES DRITTEN REICHES - VERGANGENHEIT UND ZUKUNFT.

Der Nationalsozialismus schuf ebenso wie viele andere totalitäre Regime seine eigene Geschichte. Das ist an sich nicht außergewöhnlich: Viele Politiker, Künstler und Designer sind in ihrer Geschichtsschreibung selektiv, um die eigenen Taten und Ambitionen historisch zu rechtfertigen. Die deutsche Geschichte wurde jedoch von allerlei Nazieinrichtungen über allen Maßen aufgebauscht, abgeändert und manchmal geradewegs erfunden. Historische Ausstellungen, Umzüge und Feste stellten den Nationalsozialismus als selbstverständlichen Höhe- und Endpunkt der Geschichte dar. Rituale, Symbole und Produkte wurden erfunden oder als Bestandteil einer manchmal fingierten jahrhundertealten Kultur einer arischen Vergangenheit angedichtet.

Das neue Deutschland sollte jedoch nicht durch die Geschichte gebildet werden. Es war mithilfe historischer Elemente stets radikal auf die Zukunft ausgerichtet. Historische Gestaltungsformen wurden modernisiert und als gesäubertes und zukunftsorientierte Ergebnis der Geschichte präsentiert. Die gotische Frakturschrift wurde beispielsweise in einer lesbaren Variante eine moderne deutsche Schrift. Ein anderes Beispiel des „modernen Historismus" ist das *Haus der Deutschen Kunst* in München, für das Hitler schon in den ersten Monaten seiner Macht den Auftrag erteilte. Es war ein Museum für zeitgenössische Kunst, dessen Gebäude eine moderne Ausführung des Klassizismus zeigte und mit hypermoderner Technik ausgestattet war. Das Zukunftsideal der Nazis wurde von einer großen Leidenschaft für moderne Technologie und eine fortwährende Zufuhr von Zukunftsbildern, beispielsweise in Ausstellungen über das neue Deutschland und durch Modelle und Filme von zukünftigen Gebäuden angefacht.

DESIGN OF THE THIRD REICH - PAST AND FUTURE.

Like many other totalitarian regimes, Nazism invented its own history. There was nothing particularly unusual about this: many politicians, artists and designers have been selective in their historical accounts, in which they seek to legitimize their own actions and ambitions. In this case, however, all sorts Nazi institutions began to exaggerate, rewrite and even simply to make up German history. Historical exhibitions, parades and festivals presented Nazism as the undeniable climax and endpoint of history. Rituals, symbols and products were invented or attributed to an Aryan past, as part of a sometimes fictitious ancient culture.

The new Germany would not, however, be shaped by history: although it drew on historical elements, it focused radically on the future at all times. Historical design was modernized and held out as the purified and future-oriented result of history. Gothic script, for instance was modified to make it easier to read and adopted as the modern German typeface. Another example of 'modern historicism' was the *Haus der Deutschen Kunst* in Munich, which Hitler commissioned in the first months of his rule. This contemporary art museum was equipped with ultramodern technology in a building designed as a modern version of classicism. The Nazis' future ideal was driven by an intense passion for modern technology and a constant supply of images of the future: in exhibitions on the new Germany, for instance, and through models and films of future buildings.

9.

VORMGEVING DOOR VERNIETIGING - HET VERDUITSTE LANDSCHAP.

Het racistische en romantische ideaal van de nazi's kan gezien worden als hevige tegenwerping op de aanstormende moderniteit van het leven. Het gevreesde uiteenvallen van de Duitse volksgemeenschap ontlokte een radicale formulering van wat Duits en volks was. Ondanks de huiver voor moderniteit werd de eenwording van het verbrokkelde Duitsland met technisch moderne middelen versneld. Moderne marketing richtte zich op verschillende doelgroepen met een gemeenschappelijk Duits ideaal, met radio en film bereikte het naziregime op hypermoderne manier het Duitse volk en met behulp van de Autobahn als prestigeproject werd Duitsland op een bijna fysieke manier samengesmeed. De *Autobahn* was nadrukkelijk een symbolisch plan dat alle Duitsers aanging. Het gedroomde bezit van een auto voor iedereen, de *Kraft durch Freude* (KdF)-wagen, zou iedereen de kans geven om het hele Duitse landschap te ervaren.

Die eenwording van Duitsland en de daarvoor benodigde *Lebensraum* werd letterlijk genomen. Door verovering en annexatie van Duitstalige gebieden vuurden de nazi's de bevolking aan tot het beleven van een diepgevoelde Duitse identiteit. De bedwelmende *Ostrausch* ('de Oostroes') tot het verkrijgen van meer *Lebensraum* richtte zich op landen als Polen, de Baltische staten en Rusland. Vanaf de inval in Polen in september 1939 werd nieuw land voor het grote Duitsland gecreëerd. Duitse troepen waren zo instrumenten tot het verduitsen van het landschap dat na de verovering werd ingericht met nieuwe boerderijen en landschapsontwerpen. Voor de steden kwamen nieuwe bouwplannen en een verduitste naamgeving. De landen ten westen van Duitsland werden door de nazi's als broedervolken beschouwd, in het oosten was de bevolking voorbestemd om tot slaaf te worden gemaakt of te verdwijnen. De Joodse bevolking werd vaak ter plekke vermoord.

GESTALTUNG DURCH VERNICHTUNG - DIE EINGEDEUTSCHTE LANDSCHAFT.

Das rassistische und romantische Ideal der Nazis kann als heftiger Gegensatz zur aufstrebenden Modernität des Lebens betrachtet werden. Der befürchtete Zerfall der deutsche Völkergemeinschaft lockte eine radikale Formulierung dessen, was deutsch und volkstümlich war, hervor. Trotz der Zögerlichkeit bezüglich der Modernität wurde die Verschmelzung des zerstückelten Deutschlands mit modernen technischen Mitteln beschleunigt. Modernes Marketing war auf verschiedene Zielgruppen mit einem gemeinsamen deutschen Ideal ausgerichtet. Mit Radio und Film erreichte das Naziregime auf eine hypermoderne Weise das deutsche Volk und mithilfe der *Autobahn* als Prestigeprojekt wurde Deutschland auf eine nahezu physische Weise zusammengeschmiedet. Die *Autobahn* war ausdrücklich ein symbolischer Plan, der alle Deutschen anging, wobei der erträumte Besitz eines Autos für alle, des *Kraft durch Freude* (KdF)-Wagens, die Möglichkeit bot, die gesamte deutsche Landschaft zu erleben.

Diese Verschmelzung Deutschlands und der dafür benötigte *Lebensraum* wurden wortwörtlich aufgefasst. Durch die Eroberung und die Annektierung deutschsprachiger Gebiete spornten die Nazis die Bevölkerung zum Erleben einer tief verwurzelten deutschen Identität an. Der *Ostrausch* für den Erhalt von mehr *Lebensraum* konzentrierte sich auf Länder wie Polen, Russland und die baltische Staaten. Seit dem Einmarschieren in Polen im September 1939 wurde neues Land für das große Deutschland geschaffen. Deutsche Truppen waren somit Instrumente für die Eindeutschung der Landschaft, die nach der Eroberung mit neuen Bauernhöfen und Landschaftsentwürfen geplant wurde. Für die Städte gab es neue Baupläne und eine eingedeutschte Namensgebung. Die Länder im Westen Deutschlands wurden von den Nazis als Brüdervölker betrachtet, im Osten war die Bevölkerung dazu vorbestimmt, versklavt zu werden oder zu verschwinden. Die jüdische Bevölkerung wurde oftmals an Ort und Stelle ermordet.

DESIGN THROUGH DESTRUCTION - THE GERMANIFIED LANDSCAPE.

The Nazis' racist and romantic ideal may be seen as a fierce rejection of the intensifying modernity of life. The feared collapse of the German national community prompted a radical reformulation of what qualified as German and *völkisch*. Despite the fear of modernity, technically modern methods were deployed to unify the fragmented Germany. Modern marketing was used to target different audiences with a common German ideal; the Nazi regime used radio and film to reach its citizens in a hypermodern way; and the prestigious *Autobahn* project forged the country together in an almost physical manner. The *Autobahn* was an emphatically symbolic plan that affected all Germans, in which the dream of car ownership for all – a *Kraft durch Freude* ('Strength through Joy') car – held out the opportunity to experience the German landscape in its entirety.

This unification of Germany and the *Lebensraum* ('living space') it required were taken literally. By conquering or annexing German-speaking regions, the Nazis encouraged the population to experience a deeply felt German identity. *Ostrausch* ('intoxication of the East') focused the desire to obtain more 'living space' in countries like Poland, Russia and the Baltic states. Beginning with the invasion of Poland in September 1939, new territory was created for a Greater Germany. The military thus became an instrument for the planned Germanification of the conquered territory, with new farms and landscaping. Plans were drawn up to rebuild the cities and give them Germanified names. The Nazis viewed the countries to the West of Germany as sister nations, whereas the population in the East was destined to be enslaved or to disappear. The Jewish population was often summarily murdered.