



universität
wien

DISSERTATION / DOCTORAL THESIS

Titel der Dissertation / Title of the Doctoral Thesis

„Ökonomie der Details.
Rationalisierung und Kontingenz in österreichischen
Industrie- und Werbefilmen 1915-1965“

verfasst von / submitted by
Mag. Joachim Schätz

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Doktor der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2017 / Vienna, 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on the student
record sheet:

A 092 317

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt /
field of study as it appears on the student record sheet:

Dr.-Studium der Philosophie
Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Elisabeth Büttner, M.A. †
Univ.-Prof. Dr. Christian Schulte

Elisabeth Büttner und Siegfried Mattl gewidmet

Inhaltsverzeichnis

Dank	5
Notiz zu den filmografischen Angaben	7
I. EINLEITUNG	8
I.1. Film: Rationalisierung und Kontingenz	12
I.2. Gebrauch: Instrument / Medium.....	16
I.3. Details: Zwei Ökonomien.....	19
II. FORMEN	27
II.1. Fabrikation und Figuration	27
II.2. Fabrikation bearbeiten	36
II.2.1. Verschobene Ansichten: Schwenks 1915-1918	37
II.2.2. Einsehbare Kräfte: Staatliche Bundesfilmhauptstelle ca. 1923.....	48
II.3. Fabrikation rahmen	63
II.3.1. Charme der Normierung: WIR HABEN HERZ (1936).....	67
II.3.2. Maschinen der Verbindung: BRÜCKENBAUER (1946).....	75
II.4. Fabrikation umformen	83
II.4.1. Prometheusche Ketten: MIT UNBEKANNTEM ZIEL (1963)	89
II.4.2. Magische Zeichen: AUSTRIA HOHLGLAS (1964).....	99
III. MESSEN UND PRÜFEN	106
III.1. Fabrik – Film – Labor	106
III.2. In Bewegung	114
III.2.1. Vergleichswerte: GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT; HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN (beide 1950)	115
III.2.2. Mikrodramen: TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN (1960)	125
III.3. Am Material	131
III.3.1 Prüfverfahren: DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES (1916); METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT (1964).....	132
III.3.2 Messanzeige: WIR HABEN HERZ (1936); METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT (1964)	139

IV. PLANEN	146
IV.1. Statistik und Entwurf	146
IV.2. Vorbeugen.....	156
IV.2.1. Regelwerk: UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) (1956); UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN (1959/60).....	159
IV.2.2. Überzeugungsarbeit: TÖDLICHES ALIBI (1965).....	165
IV.3. Umstellen	172
IV.3.1. Kundenverkehr: WIE SAG ICH'S MEINER FRAU? (ca. 1958); KONSUM SELBSTBEDIENUNG (ca. 1965).....	177
IV.3.2. Kundenbeobachtung: WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN (1965)	185
V. SAMMELN UND ORDNEN	193
V.1. Anhäufungen vor zahlendem Publikum	193
V.2. Serien.....	200
V.2.1. Materialserien: „Photomontage“-Filme von (Adi) Mayer's Filmbüro und Rudolf Mayer (1936-1941).....	201
V.2.2. Produktserien: Werbetrickfilme von Adi Mayer's Filmbüro und Traum & Maier (1955-1960; 1966).....	212
V.3. Fließen.....	226
V.3.1. Schichten: CAPRICCIO ITALIEN; HUMANIC VARESE (beide 1959); CAN YOU IMAGINE THAT... (1957).....	232
V.3.2. Anhalten: CAPRICCIO ITALIEN; HUMANIC VARESE (beide 1959); CAN YOU IMAGINE THAT... (1957)	243
VI. ZUM ABSCHLUSS SCHOKOKINO	252
Abbildungsverzeichnis.....	258
Filmografie.....	261
Bibliografie	268
Abstracts	288

Dank

Die Arbeit an einer Dissertation ist eine Lektion in Sachen Kontingenzerfahrung. Die vorliegende Forschungsarbeit verdankt sich nicht nur einer Vielzahl von Zufällen (das sowieso), sondern vor allem unzähligen Entscheidungen anderer, die diese nicht hätten treffen müssen: von initialen Hilfestellungen über die Unterstützung auf Teilstrecken bis zur Begleitung mit langem Atem.

Teil einer gemeinsamen Anstrengung war diese Dissertation von Anfang an. Ihre Umrisse habe ich 2009 im Austausch mit Sema Colpan und Lydia Nsiah entwickelt, als Teil unseres Projekts *“Sponsored Films” und die Kultur der Modernisierung. Schnittstellen zwischen Ökonomie und Ästhetik im österreichischen Werbe- und Industriefilm*. Ein DOC-team-Stipendium der Österreichischen Akademie der Wissenschaften ermöglichte uns von 2010 bis 2013 konzentrierte Quellenarbeit, methodische Präzisierung und inhaltliche Strukturierung sowie die Verschriftlichung zentraler Abschnitte unserer jeweiligen Dissertationsprojekte. Sema Colpan und Lydia Nsiah sind bis zur Ziellinie die wichtigsten Mitstreiterinnen und Beraterinnen der vorliegenden Arbeit geblieben.

Siegfried Mattl stieß diese Gemeinschaftsarbeit an und unterstützte sie von Anfang an konzeptuell, methodisch und organisatorisch. Ebenfalls von den ersten Tagen der Konzeption an betreute Elisabeth Büttner meine Dissertation umsichtig und engagiert. Mit sicherem Timing forderte sie an neuralgischen Punkten Ent- und Unterscheidungen ein. Ihnen beiden ist die Dissertation in Dankbarkeit gewidmet. Ich hätte gern gewusst, was sie davon halten.

Christian Schulte hat den Fortschritt der Dissertation in der dichten letzten Phase ab Frühjahr 2016 kundig und zuverlässig betreut. Alexandra Schneider hat meinen Aufenthalt am medienwissenschaftlichen Institut der Universität van Amsterdam im Sommersemester 2012 mit unkomplizierter Verbindlichkeit organisiert. Einen wichtigen Arbeitszusammenhang über die Jahre hinweg bildeten die regelmäßigen Treffen mit anderen Dissertantinnen von Elisabeth Büttner: Iris Fraueneder, Rosa John, Melanie Letschnig, Viktoria Metschl und Lena Stölzl. Mein Dank gilt außerdem dem tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft der Universität Wien, das mir während des DOC-team-Stipendiums ein anregendes wie belastungsfreies Arbeitsumfeld war, sowie dem Ludwig Boltzmann Institut für Geschichte und Gesellschaft, das mit einer Bildungskarenz einen konzentrierten Endspurt ermöglichte.

Wertvolle Hinweise erhielt ich auf Tagungen, bei Arbeitstreffen und im Gespräch unter anderem von Alex Casper Cline, Michael Cowan, Nico de Klerk, Wolfgang Maderthaner, Klaus Neundlinger, Vrääth Öhner, Katrin Pilz, Peter Plener, Patrick Vonderau, Georg Wasner und Sabine Zelger. Für die Lektüre und Diskussion von Kapiteln in der Schlussphase danke ich Sema Colpan, Viktoria Metschl, Lydia Nsiah, Drehli Robnik und Ingo Zechner.

Weiters danke ich – für Auskunft und Unterstützung – Bas Agterberg und Bert Hogenkamp (Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Hilversum), Rommy Albers (EYE – Film Institute Netherlands, Amsterdam), Paolo Caneppele (Österreichisches Filmmuseum, Wien), Anton Fuxjäger (Videothek am tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien), Alexander Kammel (Österreichisches Filmservice, Wien), Ute Klawitter (Bundesarchiv Filmarchiv, Berlin), Michael Loebenstein und Jakob Zenzmaier (Ludwig Boltzmann Institut für Geschichte und Gesellschaft, Wien), Walter Maier (Traum & Maier, Wien), Mario Maier, Kurt Mayer (Kurt Mayer Film, Firmenarchiv Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien), Peter Mayer und Christopher Stallybrass (Adi Mayer Film, Wien), dem Österreichischen Staatsarchiv (Wien), Harro Pfeiffer (Grey Group Austria, Wien), Josef Schuchnig (Filmarchiv Austria, Wien), Werner Michael Schwarz (Wien Museum), Klaus Stefan (Wiener Stadt- und Landesarchiv), Christian Stifter (Österreichisches Volkshochschularchiv, Wien) und Rita Tezzele (Wirtschaftskammer Österreich, Wien).

Besonderer Dank gilt meinen Eltern Ingrid und Karl Schätz und meinen Brüdern Florian und Georg für verlässliche Hilfe, wenn ich sie brauche. Schließlich danke ich Katharina Schätz: für das genaue Korrektorat nach Feierabend, für die stete Unterstützung und für den Ansporn durch ihr Beispiel.

Notiz zu den filmografischen Angaben

Die filmografischen Angaben sowohl im Fließtext als auch in der Filmografie erfolgen nach zwei verschiedenen Standards:

- Wenn ein Film ohne Zitierung einer bestimmten Stelle genannt wird oder leicht greifbar ist (etwa auf Kauf-DVDs oder online erhältlich), dann werden lediglich genannt: Titel, optional deutschsprachiger Titel, Jahr der Veröffentlichung, Regie.
 - Zum Beispiel: ODINNADZATY (DAS ELFTE JAHR, 1928, Dziga Vertov).
- Für alle anderen zitierten Filme sind die filmografischen Angaben ausführlicher (im Fließtext: in einer Fußnote bei der ersten Nennung des Films) und erfassen auch die beim Schreiben konsultierte Version.
 - Zum Beispiel: MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 1963, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 22'04'' (25 fps).

Zitierte Stellen werden besonders bei Filmen mit einer Spieldauer von fünf Minuten oder länger in Fußnoten mit Timecode genannt.

I. EINLEITUNG

Zu Beginn eine Weihnachtsgeschichte aus der Welt der Markenkommunikation: Im November 2016 präsentierte die deutsche Handelskette Edeka im Internet einen neuen Werbespot. Der Edeka-Weihnachtsspot des Vorjahres, #HEIMKOMMEN (2015, Alex Feil), war auf YouTube und Facebook ein international besprochener Überraschungserfolg gewesen, entsprechend groß war das Interesse der Nachrichtenmedien.¹ Das neue Video namens MÜSSEN (2016, Greg Gray), exklusiv für die Onlinewerbung ausgewertet, nahm die ästhetischen und erzählerischen Koordinaten des Vorgängers auf (anschniegsamer Klavierpop, desaturierte Farben, verstreute Schauplätze, eine verbindende Pointe) und war ähnlich zielstrebig auf eine Dramaturgie der Besinnung hin getrimmt: Im Sinne der Werbelinie „#zeitschenken“ lassen Eltern den Alltags- und Weihnachtsvorbereitungstress links liegen und verbringen *quality time* mit ihren Kindern.

Die Sprengung eines eng getakteten Zeitregimes, wie sie MÜSSEN deklariert, fand in anderer Hinsicht aber auch in der Berichterstattung zum Video selbst statt. Diese fokussierte auf zwei Details, die insgesamt für bloß drei der 84 Sekunden Laufzeit ins Bild kommen: Ein Auto trägt das Fantasiekennzeichen „MU SS 420“, ein zweites – nur in der höchsten auf YouTube verfügbaren Auflösung lesbar – „SO LL 3849“. Die Kennzeichen beziehen sich offensichtlich auf das Sollen und Müssen, von dem im titelgebenden Lied „Müssen“ auf der Tonspur die Rede ist. Das freistehende Doppel-S – auf Nummerntafeln in Deutschland als Wiederbetätigung verboten – brachte dem Lebensmittelkonzern und der verantwortlichen Werbeagentur harsche Kritik ein. In diesem Licht gesehen, erwiesen sich nun auch die Zahlenkombinationen auf den Schildern als auffällig ergiebig in Sachen rechtsradikaler Codes: „420“ kann in englischsprachiger Schreibweise für den 20. April, Adolf Hitlers Geburtstag, stehen.

¹ Vgl. Shona Gosh: „German supermarket Edeka’s Christmas ad beats John Lewis and Sainsbury’s on YouTube“, in: *campaign*, 09.12.2015, http://www.campaignlive.co.uk/article/german-supermarket-edekas-christmas-ad-beats-john-lewis-sainsburys-youtube/1376221?src_site=marketingmagazine (Zugriff: 26.03.2017); Felix Simon: „Weihnachten wird’s ganz schön viral“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.12.2015, http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/edeka-werbespot-heimkommen-bricht-youtube-klickrekord-13957427-p2.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (Zugriff: 26.03.2017).

„84“ bedeutet in Neonazi-Kreisen „Heil Deutschland“, die umklammernde „39“ „Christliche Identität“.²

Edeka erklärte in einer Pressemitteilung die Mehrdeutigkeit zu bedauern und „jegliche Form von Diskriminierung“ abzulehnen, änderte das Video aber nicht ab.³ Energischer als die Kritik am Video fielen ohnehin in den Onlineforen die Schmähungen erzürnter Userinnen und User gegen die Hamburger Historikerin Sabine Bamberger-Stemmann aus, die mit ihrer Decodierung den Edeka-Weihnachtskitsch öffentlich beschädigt hatte.⁴

Dieses kleine Markendrama ist fest in Medientechnologien und kulturellen Praktiken des frühen 21. Jahrhunderts verankert: im Teilen und Kommentieren von Videos in Social Media und in deren Replay und Relektüre am Bildschirm. Gleichzeitig wird hier eine eigensinnige Produktivität des Details im fotografischen Bewegtbild akut, an der sich strukturalistische Auseinandersetzungen mit dem Film bereits in den 1970er Jahren abgearbeitet haben: Einerseits wird mit dem Nummernschild, das aus einem offensichtlich intendierten Sinnzusammenhang obszön herauspringt, ein Überschuss in der Bedeutungsproduktion markiert, verwandt etwa mit jenen widerspenstigen, eigendynamisch hervortretenden Details, deren Erscheinen Roland Barthes in seinem Text zum ‚dritten Sinn‘ untersucht hat.⁵ Andererseits ist diese Einzelheit hier – ähnlich wie in den textuellen Filmanalysen bei Raymond Bellour, Stephen Heath oder Thierry Kuntzel – Ansatzpunkt einer Gegenlektüre, die sich vom einzelnen Detail zum ideologischen Gesamtzusammenhang ausweitet.⁶ Die Historikerin Bamberger-Stemmann überträgt ihren Befund rechtsextremer Kontrabande nicht nur vom Doppel-S auf die Zahlenfolgen, sondern von dort weiter auf andere Bilddetails im Film (etwa „eine altmodische Version von ‚Mensch ärgere dich nicht‘“, die die Kinder im Bild spielen)⁷ und seine übergreifende Beschwörung familiären Heimglücks.

² Vgl. Alexandra Knappe: „Nazi-Codes in Edeka-Spot? ‚Es ist erschütternd‘“, in: *manager magazin*, 23.11.2016, <http://www.manager-magazin.de/politik/deutschland/interview-zu-edeka-werbespot-mit-nazi-codes-a-1122653.html> (Zugriff: 26.03.2017).

³ Martin Zips: „Von Werbung und Nazi-Codes“, in: *Süddeutsche Zeitung*, 07.12.2016, <http://www.sueddeutsche.de/panorama/edeka-weihnachtsspot-von-werbung-und-nazi-codes-1.3284489?reduced=true> (Zugriff: 26.03.2017).

⁴ Vgl. ebd.

⁵ Vgl. Roland Barthes: „Der dritte Sinn. Forschungsnotizen über einige Fotogramme S.M. Eisensteins“, in: Ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990, S. 47-66 [frz. Orig. 1970].

⁶ Vgl. Malte Hagener: „Am Kreuzweg von Magie und Positivismus: Die Hermeneutik des Verdachts und die ‚paranoiden‘ Analysen der 1970er Jahre“, in: *Classical Hollywood und kontinentale Philosophie*, hrsg. v. Ivo Ritzer, Wiesbaden: Springer 2015, S. 64.

⁷ Knappe: „Nazi-Codes in Edeka-Spot?“.

In einem Text oder einer Werbegrafik wäre es nicht so naheliegend gewesen, nebenher erwähnten oder auftauchenden Autos Nummernschilder mit Aufschrift zu geben. Das fotografische Bewegtbild pocht aber auf massenhafte Konkretion: kein leeres Nummernschild, sondern *diese* Buchstaben, *diese* Zahlen, in *dieser* Reihenfolge. Damit sind der Kontingenz – dem räumlichen und zeitlichen Sich-Berühren von Geschehnissen mit offenem Ausgang – beträchtliche Spielräume eröffnet. Kontingenz ist, was weder notwendig noch unmöglich ist, also: das durch Handeln Veränderbare ebenso wie das zufällig Eintretende.⁸ Ungeachtet der Frage, wer hier nun an welcher Stelle der internationalen, zwischen Deutschland und Südafrika aufgespannten Produktionshierarchie des Films⁹ fahrlässig oder rechtsextrem war, verdeutlicht dieser Werbe-Unfall, was an Kontingenz mehr ist als Zufall oder nicht eingetretene Möglichkeit: Nicht nur hätte etwas im Bild schlicht *anders* sein können (in dem Sinn, dass keine zwei Takes im Film exakt dasselbe zeigen und eine andere Assistenzassistentin an einem anderen Tag wohl ein anderes Wunschkennzeichen gewählt hätte). Es ist jetzt *so* und macht in diesem unterdeterminierten So-Sein einen Unterschied in der Rezeption und in der Erfüllung des unternehmerischen Zwecks, dem der Spot dienen soll.¹⁰ Diese Betonung der Faktizität führen Jörg Huber und Philipp Stoellger in der Begriffsgeschichte der Kontingenz auf Gottfried Wilhelm Leibniz zurück: „Als Seiendes ist diese Kontingenz vom Nichtsein, also vom Unmöglichen und vom bloß Möglichen (Denkbaren, aber nicht realisierten), zu unterscheiden.“¹¹

Entscheidend für die Konzeption von Kontingenz, die diese Arbeit anregt, ist, dass Kontingenz aber nicht nur eine Teilmenge dessen beschreibt, was der Fall ist, sondern dass sie mit dem Handeln und Planen eng verzahnt ist. Die besondere Ironie des Edeka-Spots aus Kontingenz-Perspektive liegt darin, dass das problematische Ausgangsdetail, das Doppel-S im Kennzeichen, erst aus dem Bemühen entstand, noch einem so peripheren Detail wie diesem Kennzeichen die Marken-Kommunikation aufzuprägen: in Form des titelgebenden MÜSSEN, dem die „#Zeitschenken“-Kampagne demonstrativ den Kampf ansagt. Gerade der Versuch, den Bereich des Gestaltbaren möglichst auszuweiten, lässt umso schärfer hervortreten, was sich

⁸ Vgl. beispielsweise Niklas Luhmann: „Kontingenz als Eigenwert der modernen Gesellschaft“, in: Ders.: *Beobachtungen der Moderne*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1992, S. 96-98.

⁹ Vgl. Duncan Macleod: „EDEKA Time as Gift for Christmas“, in: *The Inspiration Room*, 04.12.2016, <http://theinspirationroom.com/daily/2016/edeka-time-as-gift-for-christmas/> (Zugriff: 26.03.2017).

¹⁰ Vgl. Jörg Huber/Philipp Stoellger: „Kontingenz als Figur des Dritten – zwischen Notwendigkeit und Beliebigkeit“, in: *Gestalten der Kontingenz. Ein Bilderbuch*, hrsg. v. Jörg Huber/Philipp Stoellger, Zürich/Wien/New York: Edition Voldemeer/Springer 2008, S. 7-15.

¹¹ Ebd. S. 13.

Verfügung und Vorhersage entzieht. Und ausgerechnet am „muss“ macht sich der Möglichkeitssinn intentionaler Eingriffe und unintendierter Lektüren zu schaffen.

Die vorliegende Dissertation befasst sich mit filmischen Detailinszenierungen, in denen sich Planung und Kontingenz verschränken. Die untersuchten Filme wurden, wie der Edeka-Spot, auf einen wirtschaftlichen Gebrauchswert hin produziert: Werbefilme (halbminütige wie halbstündige) sowie Fabrikationsfilme, Schulungsfilme für Arbeitskräfte, Kulturfilme der staatlichen Wirtschaftswerbung und einiges andere, was unter den unscharfen Begriff ‚Industriefilm‘ fällt. Die zentralen untersuchten Filme wurden in Österreich produziert und/oder eingesetzt. Sie stammen aus dem Zeitraum zwischen Erstem Weltkrieg und Mitte der 1960er Jahre, weshalb das Projekt der Planung, auf das sie sich mal explizit, mal implizit beziehen, einen so breiten wie historisch spezifischen Namen trägt: Rationalisierung.

Diese Versammlung von Filmen und Begriffen beruft sich auf drei Ausgangsthesen, denen die Einleitung im Folgenden nachgeht. *Erstens*: Die spezifische Modernität des Mediums Film kann aufschlussreich über den Begriff der Kontingenz bestimmt werden. Wie der Edeka-Spot zeigt, ist dabei mit Kontingenz nicht nur ein Verhältnis des Films zum Zufälligen und Flüchtigen bezeichnet, sondern auch eines zu (filmischen wie wirtschaftlichen) Prozessen der Planung. *Zweitens*: Industrie- und Werbefilme sind instrumentell auf die Erfüllung wirtschaftlicher Zwecke hin gestaltet. Was Unternehmen und andere Körperschaften vom Film wollten, welche Aufgaben sie ihm zudachten und wie er sie erfüllte, lässt sich aber nicht loslösen vom spezifischen medialen Vermögen, das sie am Film wahrnahmen und in Industrie- und Werbefilmen zur Aufführung brachten. Eine Mischung aus Mikroanalysen und historischer Kontextualisierung kann diese in Industrie- und Werbefilmen formulierten Entwürfe filmischer Medialität bergen. *Drittens*: In der Ökonomie der Details, die diese Werbe- und Industriefilme durchwirkt, drückt sich auch die makroökonomische Entwicklung hin zu einer Massenkonsumwirtschaft ab. Dies geschieht weniger im Sinne eines Systems wiederkehrender formaler Elementen, die sich zu einer ‚fordistischen Ästhetik‘ im starken Sinn verdichten würden, als mittels Übersetzungen, Gradierungen und taktischer Winkelzüge, die selbst kontingent und vielfach anlassbezogen bleiben. Gerade darin werfen die untersuchten Filme und ihre Präsentationskontexte Schlaglichter in eine nach wie vor wenig belichtete Geschichte wirtschaftlicher Modernisierungsprozesse im Österreich des 20. Jahrhunderts.

I.1. Film: Rationalisierung und Kontingenz

Mary Ann Doane stellt in *The Emergence of Cinematic Time* (2002) die Affinität des Films zur Kontingenz in den Zusammenhang einer ab Mitte des 19. Jahrhunderts entstehenden Rationalisierungskultur.¹² Im Gegensatz zu diversen vorangegangenen Bemühungen um vernunftgemäße Organisation verband diese Kultur, so Philip Sarrasin, „den Impuls zur methodisch-rationalen Kontrolle mit den Formen und Ansprüchen einer beginnenden Massenkultur sowie mit der Tendenz zur – oft vulgarisierten – Wissenschaftlichkeit.“¹³ Der Begriff der Rationalisierung wurde hier in zwei seiner heute geläufigen Bedeutungen erst hervorgebracht: als eine gesellschaftliche Subsysteme überspannende Tendenz moderner planerischer Vernunft (paradigmatisch bei Max Weber) und als betriebswirtschaftliches Grundprinzip der Verbesserung des Verhältnisses zwischen Input und Output.¹⁴ Laut Doanes Argumentation stellten darüber hinaus die Bemühungen um Effizienzsteigerung in Produktion und Handel den entscheidenden materiellen Bezugspunkt für eine Veränderung der Konzeption von Zeit dar, die sich ungefähr zeitgleich in Wissenschaft, Kunst und Massenkultur ereignete.

Film begreift Doane als eine von mehreren Repräsentationstechnologien und Wissensformen, die seit Mitte des 19. Jahrhunderts zur Standardisierung und Rationalisierung von Zeit im Dienste kapitalistischer Modernisierung beitragen – aber auch eigenwillig auf diese reagieren: Einerseits arbeitet Film der Teilbarkeit von Zeit in diskrete Einzelmomente zu. Seine technische Grundlage – die mechanische Zerlegung von Bewegung in Einzelbilder und ihre anschließende Rekombination – ähnelt den Prinzipien des Taylorismus, Arbeitsabläufe durch Zergliederung und Normierung effizienter zu gestalten. Insofern verwundert es nicht, dass die Kinematografie schon seit den frühen 1910er Jahren in Ableitung von Frederick Winslow

¹² Vgl. Mary Ann Doane: *The Emergence of Cinematic Time. Modernity, Contingency, the Archive*, Cambridge (Mass.)/London: Harvard University Press 2002, S. 19.

¹³ Philipp Sarasin: „Die Rationalisierung des Körpers. Über ‚Scientific Management‘ und ‚biologische Rationalisierung‘“, in: Ders.: *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003, S. 65.

¹⁴ Vgl. beispielsweise Markus Schroer: *Das Individuum der Gesellschaft. Synchron und diachrone Theorieperspektiven*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 15-18; Helmut Lackner: „Die Rationalisierung der industriellen Produktion“, in: *Arbeit/Mensch/Maschine. Der Weg in die Industriegesellschaft*, hrsg. v. Rudolf Kropf, Linz: Gutenberg 1987, S. 99-108; J. Ronald Shearer: „Talking about Efficiency: Politics and the Industrial Rationalization Movement in the Weimar Republic“, in: *Central European History*, 28 Jg. (7/1995), S. 483-506.

Taylor's Programm des *Scientific Management* als Werkzeug zur Erforschung, Optimierung und Einübung von Arbeitsabläufen eingesetzt wurde.¹⁵

Andererseits ist Film aber, so Doane, besonders empfänglich für Aspekte des Kontingents. Dies verdanke er der Fähigkeit der Kamera zur unterschiedlosen, detaildichten Aufzeichnung von allem Erwarteten und Unerwarteten, Wichtigem und Unwichtigem.¹⁶ In dieser Einschätzung Doanes sind zwei Einschränkungen enthalten, die für ihre Theoriebildung entscheidend sind. Die eine betrifft den Film, dessen Affinität zum Kontingent sie wesentlich an der indexikalischen Aufzeichnungsfunktion des fotografischen Bewegtbilds festmacht. In der vorliegenden Arbeit werden dagegen auch Verfahren des Schnitts und der Animation auf ihre Arbeit mit Kontingenzen hin abgeklopft. Die zweite Einschränkung betrifft den Begriff der Kontingenz: Doane schlägt ihn, im Unterschied zur modallogischen Definition am Beginn dieses Kapitels (Kontingenz als Bereich dessen, was weder unmöglich noch notwendig ist), vor allem der Seite des unverfügbar Zufälligen zu, kaum dem durch Handeln Veränderbaren. Mit ihrem Fokus auf das Zufällige und den Aufzeichnungscharakter folgt Doane unter anderem Roland Barthes, der in *Die helle Kammer* für die Fotografie einen ähnlich abgesteckten Kontingenzbegriff geltend macht.¹⁷

Diese Zufalls-Kontingenz stellt Doane in eine erprobte Begriffsreihe der Hochmoderne mit dem Flüchtigen, dem Schock, der Entropie – Konzepten, die der Quantifizierung, Standardisierung und Linearisierung von Zeit in den Jahrzehnten um 1900 Widerstände entgegensetzen.¹⁸ Die Planungsseite der Kontingenz denkt Doane dagegen als deren Indienstnahme und ideologische Überformung im Sinne kapitalistischer Modernisierung: Als Versprechen von Ereignisoffenheit und Fülle im Inneren normierungswütiger Wirtschafts- und Sozialordnungen erhalte das Akzentuieren von Kontingenz – so der Kern von Doanes Argument – eine stabilisierende Rolle. Rationalisierung heißt auch, mit Kontingenz zu arbeiten, sie verwaltbar zu machen. Das Regelwerk des klassischen Hollywoodkinos lässt sich, vergleichbar mit der Wissenschaft der Statistik, als Methode begreifen, Kontingenz zugleich anzuerkennen und zu kontrollieren.¹⁹

¹⁵ Vgl. Florian Hoof: „The One Best Way'. Bildgebende Verfahren der Ökonomie und die Innovation der Managementtheorie nach 1860“, in: *montage AV*, 15. Jg. (1/2006), S. 123-138.

¹⁶ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 10-11.

¹⁷ Vgl. Roland Barthes: *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1989, S. 12, 29, 44 [frz. Orig. 1980].

¹⁸ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 10-15.

¹⁹ Vgl. ebd., S. 11, 31f.

Wie Vinzenz Hediger festgestellt hat, steht Doanes Argumentation in der Tradition einer ideologiekritisch-strukturalistischen Filmtheorie der 1970er Jahre.²⁰ Die Verbindung von Technik, Sozialordnung, formalen Verfahren und Ideologie, die Doane im Erzählkino und der damit verbundenen dispositiven Anordnung des Kinosaals ab den 1910er Jahren verwirklicht sieht, ist entsprechend monolithisch gedacht. Gegen kapitalistisch determinierte Medientechnik und die *suture* des Erzählkinos bietet in *The Emergence of Cinematic Time* erwartbar die größere formale und dispositive Durchlässigkeit des frühen Kinos Alternativen. Wenn Doane am klassischen Erzählkino die „strict regulation“ betont, die den Eindruck des Kinos als Quell des permanent Neuen („the site of newness and difference itself“) Lügen strafe, dann klingt in der Schematisierung des Kinos als Ideologiemaschine auch die Kulturindustrie-Kritik von Horkheimer/Adorno nach.²¹ Gerade in der Anschlussfähigkeit historischer Theoriebestände besteht freilich ein wesentlicher Ertrag von Doanes Heuristik: Rationalisierung und Kontingenz erweisen sich hier als belastbare Scharniere, um Verbindungen herzustellen zwischen einer Kultur- und Wissensgeschichte der Moderne und der Begriffsarbeit der Filmtheorie. Letztere wird spätestens seit den 1920er Jahren von Dynamiken zwischen Plan und Zufall, Effizienz und Überschuss umgetrieben.²²

Das Management von Kontingenz, das Doane für den Film als ideologische Vereinnahmung beschreibt, erklärt der Soziologe Michael Makropoulos nüchterner zum zentralen Kennzeichen von Moderne überhaupt. Deren „allgemeine strategische Disposition“ bringt er auf die Formel „Kontingenzbegrenzung durch gezielte Kontingenznutzung“.²³ Beginnend bereits mit Disziplinierungs- und Kontrollprozessen des 17. und 18. Jahrhunderts würden Ordnungsstiftung und Möglichkeitsoffenheit zu komplementären Momenten einer sozialen Organisation, die offensiv mit dem Wissen um ihre eigene Bedingtheit umzugehen lernt.²⁴

Für Wirtschaftsunternehmen wurde das Problem, Unwägbarkeiten zu verwalten und zu nutzen, Ende des 19. Jahrhunderts virulent: James Beniger hat überzeugend argumentiert, dass die Vergrößerung von Unternehmen und die Ausweitung von Absatzmärkten zu einer

²⁰ Vgl. Vinzenz Hediger: „Dann sind Bilder also nichts!‘ Vorüberlegungen zur Konstitution des Forschungsfelds ‚Gebrauchsfilm‘“, in: *montage AV*, 14. Jg. (2/2005), S. 20-21.

²¹ Doane: *The Emergence of Cinematic Time* S. 32. Vgl. Max Horkheimer/Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt am Main: Fischer 2004, S. 139-142 [Orig. 1947].

²² Vgl. Joachim Schätz: „Aus Liebe zum Detail. Ein paar Schauplätze einer Filmtheorie der Kontrolle“, in: *kolik.film*, 18 (2012), S. 29-34.

²³ Michael Makropoulos: *Modernität und Kontingenz*, München: Fink 1997, S. 32.

²⁴ Vgl. ebd.

Kontrollkrise in Produktion, Distribution und Konsumtion führte.²⁵ Zu den neuen Medien, mit denen dieser begegnet wurde, gehört neben Telegraf, Telefon, Schreib- und Zählmaschinen auch der Film.²⁶

Wenn die folgenden Filmanalysen auf Verschränkungen von Rationalisierung und Kontingenz abzielen, dann nicht hauptsächlich im Sinne einer Suche nach Fehlleistungen oder Irritationen, wie der Nummernschild-Prolog nahelegen könnte. Noch weniger geht es darum, in der filmischen Aufzeichnung die Begegnung mit vergangenen Augenblicken in ihrer Zufälligkeit und Flüchtigkeit zu beschwören.²⁷ Stattdessen wird Kontingenz hier, im eingangs skizzierten Sinn, begriffen als selbst konstitutiv in Planungsprozessen mitgedacht und von diesen als historisch spezifischer Horizont von Optionen und Unwägbarkeiten mit hervorgebracht.

Kontingenz in diesem Sinn wird an den untersuchten Filmen vor allem in drei Zusammenhängen relevant, die auch Kreuzungspunkte zwischen ökonomischer Funktion und filmästhetischer Potenzialität markieren: *Erstens* Kontingenz im weiteren Sinn als das Sich-Ereignen von Zufälligem, Unvorhergesehenem – im Filmbild, in der Bildfolge wie im Gebrauch der Filme. *Zweitens* Kontingenz als Grenzbegriff dessen, was eine auf Effizienz und Übersicht abzielende Präsentation moderner Industriekultur auszublenden hat, als Gefahr der Unleserlichkeit oder Verwirrung, gegen die sich die Schnittmuster vieler Industriefilme abzudichten versuchen. *Drittens* das Aufscheinen von Kontingenz als Fülle und Möglichkeitsoffenheit, etwa bei der demonstrativen Darbietung einer mehr oder weniger geordneten Fülle so-nicht-notwendiger Details. Das Hervortreten scheinbar asignifikanter Details im Bild bedeutet nicht nur einen möglichen Unruheherd gegen den Funktionalismus etablierter Schnittfolgen und Erzählweisen der Fabrikation, Schulung, Produktwerbung. Die Art der Streuung und Anordnung von Details ist in vielen der untersuchten Filme konstitutiver Teil der Kontrolle und gezielten Bewirtschaftung des Filmbilds im Sinne des wirtschaftlichen Auftrags. Ein Werbefilm für eine Großwäscherei im Ständestaat lockert etwa die Präsentation effizienter Fließband-

²⁵ Vgl. James Beniger: „The Control Revolution“, in: *Communication in History. Technology, Culture, Society*. Third Edition, hrsg. v. David Crowley/Paul Heyer, New York [u.a.]: Longman 1999, S. 305-315.

²⁶ Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization. Film und industrielle Organisation“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 24-26.

²⁷ Für eine solche Kontingenzzektüre unter Verwendung von Barthes' Begriff des *punctum*, vgl. Mark-Paul Meyer: „Moments of Poignancy. The aesthetics of the accidental and the casual in early nonfiction film“, in: *Uncharted Territory. Essays on early nonfiction film*, hrsg. v. Daan Hertogs/Nico de Klerk, Amsterdam: Nederlands Filmmuseum 1997, S. 51-60.

arbeit mit dem ausführlich präsentierten Spektakel großzügig spritzenden Seifenschaums auf (siehe Abschnitt II.3.1.).

I.2. Gebrauch: Instrument / Medium

Dieser Fokus auf den Beitrag des Partikularen zum Werk des Industrie- und Werbefilms erweitert und befragt die Panoramaperspektiven, welche die ansteigende filmwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Gebrauchsfilm im deutschen Sprachraum bislang bestimmt haben. Bahnbrechende Arbeiten wie der von Vinzenz Hediger und Patrick Vonderau herausgegebene Band *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms* (2007) und Yvonne Zimmermanns Untersuchung zum Schweizer Industriefilm in *Schaufenster Schweiz. Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896-1964* haben für serielle Analysen plädiert, in denen sich die erstaunliche transhistorische Konstanz von Stilmitteln (der Schwenk übers Fabrikgelände zu Filmbeginn)²⁸ und Erzählmustern (die Arbeitsschritte-Dramaturgie des Fabrikationsfilm) zeigt und partielle formale Entwicklungen greifbar werden.²⁹

Abgelöst von ihrem Herstellungs- und Vorführungszusammenhang erwiesen sich die Filme selbst darüber hinaus als karge oder mitunter irreführende Quellen. Yvonne Zimmermann spricht von Industriefilmen für den nichtkommerziellen Vertrieb als „Halbfabrikaten“, die vielfach erst durch den jeweiligen Projektionskontext fertig gestellt wurden.³⁰ Entsprechend zentral wurde für die Forschungsmethodik in diesen Arbeiten zum Industrie- und Werbefilm die Kategorie des *Gebrauchs* gesetzt, die Filme in ihrer Eigenschaft als Dinge mit bestimmten Zwecken herausstellt.³¹ Gefragt wurde nach der jeweiligen Konstellation aus Auftraggeber, Anlass und Adressat;³² dem (institutionellen, sozialen und materiellen) Vorführungskontext und der Art, auf die dieser die Filmwahrnehmung steuert;³³ oder auch nach den unterschied-

²⁸ Vgl. Vinzenz Hediger: „Die Maschinerie des filmischen Stils: Innovation und Konventionalisierung im Industriefilm“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 83-89.

²⁹ Vgl. Yvonne Zimmermann: „Industriefilme“, in: *Schaufenster Schweiz. Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896-1964*, hrsg. v. Yvonne Zimmermann, Zürich: Limmat 2011, S. 265-283.

³⁰ Ebd., S. 274.

³¹ Hediger: „Dann sind Bilder also nichts!“, S. 11-22.

³² Vgl. Thomas Elsaesser: „Archive und Archäologien: Der Ort des nicht-fiktionalen Films im Feld der zeitgenössischen Medien“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 40.

³³ Vgl. Frank Kessler/Eef Masson: „Schichtkäse. Zur Problematik des Industriefilms als Genre“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007,

lichen Aufgaben, die Industriefilmen in wirtschaftlichen Körperschaften zugefallen sind.³⁴ Exemplarische Einzelstudien etwa von Michael Cowan oder Thomas Elsaesser haben dabei gezeigt, dass Anlässe der Herstellung und Praktiken der Aufführung formale Mikroanalysen nicht ersetzen, sondern tiefenscharfe Close Readings im Gegenteil überhaupt erst ermöglichen.³⁵

Solche Analysen geben im besten Fall Aufschluss nicht nur zur Kultur- und Wirtschaftsgeschichte, sondern auch über die Geschichtlichkeit des Mediums Film als Praxis und Vorstellung. Denn die Arbeit des Films im Dienst der Wirtschaft erschöpft sich nicht in seinem Werkzeug-Charakter. Mit Sybille Krämer ist die Perspektive der Instrumentalität durch die der Medialität zu ergänzen: „[E]in Instrument wird gebraucht und zurückgelassen, es bleibt der zu bearbeitenden Sache durchaus äußerlich. Wenn wir hingegen eine Botschaft empfangen, so ist diese ‚in‘ einem Medium gegeben.“³⁶ Was ein Medium transportiert, dem prägt es sich auf, ob als eigendynamische Störung oder eingespeiste Produktivkraft. Für die untersuchten Industrie- und Werbefilme heißt das: Zwar sind die Aufgaben, für die Filme herangezogen werden, dem Einsatz von Film häufig vorgängig und ist die Frage, wann und wie gerade Film eingesetzt wird, von vielgestaltigen sozialen Bedingtheiten abhängig.³⁷ Um aber zu erklären, warum Film unter bestimmten Bedingungen für bestimmte Aufgaben eher verwendet wird als für andere, und vor allem, was Film als mediale Form mit diesen Aufgaben *macht*, bedarf es eines Konzepts von Medialität, das diese als geschichtlich begreift.

Unter Bezug auf Rosalind Krauss hat Mary Ann Doane für ein Verständnis von Medienspezifik votiert, in dem materielle Fundierung und die permanente Redefinition eines Mediums im Gebrauch in einem Wechselverhältnis stehen. Medienspezifik, so Doane, sei weder auf die Materialität eines Mediums streng rückführbar noch von dieser „gleichermaßen

S. 73-82; Patrick Vonderau: „Die Besichtigung als Kulturtechnik. Besucherfilme und die Autostadt Wolfsburg“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 201-213.

³⁴ Vgl. Hediger/Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization“, S. 26-32.

³⁵ Vgl. dazu besonders Michael Cowan: „Fidelity, Capture and the Sound Advertisement. Julius Pinschewer and Rudi Klemm's DIE CHINESISCHE NACHTIGALL“, in: *zeitgeschichte*, 41. Jg. März/April 2014 (2/2014), S. 77f. Weiters vgl. Michael Cowan: „Advertising, Rhythm, and the Filmic Avant-Garde in Weimar: Guido Seeber and Julius Pinschewer's KIPHO Film“, in: *October* 131 (2010), S. 23-50; Thomas Elsaesser: „Die Stadt von morgen: Filme zum Bauen und Wohnen“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 2. Weimarer Republik 1918-1933*, hrsg. v. Antje Ehmman/Jeanpaul Goergen/Klaus Kreimeier, Stuttgart: Reclam 2005, S. 380-409.

³⁶ Sybille Krämer: „Das Medium als Spur und als Apparat“, in: *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998, S. 83.

³⁷ Vgl. Hediger/Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization“, S. 25f.

generativ wie beschränkend“ wirksamen Grenze ganz zu trennen.³⁸ (Diese Spannung macht Doane für den Film in besonderem Maße geltend, weil er von einem Zuviel an Materialität gekennzeichnet sei: Zwar hätte sich die beginnende akademische Filmwissenschaft in den 1970er Jahren darum bemüht, Film von anderen Medien abzugrenzen. „Fast sofort wurde jedoch deutlich, dass sich das Kino wegen seiner materiellen Heterogenität nicht als Medium im traditionellen Sinne begreifen ließ.“)³⁹ Ähnlich haben Krämer und Andrea Seier vorgeschlagen, Medialität als performativ zu beschreiben, also prozesshaft, produktiv und diskontinuierlich – gesetzt eher denn gegeben –, ohne ihre materielle Basis und deren auch eigendynamisches Wirken in Abrede zu stellen.⁴⁰ Technisch-apparative Struktur und kulturelle Praktiken des Filmeproduzierens, -zeigens und -sehens sind in dieser Perspektive Potenziale, die vom einzelnen Film, der konkreten Vorführsituation, einer bestimmten Diskussion über Film unterschiedlich stark zur Aufführung gebracht werden.⁴¹

Diese Auseinandersetzung über den Film und seine Potenziale findet im Österreich zwischen den letzten Jahren des Kaiserreichs und der Durchsetzung einer fordistischen Konsumökonomie um 1960 auch in den hier diskutierten Filmen und sie umgebenden Debatten statt: in Industriefilmen aus dem Ersten Weltkrieg, deren Schwenks das Präsentieren mit dem Argumentieren mischen (*siehe Abschnitt II.2.1.*); in Wiener Werbefilmen der 1930er Jahre, die mit ihren Kompilationen von Archivmaterial an einer zeitgenössischen Bildkultur des listigen Recyclings und zwanghaften Sortierens fotografischer Bestände teilnehmen (*siehe Abschnitt V.2.1.*); in Imagefilmen des österreichischen Wirtschaftsförderungsinstituts, in denen um 1960 das Wirken der heimischen Wirtschaft nicht reportagehaft bebildert wird, sondern – in der Diktion des Institutionsleiters – Leitideen zur österreichischen Wirtschaft „vom Optischen her abgewandelt“ werden sollen (*siehe Abschnitt II.4.*).⁴²

³⁸ Mary Ann Doane: „Hat das Medium Gewicht?“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2010), S. 18. Vgl. Mary Ann Doane: „The Indexical and the Concept of Medium Specificity“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 131.

³⁹ Doane: „Hat das Medium Gewicht?“, S. 17.

⁴⁰ Vgl. Andrea Seier: *Remediatisierung. Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Berlin: Lit 2007, S. 68f., 80f., 107; Sybille Krämer: „Sprache – Stimme – Schrift. Sieben Gedanken über Performativität als Medialität“, in: *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*, hrsg. v. Uwe Wirth, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 344-346.

⁴¹ Vgl. Seier: *Remediatisierung*, S. 81-83.

⁴² Wessely: „Antrag für die Präsidialsitzung“, 13.10.1956, in: *Gesch.-Zahl WF 25.472/1956*; Gegenstand: „Herstellung eines Wirtschaftswerbefilms“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, S. 2.

I.3. Details: Zwei Ökonomien

Diese verschiedenen praktizierten Definitionen des Films als eines für unternehmerische Zwecke tauglichen Mediums zeigen sich nicht zuletzt in einer spezifischen Ökonomie der Details – einer Weise, Mengen und Verschiedenheiten von Details zu dosieren und in der Bewegtbildfolge anzuordnen: seien es die Lichtreflexe und Ausbuchtungen einer Glasröhre, die teils auf das entstehende Endprodukt verweisen, teils amorphen Eigenwert gewinnen, oder ein Sortiment von Eierteigwaren, das im Werbefilm als diskret geordnete Vielfalt auftritt, ganz so wie zeitgleich im Regal der ersten Selbstbedienungsläden.

Aber was heißt es, von einer *Ökonomie* der Details zu sprechen? Die Erfolgsgeschichte des Details als Gegenstand von Regierungstechniken, Kunst und Wissenschaft lässt sich komplementär zu der von Makropoulos unterbreiteten Aufstiegserzählung der Kontingenz seit dem 17. Jahrhundert erzählen, die Doane um 1900 kulminieren lässt. „Many of the phenomena which contributed to and accompanied the rise of the detail are well-known and amply documented“, resümiert die Literaturwissenschaftlerin Naomi Schor knapp die einschlägige Historiografie: „They include secularization, the disciplining of society, consumerism, the invention of the quotidian, the development of means of mechanical reproduction, and democratization.“⁴³

Dieser Geschichte des Details, an der unter anderem Michel Foucault, Erich Auerbach und Walter Benjamin mitgeschrieben haben,⁴⁴ fügt Schor 1987 eine feministische Relektüre ästhetischer Theorien zum Detail von der Romantik bis zur Moderne hinzu. In Texten von Roland Barthes macht sie die Spannung zwischen einem klassischen und einem modernen Kunstregime als Gegenüberstellung zweier Ökonomien fest. Eine „economy of meaning“, in der noch dekorative Details ihren präzisen Platz in der Signifikation haben, wird kontrastiert mit einer „economy of excess“, die an der Allgemeinen Ökonomie Georges Batailles angelehnt ist.⁴⁵ So unterschiedliche Phänomene wie den von ‚überflüssigen‘ Details hervorgebrachten „Realitätseffekt“ im Realismus und den affizierenden statt signifizierenden „stumpfen Sinn“ im Filmbild beschreibt Barthes gleichermaßen als Vorfälle semiotischer Prasserei, die vom klassischen Ideal einer organischen Einordnung des Partikularen ins Ganze abweichen. Die

⁴³ Naomi Schor: *Reading in Detail. Aesthetics and the Feminine*, New York/London: Routledge 2007, S. xlii [Orig. 1987].

⁴⁴ Vgl. Michel Foucault: *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2015 [frz. Orig. 1975]; Erich Auerbach: *Mimesis. Dargestellte Wirklichkeit in der abendländischen Literatur*, Bern: Francke 1994 [Orig. 1946]; Walter Benjamin: *Das Passagen-Werk*, 2 Bände, hrsg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1983.

⁴⁵ Schor: *Reading in Detail*, S. 108f.

wuchernden Details im realistischen Roman rechnet Barthes „einem ‚Luxus‘ des Erzählens [zu], der verschwenderisch mit ‚unnützen‘ Einzelheiten um sich wirft und so stellenweise den Preis der narrativen Information in die Höhe treibt.“⁴⁶ Den stumpfen Sinn bezeichnet er, mit weniger Buchhalter-Sprech und mehr Verausgabungs-Emphase, als „Luxus, eine Aufwendung ohne Gegenleistung“, welche „bereits der Politik von Morgen“ zugehöre.⁴⁷

Die Zitate verdeutlichen, dass die beiden kontrastierten Zeichenökonomien bei Barthes grob mit zwei verschiedenen Arten ästhetischer Erfahrung korrespondieren. Das Zitat zum Realitätseffekt deutet an, dass aus der Perspektive einer Lektüre, die aus der Herstellung von Sinn Lust (*plaisir*) bezieht, der Luxus einer ist, den sich der Text auf Kosten der Lesenden leistet: Mit der Vervielfältigung der Details steigt der Preis an Aufmerksamkeit und Zeit, der beim Lesen für relevante narrative Informationen entrichtet werden muss. Der stumpfe Sinn schlägt dagegen als großzügiges Geschenk an die Zuseherin und den Zuseher („ohne Gegenleistung“) nur dann zu Buche, wenn diese ihre Lust an Text oder Film nicht mehr an der Konstruktion von Sinn ausrichten, sondern als „Wollust“ (*jouissance*) am Treiben der Zeichen.⁴⁸ Die Analogie einer klassischen Ökonomie der Bedeutung mit kapitalistischer Marktwirtschaft bleibt bei Barthes weitgehend unausgesprochen, ist aber reich an möglichen Implikationen. Vor der Kontrastfolie einer Bataille'schen Ökonomie der Verschwendung, die vom Überfluss als konstitutiver Naturtatsache ausgeht, haben beide ‚maßvollen‘ Ökonomien mindestens die Prinzipien des Äquivalenztauschs (Verhältnismäßigkeit aufgewendeter Zeichen und erzielter Signifikate) und eines produktiven Einsatzes prinzipiell knapper Ressourcen gemeinsam.⁴⁹

Nicht auf das Detail, sondern auf die Bewegung bezogen probt Jean-François Lyotard in seinem Aufsatz „L'Acinéma“ 1973 eine ähnliche Übersetzung zwischen Warenwirtschaft und einer Ökonomie filmischer Sinnlichkeit. Auch er tut dies von der Warte eines Gegenentwurfs aus: In dem Kino, das er einfordert, würde Bewegung für sich erscheinen dürfen, als „a simple sterile difference in an audiovisual field“. Anstelle einer solchen selbstgenügsamen Bewegung würden im bestehenden kommerziellen Kino Bewegungen permanent zu Wertschöpfungsketten zusammengesetzt. Gängige Konventionen des Erzählens und Erklärens würden jede

⁴⁶ Roland Barthes: „Der Real(itäts)effekt“, in: *nach dem film 2* (2000), <http://www.nachdemfilm.de/content/der-realitätseffekt> (Zugriff: 26.03.2017), Absatz 2 [frz. Orig. 1968].

⁴⁷ Barthes: „Der dritte Sinn“, S. 61.

⁴⁸ Roland Barthes: *Die Lust am Text*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1974, S. 8-9, 19-22 [frz. Orig. 1973].

⁴⁹ Zu Batailles Allgemeiner Ökonomie, vgl. Oliver Ruf: „Ökonomie der Vergeudung. Die Figur des Verausgebens bei Georges Bataille“, in: *Überfluss und Überschreitung. Die kulturelle Praxis des Verausgebens*, hrsg. v. Christine Bähr/Suse Bauschmid/Thomas Lenz/Oliver Ruf, Bielefeld: Transcript 2009, S.27-38.

Bewegung bereits in eine andere investieren: „[E]very movement put forward *sends back* to something else, is inscribed as a plus or minus on the ledger book which is the film, *is valuable* because it returns to something else, because it is thus potential return and profit.“⁵⁰

Der Begriff der Ökonomie, wie er von Barthes und Lyotard auf ästhetische Erfahrungen angewendet wird, führt bei aller Betonung der Analogien aber nicht direkt zur Wirtschaft, sondern ist genauso von anderen Konzepten geprägt und überlagert. Deutlich wird dies an Lyotards Ökonomie-Begriff in seiner kunsttheoretischen Untersuchung *Discours, figure* (1971): Darin bezieht sich die Rede von Ökonomie noch deutlicher als in einigen entsprechenden Bemerkungen in „L’Acinéma“ auf die Metapsychologie Sigmund Freuds. Für diese bezeichnet Ökonomik ein Haushalten mit psychischen Energien, das auf Ersparung von Energie ausgerichtet ist. Auch dieser aus der Psychologie in die Ästhetik importierte Ökonomie-Begriff wird von Lyotard in eine drastischen Gegenüberstellung zweier Ökonomien überführt: Grob zusammengefasst verbucht er den Diskurs auf der Seite des Realitätsprinzips, das ein konstantes Energie-Niveau zu gewährleisten versucht. Dagegen ist das Figurale – dasjenige, was (ähnlich wie Barthes’ stumpfer Sinn) an Bildlichem aus der Signifikation herausfällt – dem Lustprinzip und seiner abweichenden psychischen Ökonomie verpflichtet: Es lässt Energien ungebunden im psychischen Apparat flottieren und Entladungsmöglichkeiten an jeder beliebigen Stelle wahrnehmen.⁵¹

Discours, figure ist ein Schlüsselwerk der Theorie des Figuralen, die im nächsten Kapitel methodisch prominent wird. Die Rede von einer „Ökonomie des Visuellen“, die sich auch in filmwissenschaftlichen Verwendungen figuraler Bildtheorie findet, bezieht sich in Lyotards Nachfolge häufig – ausgewiesen oder nicht – auf Freuds Metapsychologie.⁵² Daneben spielt, wenn in der Bildtheorie von Ökonomie die Rede ist, gelegentlich der Begriff der *oikonomia* aus der christlichen Theologie eine prominente Rolle: *Oikonomia* bezeichnet einerseits den göttlichen Plan der Erlösung, wie er sich in der Schöpfung manifestiert, andererseits das kirchliche Management der Verbreitung und Auslegung kanonischer Texte.⁵³ Diese beiden Stränge eines Denkens ästhetischer Ökonomie – Freud’sche Psychoanalyse und christliche

⁵⁰ Jean-François Lyotard: „Acinema“, in: *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, hrsg. v. Philip Rosen, New York: Columbia University Press 1986, S. 350 [frz. Orig. 1973].

⁵¹ Vgl. Jean-François Lyotard: *Discours, figure*, 5. Aufl., Paris: Klincksieck 2002, S. 271f. [Orig. 1971]. Vgl. auch Lyotard: „Acinema“, S. 352-356.

⁵² Luc Vancheri: *Les pensées figurales de l’image*, Paris: Armand Colin 2011, S. 7. Übers. aus dem Franz. JS.

⁵³ Vgl. Emmanuel Alloa: „Oikonomia. Der Ausnahmezustand des Bildes und seine byzantinische Begründung“, in: *Bildökonomie. Haushalten mit Sichtbarkeiten*, hrsg. v. Emmanuel Alloa/Francesca Falk, München: Fink 2013, S. 275-325.

Theologie – werden im Folgenden keine nennenswerte explizite Rolle spielen. Sie sind hier genannt, um zu verdeutlichen, dass die auf Medienobjekte und ästhetische Erfahrungen bezogene Rede von einer Ökonomie (sei es eine Detail-, eine Zeichen- oder eine „Diskursökonomie“)⁵⁴ sich nicht bloß metaphorisch, sondern strukturell auf wirtschaftliche Prozesse und Regime in deren Geschichtlichkeit bezieht. Aber diese beiden Sphären von Ökonomie lassen sich auch nicht zur Deckung bringen, sondern nur vermittelt ineinander übersetzen, in Aspekten, Einzelfällen, Akzentuierungen.

Für die von Barthes beschworene „Politik von Morgen“⁵⁵ springt gelegentlich, aber bei weitem nicht immer etwas heraus, wenn in den hier untersuchten Filmen Details aus dem Gesamtzusammenhang ragen. Am Detail und seiner materiellen Banalität hängen, darauf hat Michel Foucault nachdrücklich hingewiesen, nicht nur Bewegungen der Dezentrierung und Unterwanderung von Macht, sondern auch deren Ausbreitung.⁵⁶ Wie in dieser Einleitung schon erwähnt, ist das Aufblitzen und Wimmeln von Details in den untersuchten Industrie- und Werbefilmen häufig Teil der Erfüllung wirtschaftlicher Zwecke. Auf die Ganzheitsvorstellungen klassischer Poetik und idealistischer Ästhetik sind diese nicht prinzipiell angewiesen.

Im Gegensatz zu den Filmen, deren Untersuchung die Filmwissenschaft bis heute dominiert, sind Industrie- und Werbefilme in der Regel weder als Waren für zahlendes Publikum noch als Kunstwerke konzipiert. Ihr „Werkzeugcharakter“⁵⁷ bedeutet nun nicht, dass formästhetische Fragen an sie pauschal fehladressiert wären oder Bezüge zu den benachbarten Diskursen und Praktiken, die Film als Massenkultur und Kunst betreffen, sich verbieten würden. Die Ökonomie der Details, die sich an diesen Filmen ablesen lässt, kann aber angesichts dieses fundamental anderen Bezugs zur umgreifenden Makroökonomie auch nicht einfach aus bestehenden Theorien des Details im Nicht-Gebrauchsfilm übertragen werden. Ebenso wenig lassen sich eine „politische Ökonomie des Zeichens“, wie sie Jean Baudrillard für die entfaltete Konsumökonomie um 1970 geschrieben hat, oder eine „political economy of consciousness and hence of cinema“, wie sie Jonathan Beller für das Kino im Postfordismus

⁵⁴ Hartmut Winkler: *Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004.

⁵⁵ Barthes: „Der dritte Sinn“, S. 61.

⁵⁶ Vgl. dazu auch, in einer pointierten Gegenüberstellung von Foucault und Michel De Certeau, Mirjam Schaub: „Die Lust am Wildern in fremden Theoriegefilden“, in: *certeau.de*, red. v. Georg Eickhoff/Daniel Bogner, April 2002, <http://www.certeau.de/schaub.htm> (Zugriff: 27.03.2017), Teil 2, Absatz 18 und 19.

⁵⁷ Yvonne Zimmermann: „Dokumentarischer Film: Auftragsfilm und Gebrauchsfilm“, in: *Schaufenster Schweiz. Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896-1964*, hrsg. v. Yvonne Zimmermann, Zürich: Limmat 2011, S. 35.

formuliert hat, schlicht rückdatieren.⁵⁸ Dabei würden die materiellen Bedingtheiten und sozialen Zusammenhänge aus dem Blick geraten, die das „Kreisen der Zeichen“ und Zirkulieren der Bilder in dieser Zeit in Gang gebracht und mitgelenkt haben.⁵⁹ Die Ökonomie der Details in diesen Filmen – die Dauer und Frequenz ihres Erscheinens, ihre Menge, Musterbildungen und Devianzen – ist zwar nicht reduzierbar auf die vielfach gebrochenen und krisenhaften wirtschaftlichen Entwicklungen, die in Österreich am Ende des Untersuchungszeitraums 1965 in einer fordistischen Massenkonsumökonomie kulminieren, aber sie kommuniziert mit ihnen. Nicht zuletzt darin steckt die Geschichtlichkeit der analysierten Filme.

Die Untersuchung setzt mit dem Aufmerksamkeitsschub für den nichtfiktionalen Film während des Ersten Weltkriegs ein und endet Mitte der 1960er Jahre, wenn das Fernsehen dem Kino auch in Österreich den Rang als bestimmendes Medium der Laufbildwerbung abläuft. Die vorliegende Arbeit erfasst diese Geschichte – die vom Kaiserreich und der Ersten Republik über Ständestaat-Diktatur und ‚Anschluss‘ an Nazi-Deutschland bis zur Zweiten Republik reicht – nicht als Überblickszusammenhang. In den versammelten Fallbeispielen scheint sie trotzdem durch, als mal deutlicher, mal schwächer aufgeprägte historische Signatur. Die Detailanalysen sind nicht primär chronologisch geordnet, sondern entlang thematischer Kerne. Die Kapitel benennen Tätigkeiten, die von Filmen im Wirtschaftszusammenhang sowohl abgebildet als auch übernommen wurden: *formen; messen und prüfen; planen; sammeln und ordnen*. Diese Verben markieren verschiedene Konstellationen zwischen formalen Verfahren und ökonomischen Funktionen.

Das folgende, umfangreichste Kapitel untersucht die Arbeit des *Formens*, die in vielen Industriefilmen gezeigt und von ihnen gestaltet wird. Formstiftend ist das Formen in einem Typus von Industriefilmen, der wie kein anderer mit der populären Imagination des Industriefilms verbunden ist: dem Fabrikationsfilm, der die Transformation vom Rohstoff zum konsumier- und verwendbaren Endprodukt zeigt. Anhand österreichischer Filme aus verschiedenen Gebrauchszusammenhängen, die auch die äußersten Ränder der hier untersuchten Zeitspanne umfassen, geht das Kapitel der Dehnfestigkeit dieser auf den ersten Blick statischen Form des Formens nach. Dem oft subtilen Schwanken der Filme zwischen einer zielgerichteten Dramaturgie glückender Herstellung und einer selbstgenügsamen Freude an

⁵⁸ Frederic J. Schwartz: *Der Werkbund. Ware und Zeichen 1900-1914*, Dresden: Verlag der Kunst 1999, S. 24; Jonathan L. Beller: „Cinema, Capital of the Twentieth Century“, in: *Postmodern Culture*, 4. Jg. (3/1994), <http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.594/beller.594> (Zugriff: 31.1.2017), Absatz 6.

⁵⁹ Vgl. Schwartz: *Der Werkbund*, S. 25.

Formenspielen gehe ich mit dem Begriff des Figuralen nach, wie er vor allem in der französischen Kunst- und Filmtheorie entwickelt wurde.

Anschließend werden Szenen des *Messens und Prüfens* in einer Reihe von Industrie- und Wirtschaftswerbefilmen untersucht. Das Kapitel ist getrennt in einen Abschnitt über Bewegungsstudien, in denen Film selbst als Instrument der Messung und Prüfung firmiert, und Szenen der Messung und Materialprüfung, die *vor* der Kamera stattfinden. In beiden Fällen werden Evidenzansprüche geltend gemacht, die auf den Spur-Charakter der bewegtfotografischen Aufzeichnung pochen. Diese Sequenzen kehren kulturelle Codierungen und inszenatorische Methoden hervor, die den gewünschten Beleg vom unerheblichen Detail trennen. Zugleich bringen sie den indexikalischen Anteil des fotografischen Filmbilds auch auf andere Weise zur Geltung: Index ist dieses nicht nur als Spur des Vergangenen, sondern vor allem auch über den Präsentismus seiner deiktischen Zeigegesten. Diese rücken das Filmbild hier in die Nähe der Messanzeige.

Vom *Planen* zwischen stochastischer Absicherung und Entwürfen ins Offene handelt das nächste Kapitel. Wie Filme kraft ihrer Anschaulichkeit an planerischen Vorgriffen auf die Zukunft mitarbeiten, untersuche ich an zwei sehr unterschiedlichen Fallbeispielen aus den 1950er bis mittleren 1960er Jahren, einer Zeit, in der wirtschaftliche Planungsration vor allem im Dienst eines allmählich durchgesetzten „Austrofordismus“ stand.⁶⁰ Die Filmanalyse widmet sich zuerst der Bewerbung der Unfallverhütung am Arbeitsplatz, dann der Propagierung des Selbstbedienungssystems im Einzelhandel. In beiden Fällen geht es um Kontrastierungen und Vergleiche einer mangelhaften Gegenwart und Vergangenheit mit einer besseren Zukunft. Während die Werbefilme für die Selbstbedienung die Möglichkeiten filmischer Raumer-schließung verhältnismäßig energisch auskosten, zeichnet die Unfallverhütungsfilme in der Darstellung des Ernstfalls eine Regelpoetik gedämpfter Anschaulichkeit aus, die mit zeitgenössischen Debatten der Sicherheitspädagogik korrespondiert.

Kurze Werbefilme für den kommerziellen Kinobetrieb kommen im Laufe der Arbeit gelegentlich vor, im letzten Kapitel stehen sie im Mittelpunkt. Das Augenmerk liegt auf formalen Bewegungen des *Sammelns und Ordners*: Verfahren der Anhäufung und Aufzählung markieren in drei verschiedenen Werbefilm-Korpora mal eine Wirtschaftlichkeit der Wiederverwertung und Neubewertung von Archivmaterial, mal eine Poetik der Warenfülle als

⁶⁰ Otto Hwaletz: „Austrofordismus. Ein Entwurf“, in: *Auf in die Moderne! Österreich vom Faschismus bis zum EU-Beitritt*, red. v. Peter Oberdammer/Christian Rammer/Reinhard Zeilinger, Wien: Promedia Druck- und Verlagsgesellschaft 1996, S. 100-209.

geordneter Vielfalt von Details, mal eine Ästhetik des Fließens von Zeichen und Formen zu einem Zeitpunkt Ende der 1950er Jahre, als Teile der internationalen Werbebranche eine „kreativen Revolution“ ausrufen.⁶¹

Die zentralen in dieser Arbeit verhandelten Filme sind in Österreich produziert und/oder gezeigt worden: im Vorprogramm bei Kinobesuchen zahlenden Publikums; in Belegschaftsvorführungen am Firmengelände; in Sondervorstellungen für interessierte Kundinnen und Kunden oder internationale Gäste. (Eine Ausnahme zum Ende hin: ein Werbefilm des österreichischen Filmkünstlers Ferry Radax aus der Schweiz, *siehe Abschnitt V.3.*) Internationale Vergleichsbeispiele ergänzen und befragen diese Filme, vor allem in den Einleitungsteilen. Die Auswahl ist in Anbetracht der dürftigen Überlieferungslage von Industrie- und Werbefilmen selbst als hochgradig kontingent zu bezeichnen. (Was aber eben nicht heißt: beliebig.)⁶²

Mit seiner korporatistischen Wirtschaftsstruktur und seiner geringen Menge an kapitalstarken multinationalen Industrieunternehmen setzt Österreich zwischen 1915 und 1965 kaum internationale Standards in der Gestaltung von Industrie- und Werbefilmen.⁶³ (Für nahen Bereichen wie Werbegravur und Marktforschung gehen dagegen in den 1920er und 1930er Jahren wichtige Impulse von Wien aus, beziehungsweise auch: von aus Wien Geflohenen.)⁶⁴ So wenig wie für Österreich als Produktionsland geht es für die untersuchten Filme hier um eine Reklamation des Außergewöhnlichen, Hervorstechenden. Gerade in ihrer Gewöhnlichkeit – die Idiosynkrasien und verblüffende Einfälle nicht ausschließt – berichten diese Filme von einem Medienalltag, in den sich die Detail-Ökonomie der untersuchten Industrie- und Werbefilme nicht als Modernisierungs-Zäsuren, sondern selbstverständlich und lapidar eingeschrieben haben. Dieser Alltag und das Akkumulationsregime, das ihn

⁶¹ Vgl. Cynthia B. Meyers: „The Best Thing on TV: 1960s US Television Commercials“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 173-193.

⁶² Vgl. Huber/Stoellger: „Kontingenz als Figur des Dritten“, S. 8f.

⁶³ Vgl. Johannes Jetschgo/Ferdinand Lacina/Michael Pammer/Roman Sandgruber: *Österreichische Industriegeschichte. Band 2. 1848 bis 1955. Die verpasste Chance*, hrsg. v. Österreichische Industriegeschichte GmbH, Linz, Wien: Ueberreuter 2004, S. 122-138; Wolfgang Maderthaler/Lutz Musner: „Im Schatten des Fordismus – Wien 1950 bis 1970“, in: *Randzone. Zur Theorie und Archäologie von Massenkultur in Wien 1950-1970*, hrsg. v. Roman Horak/Wolfgang Maderthaler/Siegfried Mattl/Lutz Musner/Otto Penz, Wien: turia + kant 2004, S. 37, 51f.

⁶⁴ Vgl. Siegfried Mattl: „Die Marke ‚Rotes Wien‘. Politik aus dem Geist der Reklame“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 58f.; Christian Maryška: „Internationales Niveau. Grafikdesign und Werbewirtschaft um 1930“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 184-191; Nepomuk Gasteiger: *Der Konsument. Verbraucherbilder in Werbung, Konsumkritik und Verbraucherschutz 1945-1989*, Frankfurt am Main/New York: Campus 2010, S. 37-41, 73-77.

hervorgebracht hat, sind inzwischen fern genug, damit das Selbstverständliche und Banale seiner medialen Artefakte in ihrer Vielschichtigkeit und Erstaunlichkeit kenntlich wird.

II. FORMEN

II.1. Fabrikation und Figuration

Bei einer Radiofabrik geht eine Eilbestellung ein. Während der Besteller im Foyer wartet, wird der Auftrag in die Werkhalle weitergegeben. Mit dem Ausruf der gewünschten Modelltype durch den Vorarbeiter geht ein Ruck durch Fabrik und Film: Zeitrafferaufnahmen zeigen die Entstehung des Produkts in forciert zügigem Tempo, angepeitscht von Swingmusik. ALS HET MOET... KAN HET⁶⁵ heißt der fünfminütige Werbefilm der niederländischen Haghe Film für die Radiomarkte Erres: Wenn es sein muss, ist es möglich. Das Übersteigerte dieser Leistungsschau wird dadurch noch verstärkt, dass in der Musikaufnahme ein Publikum mitzuhören ist. Dessen anfeuerndes Johlen scheint nun dem kinematografisch beschleunigten Stanzen von Blechen, Montieren von Gehäusen oder Schleifen von Armaturen zu gelten. Das Versprechen schneller Fertigung bindet sich, ganz unverhohlen, an einen kinematografischen Trick. Beworben wird hier nicht nur die Effizienz des Arbeitsflusses, an dessen Ende das Fertigprodukt steht, sondern auch das Vermögen des Films, diesen Fluss zu formen.

Die Zeitraffersequenz von ALS HET MOET... KAN HET folgt dem Schema des Fabrikationsfilms. Dieser zeigt „die schrittweise industrielle Herstellung eines Produkts“, idealtypisch „vom Rohstoff bis zum fertigen Fabrikat und häufig auch dessen Versand und genüsslichen Konsum“.⁶⁶ In seiner Typologie des nicht-fiktionalen Films zwischen Jahrhundertwende und Erstem Weltkrieg beschreibt Tom Gunning den Fabrikationsfilm als Musterbeispiel des Typus *process film*: Im Unterschied zum *place film*, dessen Schnitte und Fahrten in erster Linie einen (oft touristisch besetzten) Raum erschließen, führt der *process film* das zeitliche Sich-Entfalten

⁶⁵ ALS HET MOET... KAN HET, 1950, Haghe Film (Den Haag) für NV Van der Heem. Quelle: EYE Film Instituut Nederland, SW, Ton, mp4 von 35mm, 5'12''.

⁶⁶ Yvonne Zimmermann: „Was Hollywood für die Amerikaner, ist der Wirtschaftsfilm für die Schweiz“. Anmerkungen zum Industriefilm als Gebrauchsfilm“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 60. Die in der aktuellen deutschsprachigen Filmwissenschaft übliche Bezeichnung *Fabrikationsfilm* wurde bereits 1924 als Kategorisierung in der Filmindustrie verwendet. Fabrikationsfilme des frühen 20. Jahrhunderts wurden von Zeitgenossen aber auch als „Industriebilder“ oder „Dokumentarfilme“ [!] von anderen Sorten des nicht-fiktionalen Films abgegrenzt. Ebd. S. 60f.

eines Vorgangs in nachvollziehbarer Reihenfolge vor.⁶⁷ Bei dem vermittelten Prozess kann es sich auch um einen lokalen Brauch oder einen Festakt handeln. Die Transformation von Rohmaterialien in Konsumgüter – „a basic narrative of industrial capitalism“ – stellt Gunning zufolge aber das ausgereifteste Erzählmuster im nicht-fiktionalen Kino vor dem Ersten Weltkrieg dar.⁶⁸ Die Konventionalisierung dieses Narrativs im Fabrikationsfilm konnte auch deshalb so schnell erfolgen, weil es bereits in älteren Medienformaten wie Dioramen, Lichtbildserien oder Musterbüchern vorgeschrieben worden war.⁶⁹ Die dort erzählten Produktionsgeschichten sollten während der Ausweitung und Anonymisierung der Märkte im 19. Jahrhundert durch Sichtbarkeit Vertrauen herstellen und bezogen sich dabei ihrerseits zurück auf eine Traditionslinie aufklärerischer Bildungsliteratur des 18. Jahrhunderts.⁷⁰

So transhistorisch und -medial konstant die Arbeitsschrittdramaturgie des Fabrikationsfilms scheint, die sich in Unternehmens- und Lehrfilmen im Wesentlichen bis in die Gegenwart erhalten hat, so wenig ist dadurch fixiert, was in Fabrikationsfilmen tatsächlich zu sehen und verstehen gegeben wird. Dieselbe formale Grundstruktur kann der exotisierenden Präsentation traditioneller Herstellungsverfahren dienen oder der Bewerbung industrieller Effizienz, der Schulung in Produktionsabläufen wie der Allgemeinbildung über diese. Ein und derselbe Film kann verschiedenen unternehmerischen und erzieherischen Zwecken zuarbeiten, je nach dem Präsentationskontext, in dem das „Halbfabrika[t]“ Industriefilm verarbeitet wird.⁷¹

Andererseits geben die jeweiligen formalen Setzungen eines Fabrikationsfilms Auskunft über intendierte Einsatzbereiche sowie über Gegebenheiten, Behauptungen, Widerstände, auf die er (oft implizit) Bezug nimmt. In manchen exponierten Fällen kommentiert ein Fabrikationsfilm gar die eigene Struktur auf erhellende Weise. Was zeigen Fabrikationsfilme? Die beschleunigten Handgriffe und Stationenwechsel in ALS HET MOET... KAN HET legen nahe: alles und nichts. Zu sehen ist eine chronologische Abfolge der Teile und Prozeduren, die nötig sind um ein Radio zu bauen. Aber der Gestus der Wissensvermittlung, der an das geordnete Vorführen all dieser Bewegungen geknüpft ist, wird hier durch die schiere Bildgeschwindigkeit

⁶⁷ Vgl. Tom Gunning: „Before Documentary: Early nonfiction films and the ‚view‘ aesthetic“, in: *Uncharted Territory. Essays on early nonfiction film*, hrsg. v. Daan Hertogs/Nico de Klerk, Amsterdam: Nederlands Filmmuseum 1997, S. 12, 16f. Dieser Gegenüberstellung zwischen zeitlicher Explikation und räumlicher Exploration – einschließlich der sich ergebenden Mischverhältnisse – entspricht innerhalb des Industriefilms ungefähr die Unterscheidung zwischen Fabrikationsfilmen und Repräsentationsfilmen, die „einen Gesamtüberblick über ein Unternehmen samt Fabrikationsprogramm, Organisation und sozialen Einrichtungen geben.“ Zimmermann: „Industriefilme“, S. 273.

⁶⁸ Gunning: „Before Documentary“, S. 17.

⁶⁹ Zimmermann: „Industriefilme“, S. 273.

⁷⁰ Vgl. Hediger/Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization“, S. 30.

⁷¹ Zimmermann: „Industriefilme“, S. 274. Vgl. Kessler/Masson: „Schichtkäse“, S. 77-81.

in Frage gestellt. Als Kommentar auf den Fabrikationsfilm gelesen haben die schnellen Bewegungen etwas geradezu Überdrüssiges an sich, als würde hier die übliche Schritt-für-Schritt-Abfolge so schnell und kurzweilig wie möglich durchgespielt: *going through the motions*. Andererseits erreicht der Film, gerade in seinem Tempo, was viele für ein generelles Kinopublikum gedrehte Fabrikationsfilme zu leisten hatten: einen Eindruck zu vermitteln (eher als Bildungswissen) von Ausmaßen und Aufbau des Firmengeländes, Vielfalt und Tempo der Arbeitsschritte und ihrem organisierten Ineinandergreifen. Die Beschleunigung rückt menschliche Bewegungen ins slapstickhaft Groteske, sie assoziiert die schrittweise Montage des Radios aber auch mit Zeitrafferaufnahmen sprießender oder aufblühender Pflanzen, wie sie im populärwissenschaftlichen Film seit den 1920er Jahren prominent waren.⁷² Den Schauwert macht – hier wie dort – der Kamerablick auf einen Entstehungsprozess aus, der erst in der Verdichtung von Zeit kompakt wahrnehmbar wird: Das Publikum kann dem Radio beim Wachsen zusehen.

Bildprozesse im process film

Damit akzentuiert ALS HET MOET... KAN HET den teleologischen Kern des Fabrikationsfilms: Er übersetzt den Weg von Rohstoffen zu konsumierbaren Gütern in eine Dramaturgie der Formung, die stets im vertrauten Anblick der Ware oder ihres Konsums mündet. Die eminent zielgerichtete Struktur, die diese Filme seit Anfang des 20. Jahrhunderts so robust und nachvollziehbar macht,⁷³ verhängt eine Finalität über das Gezeigte, die auf der Ebene der einzelnen Einstellung von jedem präzise gesetzten Handgriff, jeder problemlos verschraubten Glasröhre bestätigt wird. Wenn, um einem Vorschlag des Filmwissenschaftlers Philippe Dubois zu folgen, das Motiv des Sturms in Film und bildender Kunst ein Krisenherd der figurativen Darstellung ist,⁷⁴ dann trifft für den Fabrikationsfilm das Gegenteil zu: Wo der Sturm, als Kraft ohne Form, nur in der Entstellung des Bestehenden sichtbar wird, da handelt der Fabrikationsfilm vom Gelingen der Form. Die Kraft, deren Wirken er auf der Ebene der ‚profilmischen‘, also der Kamera präsentierten Wirklichkeit zeigt – und die sich, sofern es sich um einen Auftragsfilm

⁷² Vgl. DAS BLUMENWUNDER (1925, Max Reichmann).

⁷³ Vgl. Eef Masson: *Watch and Learn. Rhetorical Devices in Classroom Films after 1940*, Amsterdam: Amsterdam University Press 2012, S. 177f.

⁷⁴ Philippe Dubois: „La tempête et la matière-temps, ou le sublime et le figural dans l'œuvre de Jean Epstein“, in: *Jean Epstein. Cinéaste, Poète, Philosophe*, hrsg. v. Jacques Aumont, Paris: Cinémathèque Française 1998, S. 268f.

des gezeigten Unternehmens handelt, direkt in ihm materialisiert –, ist die des investierten Kapitals.⁷⁵

Unterwegs zur vollendeten Form passieren auch in Fabrikationsfilmen immer wieder Bilder der Verunstaltung oder Deformation, wie sie Dubois unter dem Begriff des Figuralen sammelt.⁷⁶ Dubois bezeichnet mit dem Figuralen vor allem flüchtige Formenspiele, die Vertrautes verfremden oder amorphe neue Figuren erscheinen lassen. Das Figurale kann sich aber genauso im Glänzen einer Oberfläche bemerkbar machen, das das Auge vom wiedererkennbaren Ganzen ablenkt, oder in einer ausgefallenen Bewegung. Das Konzept des Figuralen bildet den Dreh- und Angelpunkt einer Theorie der Figuration, die unter anderem Philippe Dubois, Nicole Brenez, Jacques Aumont und Luc Vacheri aus der Theorie bildender Kunst auf den Film übertragen haben. Figuration bezeichnet die Ebene der Figuren, die im Filmbild erscheinen. Der Begriff stellt die Arbeit der Formung in den Vordergrund, die der Film an den dargestellten Objekten verrichtet: die spezifische Oberflächenerscheinung, die Dingen, Lebewesen und Orten gegeben wird. Damit setzt die Figuration unterhalb von Signifikation und Narration an, steht mit diesen beiden aber in Verbindung, insofern die jeweilige Erscheinung einer Figur im Bild – ihre Beleuchtung, Positionierung zur Kamera und so weiter – ihre Bedeutung erst mitschafft und eine dominante Bedeutung auch unterminieren kann.⁷⁷

Die Theorie der Figuration unterscheidet das Figurative, das Figurierte, das Figurable und das Figurale: Das ‚Figurative‘ meint die Ebene des wiedererkennbaren Objekts und ikonografischen Motivs (ein weißglühender Stahlbalken), das ‚Figurierte‘ die metaphorische oder symbolische Bedeutung des gezeigten Objekts (der glühende Stahlbalken als Zeichen industrieller Potenz eines Unternehmens oder auch einer Nation, samt offensichtlicher sexueller Konnotationen), und das ‚Figurable‘ stellt die Frage nach den Bedingungen und Grenzen des in einem bestimmten Zusammenhang Zeig- und Sichtbaren.⁷⁸ (Das schließt medientechnische Fragen nach der Ausleuchtbarkeit von Fabrikräumen ebenso ein wie politische nach den Formen von Arbeit, die ein Fabrikationsfilm für gewöhnlich ausschließt – etwa reproduktive Arbeit außerhalb des Fabrikgebäudes.) Der Begriff des ‚Figuralen‘ meint nun alles, „was in einem Bild übrigbleibt, wenn man an ihm das Figurative (d.h. [...] seinen ikonographischen Teil) und das Figurierte (die zweite Sinnebene, seinen rhetorischen und

⁷⁵ Zum Begriff der profilmischen Wirklichkeit, vgl. Etienne Souriau: „Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie“, in: *montage AV*, 6. Jg. (2/1997), S. 147-149 [frz. Orig. 1951].

⁷⁶ Vgl. Philippe Dubois: „Plastizität und Film. Die Frage des Figuralen als Störzeichen“, in: *Störzeichen. Das Bild angesichts des Realen*, hrsg. v. Oliver Fahle, Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften 2003, S. 128f.

⁷⁷ Vgl. ebd., 115-122.

⁷⁸ Vgl. ebd., S. 122-125.

ikonologischen Teil) entfernt hat – aber das noch figurabel bleibt.“⁷⁹ Gemeint sind damit die Eigenschaften des Bildes – die Valeurs von Licht, Texturen, Bewegungen –, die zur Konstitution von Bedeutung beitragen, die Arbeit der Figuration aber auch sabotieren oder verzögern können. (Dass eine Theorie der filmischen Figuration auf den Ton nicht vergessen darf, daran erinnert bereits der energische Swing-Soundtrack von ALS HET MOET... KAN HET.)

Dubois beschreibt das Figurale als einen „Prozess des Bildes“⁸⁰, und seine Kataloge sich verformender Materie – ein gestaltloser Sandfleck am Zugfenster in *THE WIND* (1928, Victor Sjöström), zerrinnende Zwischentitel in *SUNRISE* (1927, F.W. Murnau)⁸¹ – evozieren vertraute Attraktionen aus *process films*: Weißglühende Metallstangen schlängeln sich, amorphe Glasblasen fügen sich allmählich dem Willen der Bläser (kaum je: Bläserinnen), flüssiges Plastik gerinnt zu unterschiedlichsten Texturen. Solche Formenspiele ungefestigter Materie fungieren in Fabrikations- und anderen Industriefilmen freilich weniger als „Störzeichen“⁸² denn als x-fach kopierte ikonografische Verdichtungen industrieller Potenz. Vor allem in den Jahren um 1960 erkundete eine erstaunliche Menge formal auffälliger und ambitionierter Industriefilme – auch in Österreich (*siehe Abschnitt II.4.*) – die kinematografischen Valeurs der Verarbeitung von Glas, Metall und Plastik.

Aber auch konventionellere Produktionen kalkultierten, so sie sich an ein breiteres Publikum richteten, den Attraktionswert dieser Formen- und Texturenspiele mit ein. Yvonne Zimmermann erklärt die Neigung der Schweizer Metallindustrie zu gemeinsamen Branchenfilmen mit einem Problem der filmischen Repräsentation. (Und ‚Repräsentation‘ ist hier nur halb als ‚Darstellung‘ zu lesen, halb im Sinne eines öffentlichen Auftritts zum Wohl des eigenen Ansehens, wie in: Repräsentationskosten.)⁸³ Die Metallgießereien hatten für sich allein genommen wenig Anreiz, bei einer breiteren Öffentlichkeit zu werben, da sie vor allem Halbfabrikate herstellten, die wenig ansehnlich und als Produkte nur für weiterverarbeitende Firmen von Kaufinteressen waren. Da die Gießereien allerdings Gelegenheit für die spektakulärsten Bilder vom Produktionsprozess boten, wollten die weiterverarbeitenden Betriebe bei der Filmwerbung nicht auf sie verzichten. Die naheliegende Lösung war es, so Zimmermann, die gesamte Branche in Filmen zu bewerben.⁸⁴

⁷⁹ Ebd., S. 125.

⁸⁰ Ebd. S. 125.

⁸¹ Vgl. ebd., S. 129f.

⁸² Ebd., S. 113.

⁸³ Vgl. Zimmermann: „Industriefilme“, S. 273.

⁸⁴ Vgl. ebd. S. 342f.

Mit Mary Ann Doane lässt sich hier von einer gezielten Bewirtschaftung der indexikalischen Aufzeichnungsfunktion des Filmbilds sprechen. Inmitten streng zielorientierter Strukturen – jener der industriellen Herstellung und des Fabrikationsfilms – formulieren Formenspiele mitunter eine andere Zeitlichkeit, fordern eine andere Aufmerksamkeit: etwa wenn in einem Lehrfilm über GLASBLÄSEREI⁸⁵ die amorphe Form eines Glasschlauchs pointiert so kadriert wird, dass seine dunkle, auf Lichtquellen hochsensibel reagierende Oberfläche kurz sogar die beiden daran hantierenden Arbeiter aus dem Bildraum ins Off verdrängt (**Abb. 1-2**).⁸⁶ Dieses vorläufige Etwas wird zu einer Glasröhre weiterverarbeitet werden. Die Filmaufnahme zeigt das nicht mehr, suggeriert stattdessen in Gestalt der formbaren Materie Zukunftsoffenheit. Fabrikationsfilme lassen sich als Formen untersuchen, die beides – die vorwärtsgerichtete Struktur und das selbstgenügsam-offene Formenspiel – in Bezug zueinander setzen. Was Doane über das klassische Erzählkino schreibt, gilt insofern ein Stück weit auch für die Erzähl-Urform des Fabrikationsfilms: „Classic cinematic form involves the strict regulation of a mode that never ceases to strike the spectator as open, fluid, malleable – the site of newness and difference itself.“⁸⁷

Analytische Risse

Die „Ökonomie des Sichtbaren“⁸⁸, die vom Figuralen eingerichtet wird, erschöpft sich dabei nicht im Nebeneinander von Struktur und außerstrukturellen Bildereignissen. Dubois oder Luc Vancheri konzipieren das Figurale nicht als unvereinbares Anderes zu Bedeutung und Struktur. Wenn das Figurale sich eigendynamisch bemerkbar macht, hat dieses Erscheinen analytische Kraft. Noch wo es das reibungslose Werk der Figuration unterbricht, macht es dieses nachvollziehbar: „Tatsächlich öffnet der Riss das Bild, indem er es sozusagen wie den Finger eines Handschuhs umstülpt.“⁸⁹ Genau in dieser Hinsicht scheint der Begriff des Figuralen hilfreich, um die filmische Formung industrieller Fabrikation zu untersuchen: nicht um mit privilegierten Momenten filmischen Eigensinns aufzutrumpfen, sondern um zu sondieren, welche Auskunft diese über die vermeintlich transparente, selbstverständliche Organisation des Fabrikationsfilms geben. Geformt wird in Fabrikationsfilmen vor allem der Produktions-

⁸⁵ GLASBLÄSEREI, circa 1920-1921, Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 8'01" (16 fps).

⁸⁶ Vgl. ebd. 0:05:23,02-0:06:17,15.

⁸⁷ Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 32.

⁸⁸ Vancheri: *Les pensées figurales de l'image*, S. 7. Übers. aus dem Franz. JS.

⁸⁹ Dubois: „Plastizität und Film“, S. 128.



Abb. 1-2

verlauf selbst, wenn auch nicht immer so unverhüllt wie in ALS HET MOET... KANN HET. Solchen „Prozess[en] des Bildes“ (und nicht *im* Bild) im *process film* folgen in diesem Kapitel sechs Fallstudien über den untersuchten Zeitraum hinweg und in unterschiedlichen Gebrauchszusammenhängen.⁹⁰

Die Abfolge der Untersuchungen hält sich an eine chronologische Reihenfolge von den 1910er bis in die 1960er Jahre. Methodisch entscheidender ist eine Dramaturgie von der filmischen Bearbeitung der gezeigten Arbeitsprozesse hin zu ihren unterschiedlichen Umdeutungen durch weitere Elemente in den Filmen. Der erste Abschnitt befragt die *Bearbeitung* von Arbeitsvorgängen durch filmische Verfahren. Dazu wird erst in Fabrikationsfilmen aus der Zeit des Ersten Weltkriegs auf ein einzelnes formales Verfahren fokussiert: den Schwenk. Der nächste Abschnitt untersucht an einer staatlich produzierten Industriefilmserie aus den frühen 1920er Jahren das Zusammenspiel von Verfahren und Motiven zu einem ‚beiläufig präsentationalen‘ Inszenierungsmodus von Arbeit. Der Schwerpunkt des Abschnitts liegt in beiden Teilen eher auf der Herstellung geordneter, sinnerfüllter Figurationen der Arbeit als ihrer entformenden Unterbrechung.

Im folgenden Abschnitt stehen die *Rahmungen* von Fabrikationsprozessen in zwei Filmen im Vordergrund: durch deren Herstellungszusammenhänge und Präsentationsweisen, vor allem aber durch fiktionale Rahmenhandlungen, die Aspekte an diesen hervorheben und Leseweisen nahelegen. In beiden Fällen, einem Großwäscherei-Werbefilm von 1936 und einem Wiederaufbau-Industriefilm von 1945, werden Bilder von verflüssigter Form zentral gesetzt. Sie suspendieren die in den Filmen vorgeführten Formungsanstrengungen nicht, diese schreiben sich vielmehr mehrfach in sie ein.

Der letzte Abschnitt des Kapitels handelt von zwei Kulturfilmen, die im Auftrag des österreichischen Wirtschaftsförderungsinstituts in den frühen 1960er Jahren industrielle und handwerkliche Herstellungsverfahren *umformen*: Beide Filme nutzen ein zeitgenössisch populäres audiovisuelles Idiom, um Fabrikation in kreative Arbeit zu überführen – kreativ im zweifachen Sinn als Schöpfungsakt und als improvisierend virtuose Kreativarbeit. Figurale Entformungen werden hier zelebriert, stellen aber auch Verbindungen zwischen der formalen Logik des Fabrikationsfilms und der Bildökonomie des Markenzeichens her. Von hier aus wird sichtbar, dass Fabrikationsfilme die Ware nicht durch das Sichtbarmachen von Arbeit entzaubern, sondern sie mit dem Glanz audiovisueller Attraktionen der Fabrikation aufladen.

⁹⁰ Ebd. S. 125.

Nicht erst hier, sondern im ganzen Kapitel fungiert die Frage der Formung als Kreuzungspunkt: der mit X markierte Ort, an dem die Ausstellung (*eXhibition*) der Unternehmensbesitzungen, die Erklärung (*eXplanation*) des Herstellungsprozesses und das Hinarbeiten auf audiovisuelle Erregung (*eXhilaration*) aufeinanderstoßen.

II.2. Fabrikation bearbeiten

Tom Gunning hat den Fabrikationsfilm, wie er sich ab 1906 als Montage- und Erzählmuster etabliert, in den Zusammenhang eines frühen nichtfiktionalen Kinos der Ansicht gesetzt. Ein genuin dokumentarisches Kino – in John Griersons Sinn von „arrangements, rearrangements, and creative shapings of [natural material]“⁹¹ – brachten Gunning zufolge erst die staatlichen Propagandabemühungen im Ersten Weltkrieg hervor. Wo die Aktualitäten des Ansichtenkinos das Schauen auf Orte, Ereignisse und Vorgänge in den Vordergrund gestellt hätten, baute der Dokumentarfilm Strukturen expliziter Argumentation und Interpretation. Filme begannen in ihrer Anordnung Beweis führen zu wollen, zum Beispiel für oder gegen kolportierte Schäden, die man dem Feind beigebracht oder von ihm erlitten hätte.⁹²

Damit nimmt der Fabrikationsfilm bei Gunning eine Schwellenfunktion ein: noch nicht dokumentarische Durchdringung der Wirklichkeit, aber bereits „the most fully developed narrative pattern“ eines nichtfiktionalen Kinos der Ansicht.⁹³ Was bedeutet diese Position für das Weiterleben des Fabrikationsfilms als Form? Von der Gunning’schen Entwicklungserzählung des Dokumentarfilms her gesehen bildet der Fabrikationsfilm jedenfalls, wie viele andere Gruppen von Gebrauchsfilmen, eine Parallelgeschichte voller Ungleichzeitigkeiten und hartnäckiger Konstanten aus. Er macht in den folgenden Jahrzehnten diverse stilistische Moden und rhetorische Verschiebungen mit und fügt sich trotzdem nur mit einiger Anstrengung in die Erzählbewegung *from raw to refined*, die er Film für Film selbst ins Werk setzt. Yvonne Zimmermann verweist in ihren Studien zum Schweizer Gebrauchsfilm auf eine in den 1930er Jahren international einsetzende „Tendenz zur Fiktionalisierung dokumentarischer Filme“ – nicht zuletzt von Fabrikationsfilmen – durch die Integration unterhaltsamer Spielhandlungen.⁹⁴ Filme, die für nicht-kommerzielle Vorführsituationen, etwa bei Wirtschaftsmessen oder in Belegschaftsschulungen, konzipiert waren, wurden aber „bis weit in die 1950er Jahre stumm“ produziert und blieben vielfach stärker einer Ästhetik der Ansicht verpflichtet. Nicht bloß eine bruchstückhafte Quellenlage lässt also die bisherige Gattungs-

⁹¹ John Grierson, zit. nach: Gunning: „Before Documentary“, S. 11. Vgl. ebd., S. 11, Fußnote 3.

⁹² Vgl. Gunning: „Before Documentary“, S. 11–12.

⁹³ Ebd., S. 17.

⁹⁴ Zimmermann: „Dokumentarischer Film“, S. 37. Vgl. Zimmermann: „Industriefilme“, S. 276.

geschichtsschreibung porös scheinen: Unterschiedliche historische Präsentationspraktiken verweigern deren einheitliche Schließung.

Der Übersicht halber führen die Abschnitte dieses Kapitels trotzdem in chronologischer Reihenfolge von den 1910er Jahren in die 1960er. Sie ergeben keine Überblicksgeschichte, dafür sind die Lücken zu groß, die verwendeten Materialien und die an sie gerichteten Fragen zu unterschiedlich. Dennoch werden Verbindungslinien gezogen, Veränderungen markiert, wechselnde Tendenzen festgehalten. Der erste Abschnitt setzt in den Jahren des Ersten Weltkriegs ein, mit der Untersuchung einer einzelnen Kameraoperation: des Schwenks. Er findet keinen Anfang, keine stabile poetologische Basis des Fabrikationsfilms, sondern bereits Verschiebungen und Gemengelagen.

II.2.1. Verschobene Ansichten: Schwenks 1915-1918

Die Schwierigkeit, Ansichtenkino und Dokumentarfilm analytisch zu trennen, zeigt sich bereits darin, dass viele der Filme, die in Österreich wie anderen kriegführenden Nationen im Ersten Weltkrieg mit staatlichem Propagandaauftrag entstanden, Industriefilme waren, die – auf ein einzelnes Produkt fokussiert oder über das Portfolio eines Werks verstreut – Fabrikationsprozesse verfolgten. Die Demonstration industrieller Leistungsfähigkeit war vom (laut Gunning das Ansichtenkino dokumentarisierenden) martialischen Patriotismus nicht zu trennen. Die Nähe zwischen beiden wird schon durch die Unschärfe des Propaganda-Begriffs sinnfällig, der im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts auch marktwirtschaftliche Produktwerbung meinen konnte.⁹⁵

So gesehen überrascht es nicht, wenn sich ein stilbildender Entwurf eines protodokumentarisch die Wirklichkeit interpretierenden Propagandakinos deutlich an den Verfahren des Fabrikationsfilms orientiert: Der Filmhistoriker Michael Hammond argumentiert, dass der britische Schlachtenbericht *THE BATTLE OF THE SOMME*⁹⁶ seine Makrostruktur dem Fabrikationsfilm entlehnt. Das Auffächern einer Kriegslogistik erfolge nach derselben penibel aufgeschachtelten Arbeitsschritte-Dramaturgie wie die zeitgleichen filmischen Demons-

⁹⁵ Vgl. Thymian Bussemmer: *Propaganda. Konzepte und Theorien*, 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 29.

⁹⁶ *THE BATTLE OF THE SOMME*, 1916, W.F. Jury (London), Regie: G.H. Malins/J.B. McDowell. Quelle: DVD, Berlin/München: absolut Medien 2011, SW, stumm, 74’.

trationen der Fertigung von Munition, Schuhen oder Schokolade in Industriefilmen.⁹⁷ Die Versessenheit auf das Verzeichnen effizienter Arbeitsroutinen, die einigen Passagen des Films eignet, macht eine zeitgenössische britische Printpublikation noch deutlicher, die Aufnahmen aus *THE BATTLE OF THE SOMME* wiederverwertete. Die dort abgedruckten, dem Film entnommenen Bilderserien werden von Kommentartexten wie dem folgenden begleitet:

Here you see one of our men lifting a box containing shells off the transport wagon. – No sooner is one box lifted from the wagon than another man comes forward – and takes another box – and this goes on until the wagon is emptied and a pile made of the boxes of ammunition ready to fill the limbers.⁹⁸

Michael Hammond argumentiert, dass die beunruhigende Wirkung, die *THE BATTLE OF THE SOMME* auf einige prominente zeitgenössische Beobachter ausübte, wesentlich auf diese formale Nähe zum Fabrikationsfilm zurückzuführen sei. Die Toten und Verwundeten sowie die verwüsteten Kraterlandschaften, mit denen der Film am Ende konfrontiert, wären demnach nicht als Opfer fürs Gemeinwohl erschienen, sondern als planmäßige Resultate der als reibungslos vorgeführten Planung und Massennarbeit.⁹⁹ Verbindungslinien von *THE BATTLE OF THE SOMME* zum Fabrikationsfilm hat auch der Filmmacher und Kurator Georg Wasner in seinem Film *ACCELERANDO* (2016) verfolgt. Bis in gestische und motivische Parallelen hinein untersucht Wasner in der Found Footage-Arbeit die Beziehungen zwischen dem Propagandafilm und Aufnahmen aus dem Rüstungsstahlbetrieb Poldihütte im böhmischen Kladno aus dem Jahr 1916. Wasner in der Konzeptionsphase des Films:

Geschosse werden, im Werk wie im Arsenal, liebevoll betätschelt und hochpoliert wie die neueste Haushaltsanschaffung. Sie stehen wie Brotlaibe aufeinander getürmt in Auslagen (in den Aufnahmen zur Poldihütte) oder liegen wie Fallobst am Boden (in *THE BATTLE OF THE SOMME*).¹⁰⁰

In der Montage von *ACCELERANDO* verbindet diese Filme über die Feindeslinie hinweg ein Warenkreislauf der Geschosse von der Fertigung bis zum sachgemäßen Gebrauch im Schützengraben. Gegenstand der folgenden Überlegungen ist aber ein anderes, formales Element, das Industriefilme aus den Jahren des Ersten Weltkriegs mit Schlachtenberichten wie *THE BATTLE OF THE SOMME* gemein haben. In Kreisen läuft hier wie dort auch der Kamerablick. Es wird, oft und ausführlich, horizontal geschwenkt, über Werksbänke wie übers Schlachtfeld.

⁹⁷ Vgl. Michael Hammond: *The Big Show. British Cinema Culture in the Great War 1914–1918*, Exeter: University of Exeter 2006, S. 110–113.

⁹⁸ *Sir Douglas Haig's Great Push*, Teil 1, S. 22, zitiert nach Abbildung in: Hammond: *The Big Show*, S. 112.

⁹⁹ Vgl. Hammond: *The Big Show*, S. 124f.

¹⁰⁰ Georg Wasner/Joachim Schätz: „Wir müssen immer wieder an die Stelle zurück, wo die Gedankenkette damals abgerissen ist“, in: *kolik.film*, 20 (2013), S. 110.

Dieser Kameraoperation des Schwenks geht der vorliegende Abschnitt in Fabrikationsfilmen aus den Jahren des Ersten Weltkriegs nach. Am Schwenk, das ist die These dieses Abschnitts, lässt sich im Kleinen mitverfolgen, wie sich in Industriefilmen aus den Jahren des Ersten Weltkriegs Modi des nichtfiktionalen Inszenierens zwischen Ansichtenkino und Dokumentarfilm mischen und ausdifferenzieren, wie der Fabrikationsfilm andere Strategien des Zeigens und Bezeugens in sich aufnimmt. Die hier besprochenen österreichischen Filme – DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES¹⁰¹, FABRIK POLIDHÜTTE¹⁰² und KRIEGSGEFANGENENLAGER UND BETRIEBE DER BAULEITUNG FELDBACH¹⁰³ – sind, wie die Titel schon andeuten, in ihrer Makrostruktur Werkportraits, nicht Fabrikationsfilme (mit Gunning: *place films*, nicht *process films*). Auf die einzelnen Sequenzen hin besehen, sind diese Filme aber Mischformen: Sie wechseln zwischen Segmenten, die Schauplätze und Arbeitsabläufe additiv nebeneinanderstellen, und der Ordnung einzelner Vorgänge entlang einer chronologischen Arbeitsschrittedramaturgie.

Panorama

Der Schwenk ist ein prominentes Stilelement des frühen Ansichtenkinos. Er verweigert sich tendenziell dem, was Uli Jung und Wolfgang Mühl-Benninghaus in der *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland* von 2005 als die markante Neuerung im nicht-fiktionalen Film während des Ersten Weltkriegs herausstellen: der Kontinuitätsmontage, die sowohl zusammenhängende Abläufe in mehrere Einstellungen aufteilt als auch zwischen den Einstellungen klare räumliche und organisatorische Beziehungen herstellt.¹⁰⁴ Schwenken heißt nicht schneiden, heißt den raumzeitlichen Zusammenhang in derselben Einstellung zu behalten. Die Schwenks in den untersuchten Fabrikationsfilmen aus den Jahren des Ersten Weltkriegs dichten sich nach außen ab, sie stehen – im Sinne einer von Tom Gunning untersuchten „Ästhetik der Ansicht“¹⁰⁵ – tendenziell für sich allein gegen den Fluss der

¹⁰¹ DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES, 1916, Sascha-Film (Wien). Quelle: Filmarchiv Austria, viragiert, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 48'56".

¹⁰² FABRIK POLDIHÜTTE, circa 1915-1918, Sascha-Film (Wien). Quelle: Österreichisches Filmmuseum, SW, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 25'53".

¹⁰³ KRIEGSGEFANGENENLAGER UND BETRIEBE DER BAULEITUNG FELDBACH, 1915, Sascha-Film (Wien). Quelle: Filmarchiv Austria, viragiert, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 30'24".

¹⁰⁴ Vgl. Uli Jung/Wolfgang Mühl-Benninghaus: „Ästhetischer Wandel. Dokumentarische Propagandafilme“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 1. Kaiserreich 1895–1918*, hrsg. v. Uli Jung/Martin Loiperdinger, Stuttgart: Reclam 2005, S. 429.

¹⁰⁵ Tom Gunning: „Vor dem Dokumentarfilm. Frühe *non-fiction*-Filme und die Ästhetik der ‚Ansicht‘“, in: *Kintop 4. Anfänge des dokumentarischen Films*, hrsg. v. Frank Kessler/Sabine Lenk/Martin Loiperdinger, Basel/Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 1995, S. 119.

Montage. Sie führen nicht in die Zukunft dokumentarischer Form, sondern bilden Blasen aus, in denen verschiedene Poetiken filmischer Welterschließung koexistieren.

Die „Mimesis des Betrachtens selbst“, die Tom Gunning als Grundpoetik des Ansichtenkinos beschreibt, wird im Schwenk als meist horizontale Bewegung anschaulich.¹⁰⁶ Der Schwenk erweitert das Blickfeld, im Extremfall als Überblick versprechender wie potenziell schwindelerregender Panoramashwenk, im Sinne jener gemalten Panoramen des 19. Jahrhunderts, die die englischsprachige Bezeichnung dieser Kameraoperation (*pan*) im Namen mitträgt.¹⁰⁷ Der Panoramashwenk verspricht die erschöpfende Darstellung eines Ortes, weshalb er (weit über die 1910er Jahre hinaus) zahllose Industriefilme eröffnet. Panoramashwenks über das Werksgelände – und medienhistorisch davor: aus Einzelfotos zusammengesetzte Fotopanoramen des Werks – stecken Areal und Stationen der folgenden Handlungen ab. Genauso wichtig ist aber: Sie führen die Anlagen auf eindrückliche Weise als Ensemble vor, sie prunken mit Besitz, der in seiner Gesamtheit möglichst imposant ins Auge fallen soll.¹⁰⁸

Im Fall des dreiteiligen Kulturfilms *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES* ist das summierende Werkspanorama an eine beschließende Stelle gerückt, ans Ende des zweiten von drei Teilen.¹⁰⁹ Auf den Zwischentitel „Panorama der Poldihütte“ folgen hier drei Einstellungen: Die erste schwenkt, aus einer entfernten, erhöhten Blickposition, in Leserichtung von links nach rechts über Werks- und Verwaltungsgebäude und Fabrikschlote. Im oberen Drittel rahmt das Werkspanorama der Himmel, am unteren Bildrand ein leerer Gehweg, auf dem ein winziger Mensch – wie um einen Größenmaßstab und eine Taktung für die Kameraoperation anzubieten – in Geschwindigkeit der Schwenkbewegung mitmarschiert. Die nächste Einstellung setzt die Bewegung von links nach rechts ununterbrochen fort, schließt auch bei dem dreistöckigen Gebäude an, das Endpunkt der vorigen Einstellung war – ein Element von Kontinuitätsmontage von einem Panoramashwenk zum anderen, der Blickpunkt ist hier deutlich näher. Um die Fabrikschornsteine ganz ins Bild zu bekommen, zieht sich die Kamera an ihnen vertikal in die Höhe, bevor der horizontale Schwenk aus dieser neuen Position des Überblicks fortgesetzt wird. Diese Geste des je nach Bedarf horizontalen und vertikalen (aber eben aus kameratechnischen Beschränkungen noch nicht frei geführt diagonalen) Abtastens hat etwas attentiv den Dingen Zugewandtes und zugleich stur Mechanisches, das in

¹⁰⁶ Ebd., S. 114.

¹⁰⁷ Zum Panorama als einem Medium des Schwindels, vgl. Petra Löffler: „Schwindel, Hysterie, Zerstreung. Zur Archäologie massenmedialer Wirkungen“, in: *Trancemedien und Neue Medien um 1900. Ein anderer Blick auf die Moderne*, hrsg. v. Marcus Hahn/Erhard Schüttpehl, Bielefeld: Transcript 2009, S. 381.

¹⁰⁸ Vgl. Vinzenz Hediger: „Die Maschinerie des filmischen Stils“, S. 87.

¹⁰⁹ Vgl. *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES*, 0:25:35-0:27:50.

dieser Mischung für den Schwenk im Industriefilm bis in die 1920er Jahre charakteristisch ist, etwa auch, wenn es gilt, zusammenhängende Arbeitsabläufe in einer Werkshalle zu filmen.¹¹⁰ Wo der gleichmäßige horizontale Schwenk das Bildfeld in einer fließenden Bewegung öffnet, akzentuiert eine Abfolge aus horizontalem und vertikalem Schwenk wie in dieser zweiten Panorama-Einstellung die Begrenzungen des Kaders und das Ausschnitthafte des Gezeigten.

Die dritte, abschließende Einstellung der Sequenz ist eine unbewegte Totale, durch die (wieder von links nach rechts) ein Zug fährt. Der Transport der Güter durch das Bild wird als Alternative zur Mobilität des Bildfelds vorgeführt. Vom seitlichen Blick aus einem fahrenden Zug (oder, in der Sprache der Kameraoperationen: von einem lateralen *travelling*) unterscheidet sich der Schwenk wesentlich durch den festen Betrachterstandpunkt, den er setzt. Vom Panorama ist es nicht weit zum unbewegt disziplinierenden panoptischen Blick nach Foucault, „der scannt, umherschweift, registriert und erfasst.“¹¹¹ In Anknüpfung an Paul Virilio¹¹² ist der Schwenk als Machttechnik analog zur militärischen Innovation der Maschinengewehre zu verstehen, die im Ersten Weltkrieg wortwörtlich ‚flächendeckend‘ zum Einsatz kamen. Beide zielen nicht auf den punktuellen Schuss ab, sondern darauf, ein Gelände abzudecken.

In die Erschließung eines kontinuierlichen Raums durch den Schwenk gehen aber gerade in propagandistischen Betriebsfilmen auch präzisere bezeugende und argumentative Logiken ein. Der Film KRIEGSGEFANGENENLAGER UND BETRIEBE DER BAULEITUNG FELDBACH setzt gleich mit dem ersten Panoramashwenk ein zentrales Thema des (von der Sascha-Film im Auftrag des Militärs produzierten) Films: nämlich das direkte Nebeneinander zwischen dem Kriegsgefangenenlager, in dem auch kriegswichtige Handwerksprodukte hergestellt werden, und dem benachbarten Ort Feldbach.¹¹³ Dieses Verhältnis im Sinne der Militäradministration zu deuten, macht sich der ganze folgende Film zur Aufgabe:

Die Behandlung der russischen Kriegsgefangenen in Feldbach wird in der Lesart des Films zu einem nationalen Aushängeschild für reibungsfreie Organisation, humanistische Prinzipien und soziale Umsicht. Das Eingehen auf Widerstände in der Bevölkerung schwingt dabei immer mit.¹¹⁴

¹¹⁰ Vgl. ebd., 0:06:50-0:07:48.

¹¹¹ Volker Pantenburg: „Back and Forth. Anmerkungen zum horizontalen Kameraschwenk“, in: *Bildbewegungen*, hrsg. v. Pirkko Rathgeber/Nina Steinmüller, München: Fink 2013, S. 162.

¹¹² Vgl. Paul Virilio: *Krieg und Kino. Logistik der Wahrnehmung*, Frankfurt am Main: Fischer 1989, S. 156-159.

¹¹³ Vgl. KRIEGSGEFANGENENLAGER UND BETRIEBE DER BAULEITUNG FELDBACH, 0:00:29-0:01:14.

¹¹⁴ Elisabeth Büttner/Christian Dewald: *Das tägliche Brennen. Eine Geschichte des österreichischen Films von den Anfängen bis 1945*, Salzburg/Wien: Residenz 2002, S. 146.

Übergang

Die Eröffnung des Bildraums, die der Schwenk ermöglicht, ist einer zeitlichen Abfolge unterworfen, oder umgekehrt: Das für die Filmaufnahme konstitutive Vergehen der Zeit wird verräumlicht. Der Schwenk ist, mit Volker Pantenburg, „ein Aggregat zur Verwandlung von Zukunft in Gegenwart“ – und Vergangenheit. Was eben noch da war, wird gleich wieder ins Off eingehen.¹¹⁵ Diese zeitliche Sequenzierung des Raums machen sich Fabrikationsfilme nicht nur zunutze, wenn sie das tatsächliche Ineinandergreifen verschiedener Arbeitsschritte – etwa die Übergabe eines Werkstücks von einem Tisch zum nächsten – in die Form eines Schwenks überführen. Schon abstrakter wird das Vorwärts des Prozesses in *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES* präsentiert, wenn ein Schwenk vom Arbeitsprozess zu den massenhaft gestapelten Zwischenprodukten daneben führt (**Abb. 3-4**).¹¹⁶ Diese Kameraoperation stellt nicht nur einen Vorgang seinem Ergebnis gegenüber, sondern vollzieht einen quantitativen Sprung vom Einzelnen zur schieren Masse des Gefertigten. Der Arbeitsschritt wird hier metonymisch auf das größere Ganze einer Massenproduktionslogistik bezogen. In der Klarheit ihres Verlaufs von Element A zu Element B stellt diese Kamerabewegung einen Gegenpol dar zu jenen Schwenks durch die Werkshallen der Poldihütte, die einzelne Bewegungspfeile, Maschinen, Arbeitskräfte und Zwischenprodukte in einem generellen Gewimmel industrieller Geschäftigkeit („Es wird gearbeitet!“) aufgehen lassen.¹¹⁷

Der Übergang vom Einzelnen zum größeren Ganzen wird auch in *GRUBE CÄCILIE*¹¹⁸, einem deutschen Fabrikationsfilm von 1917, von einem Schwenk geleistet. Der Film beginnt mit einer Spielfilmhandlung über den arbeitssuchenden Stanislaus, der schließlich eine Stelle bei der Brikett-Fabrikation in der Kohlengrube Cäcilie in Lützendorf findet. Damit geht die Erzählung in eine Präsentation des Betriebs über. An der Schwelle zwischen Spielhandlung und Werksportrait steht ein langer Schwenk, der Stanislaus in die Kohlegrube eingehen lässt wie seine Individualgeschichte in die des Betriebs.¹¹⁹ Aus zwei Figuren (Stanislaus und dem Kollegen, der ihn einweist) werden Körper, die im Zusammenspiel mit der Kamera eine Grube ausmessen. Dass ein Arbeiter für die Belegschaft steht, ein Arbeitsschritt für einen Produktionsprozess, ein Gebäude für ein Unternehmen, diese metonymischen Verschiebungen der Bedeutung sind im

¹¹⁵ Pantenburg: „Back and Forth“, S. 173.

¹¹⁶ Vgl. *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES*, 0:32:16-0:32:56.

¹¹⁷ Vgl. *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES*, 0:19:45-0:20:51; vgl. Büttner/Dewald: *Das tägliche Brennen*, S. 142f.

¹¹⁸ *GRUBE CÄCILIE*, 1917, Oliver-Film GmbH (Berlin). Deutsche Kinemathek, SW, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 14'03".

¹¹⁹ Vgl. *GRUBE CÄCILIE*, 0:04:07-0:04:51; vgl. Jung/Mühl-Benninghaus, „Ästhetischer Wandel“, S. 433.

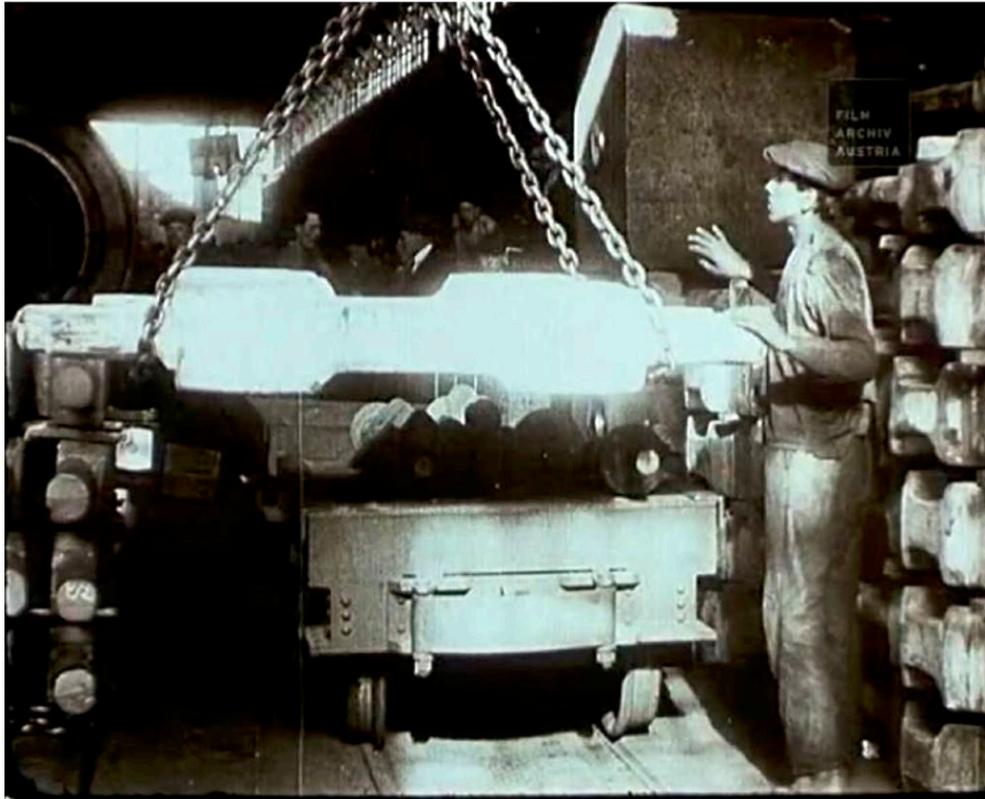


Abb. 3-4

Industriefilm gang und gäbe. Außergewöhnlich an den zwei genannten Schwenks aus GRUBE CÄCILIE und DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES ist, dass sie diese Verschiebung als Verlagerung des Bildausschnitts anschaulich machen.

Verlauf

„Ein Schwenk ist sehr interessant, weil er fast eine Form von Schriftlichkeit hat. Es kommt etwas herein, und etwas geht hinaus. Das erzeugt Spannung, Aufmerksamkeit, es enthüllt.“¹²⁰ Diese „Schriftlichkeit“ des Schwenks, auf die der Filmemacher Gerhard Friedl verweist, sein Vermögen zur Herstellung semantischer Relationen aus raumzeitlicher Kontiguität, wird ausgelotet von einer Einstellung im Materialkonvolut FABRIK POLDIHÜTTE.¹²¹

Geschwenkt wird hier über die Hausfassade des Wiener Verwaltungsgebäudes der Poldihütte (**Abb. 5-8**).¹²² Zwei Passanten geben der Einstellung eine innere Rahmung: Der Schwenk wirkt zu Beginn wie angestoßen von dem Fußgänger, der am Gebäude vorbeimarschiert. Die Einstellung hält mit ihm Schritt und endet bald, nachdem er das Bild verlassen hat. (Begleitet wird seine Bewegung von einem Auto, das vor der mittigen Eingangstür parkt.) Ein weiterer Passant ist, mit Blick in die Kamera, am Ende der Einstellung platziert, wo das Tempo des Schwenks abnimmt, das Bild schließlich fast zum Stillstand kommt. Ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken, vom zweiten Passanten markiert, die Schaufenster, die einer anderen Bildlogik gehorchen: Geschosse sind darin aufgestellt und geschichtet wie Brotlaibe oder Haushaltsprodukte, als wären sie selbst dem Konsum zugängliche Produkte, für deren Abnahme auf der Straße geworben werden müsste.¹²³

Mit Georg Wasners Überlegungen aus der Arbeit zu ACCELERANDO lässt sich in diesem Schaufenster bereits der Vorbote einer anderen dokumentarischen Poetik sehen. Diese macht nicht beim Herstellen metonymischer Verschiebungen aus einer örtlichen Einheit heraus Halt, sondern montiert oder arrangiert voneinander entfernte Elemente zu Bildmetaphern zusammen. Munition wird zum formschönen Dekorationsobjekt und Konsumgegenstand, oder umgekehrt: Zwei Jahrzehnte später rücken in METALL DES HIMMELS (1935) von Walter

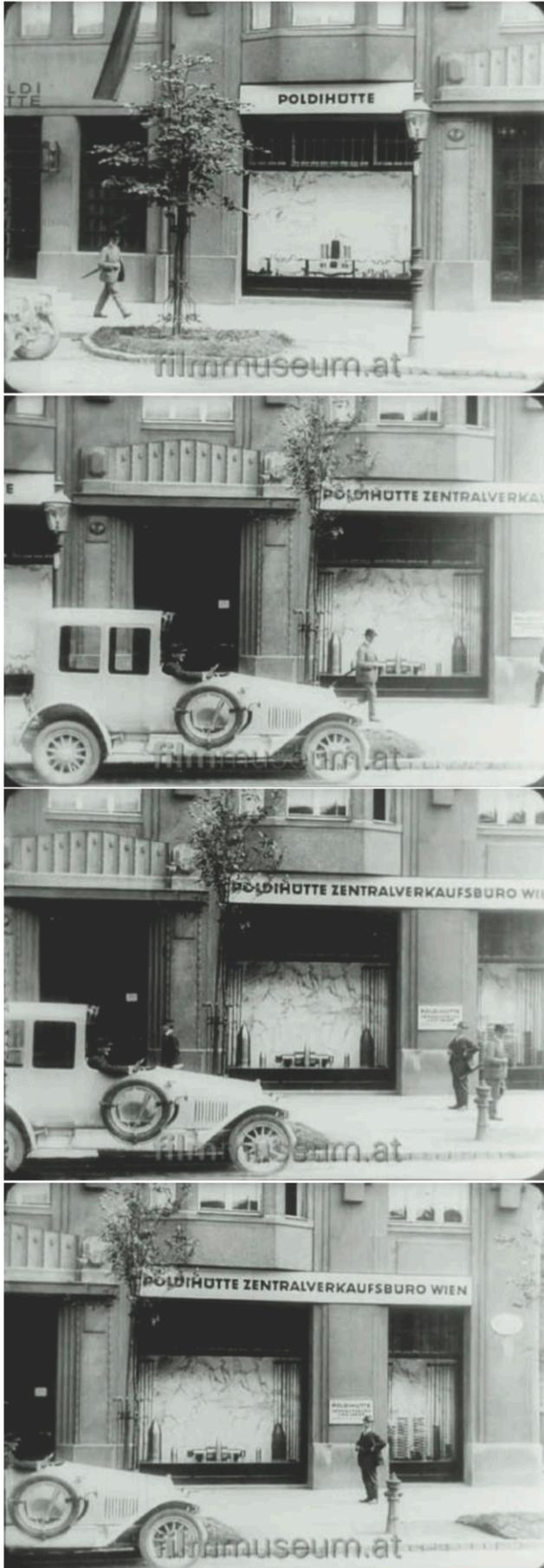
¹²⁰ Email von Gerhard Friedl an Fred Truniger, 24.8.2007, zitiert nach Pantenburg: „Back and Forth“, S. 173.

¹²¹ FABRIK POLDIHÜTTE ist der Archivtitel des Österreichischen Filmmuseums für eine Sammlung von Aufnahmen des Poldihütten-Betriebs, die sich zum Industriefilmklassiker DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES wie eine bruchstückhafte B-Seite verhält. Ob die Aufnahmen nicht verwendete Reste des letzteren Films darstellen oder Teile eines eigenständigen Partnerfilms, ist nicht geklärt.

¹²² Vgl. FABRIK POLDIHÜTTE, 0:00:37-0:01:04.

¹²³ Eine ähnlich ornamentale Anordnung von Geschossen wie in den Auslagen befindet sich auch im von Josef Hoffmann umgebauten und eingerichteten Inneren des Verwaltungsgebäudes, vgl. ebd., 0:02:05-0:02:34 (letzter Zugriff: 5.12.2014).

Abb. 5-8



Ruttman, einem Spezialisten für solche argumentativen Verdichtungen, Füllfedern als Fluggeschwader aus.¹²⁴

Für den Schwenk an der Gebäudefassade und seine Mischung von Ansichten- und dokumentarischem Kino ist nicht entscheidend, dass die Bewegung der Passanten offenkundig ‚inszeniert wird‘. Der Vorwurf des ‚Inszenierten‘ als Fälschung tritt erst mit einer nachdrücklichen Behauptung des ‚Dokumentarischen‘ auf, die zum Zeitpunkt der Produktion erst im Entstehen begriffen ist.¹²⁵ Bemerkenswerter ist, dass das Zusammenspiel aus Kamerabewegung, Menschen und Hausfront dem Akt des Schauens eine präzise gesetzte Verlaufskurve gibt. Diese führt zügig vorbei an der links oben angeschnittenen schwarzen Trauerfahne, hin auf den Höhe- und Haltepunkt an den Schaufenstern.

Zu dieser Einstellung und ihrer Durchdringung zivilen Straßen- und Auslagenraums mit Munition gibt es ein Pendant in *THE BATTLE OF THE SOMME*. Es handelt sich um einen Schwenk, der auf einen zeitgenössischen Skandal antwortet (**Abb. 9-12**).¹²⁶ Zu sehen sind, in einer regelrechten inneren Montage von aneinander gefädelten Seheindrücken, erst Pferde und leere Fuhrwerke, dann gestapelte Kisten, dann Soldaten bei weiteren Kisten, die schließlich zu zugedeckten Kisten laufen und die Abdeckplanen hochheben. Sie sehen aus, als würden sie die Geschenke auspacken, die ihnen die Munitionsarbeiterinnen und -arbeiter beschert haben, denen direkt vor dieser Einstellung schon in einem Zwischentitel gedankt wurde. Vor dem Hintergrund der britischen Shell Crisis von 1915, einem Munitionsengpass, der eine politische Führungskrise auslöste, hat diese Einstellung den Charakter einer demonstrativen Erwidierung: Die Kameraoperation gibt ein raumzeitliches Hintereinander als patriotischen Schriftzug zu lesen. Aus der Abfolge von Bildausschnitten, die jeder Schwenk herstellt, ist eine mit Bedeutung gesättigte Reihenfolge geworden.

In diesem Sinn einer Gewinnung von Ordnung aus potenziell unabschließbarer Addition (und dann, und dann...) machen auch die besprochenen Industriefilm-Schwenks im Kleinen sinnfällig, wie sehr industrielle Arbeit in Industriefilmen erst zur Wahrnehm-, Versteh- und Erzählbarkeit geformt wird. Mal dominiert in dieser Figurationsarbeit die Räumlichkeit des

¹²⁴ Vgl. Wasner/Schätz: „Wir müssen immer wieder an die Stelle zurück, wo die Gedankenkette damals abgerissen ist“, S. 110f.

¹²⁵ Vgl. Tom Gunning: „What’s the Point of an Index? Or, Faking Photographs“, in: *Nordicum Information* (2/2004), S. 42-44, <http://www.nordicom.gu.se/en/tidskrifter/nordicom-review-1-22004/whats-point-index-or-faking-photographs> (Zugriff: 25.10.2015); Vinzenz Hediger: „Vom Überhandnehmen der Fiktion. Über die ontologische Unterbestimmtheit filmischer Darstellung“, in: „*Es ist als ob*“. *Fiktionalität in Philosophie, Film- und Medienwissenschaft*, hrsg. v. Gertrud Koch/Christiane Voss, München: Fink 2009, S. 171f.

¹²⁶ Vgl. *THE BATTLE OF THE SOMME*, 0:04:49,13-0:05:41,23.



Abb. 9-12



Geländes (wie in den Panoramascenens von außen über das Poldihüttenwerk), mal ein Zeitfeil des Hintereinander, der in bestimmten Momenten die Konturen einer Argumentation annimmt (von der Fertigung eines Stücks zur Masse an Teilen; von der Trauerfahne zu den Geschossen im Schaufenster). Der filmischen Arbeit am Herstellungsprozess geht der folgende Abschnitt anhand einer Serie von Industriefilmen aus den frühen 1920er Jahren nach. Mein Fokus liegt hier nicht mehr auf einem einzelnen formalen Element, sondern auf den oft unscheinbaren Setzungen bei der filmischen Präsentation und Verkettung von Handgriffen und Maschinenbewegungen. Diese sind auch hier investiert in ein nationales Projekt: Produziert von einer Nachfolgeinstitution des k.k. Kriegspressequartiers, sollen sie nach innen wie außen den industriellen Aufbau der Ersten Republik vorführen.

II.2.2. Einsehbare Kräfte: Staatliche Bundesfilmhauptstelle ca. 1923

Die Geschichte des Industriefilms wird gelegentlich als eine der großen Romanzen der Industriemoderne erzählt: Ein mechanisch basiertes Maschinenmedium zeichnet mechanisch basierte Maschinenarbeit auf. Beide entstehen im thermodynamischen Zeitalter der Arbeit, in dem sich Produktivität an der Transformation von Kraft in Leistung bemisst – ein Vorgang, der visuell gedacht wird, wie Vinzenz Hediger unterstreicht: „Work is a process in the realm of the visible, and the disappearance of work through rationalization is measurable in term of visible quantities.“¹²⁷ Wenn dieses thermodynamische durch ein kybernetisches Regime und dessen informationelle Kontrollmodelle ersetzt wird, dann geraten auch die Aufzeichnungspotenziale des Industriefilms in die Krise, so erzählt Hediger das Ende der Affäre.¹²⁸

So plausibel diese Geschichte in ihren groben Zügen ist, so unerlässlich ist es, festzuhalten, wie viel praktische Beziehungsarbeit sie Industrie wie Film von Anfang an abverlangt hat. In einem Text im österreichischen Fachblatt *Der Filmbote. Zeitschrift für alle Zweige der Kinematographie* werden 1922 allerhand schmutzige Geheimnisse aus dem Intimbereich filmisch erfasster Maschinenarbeit ausgeplaudert. Der Aufsatz, dessen Autorin oder Autor

¹²⁷ Vinzenz Hediger: „Thermodynamic Kitsch. Computing in German Industrial Films, 1928/1963“, in: *Films that Work. Industrial Film and the Productivity of Media*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, S. 128.

¹²⁸ Vgl. ebd. S. 139-146. Zum Wechsel zwischen thermodynamischen und kybernetischen oder informationstheoretischen Modellen von Arbeit, vgl. Bernhard Siegert: „Am Ende der Kräfte. Von der thermodynamischen zur nachrichtentheoretischen Welt“, in: *Zeichen der Kraft. Wissensformationen 1800 - 1900*, hrsg. v. Thomas Brandstetter/Christof Windgätter, Berlin: Kadmos 2008, S. 273-285.

ungenannt bleibt, handelt vom „technischen Lehrfilm“, der im Titel als „der schwerste Lehrfilm“ eingeschätzt wird: „Natürlich gibt es geschickte und weniger geschickte Lehrfilmhersteller, allein fast alle Gebiete der Technik sind für den Film eigentümlich spröde, und sehr vieles entzieht sich oft von vornherein der Darstellung im Film, auch im Trickfilm.“ Obwohl der Verweis auf den Trickfilm bereits über die Einschränkungen der fotografischen Aufnahme hinausweist, die Probleme also ins Prinzipielle des Lernens durch das Sehen von Bewegtbildern verschiebt, gilt die im Text formulierte Sorge größtenteils Übersetzungsschwierigkeiten bei der Aufzeichnung der Werkhallenwirklichkeit:

Im Laufbild sieht der ungeglühte Draht genau so aus wie der geglühte, gebackenes Brot fast genau so wie das noch nicht gebackene usw. Von aller körperlichen Erfahrung, die für den Techniker unentbehrlich ist, übermittelt der Film selten mehr als die Oberflächenbeschaffenheit, ausschließlich optisch gewertet, jedoch unter ungewöhnlichen Beleuchtungsverhältnissen.¹²⁹

Die ‚ungewöhnlichen Beleuchtungsverhältnisse‘ verweisen auf die zusätzlichen Lichtquellen, die beim Drehen von Industriefilmen in der Regel aufgestellt werden mussten, um – bei wenig lichtempfindlichem Filmmaterial und oft mäßig beleuchteten Fabrikträumlichkeiten – ein kenntliches Filmbild zu erhalten. Wenn Fabrikhallen in Industriefilmen der 1920er und 1930er Jahre lichtdurchflutet wirken, dann ist das in der Regel den Notwendigkeiten der Filmproduktion geschuldet, rückt aber freilich zugleich die dargestellten Produktionsbedingungen in der Fabrik in ein ‚unrealistisch‘ günstiges Licht. Die Geschichtswissenschaft haben am Industriefilm vor allem diese und ähnliche ideologische Verzerrungen bei der filmischen Darstellung von Industriearbeit interessiert: an den Geräten Arbeiterinnen und Arbeiter im Sonntagsstaat, überall Herren im weißen Mantel bei der Produktkontrolle.¹³⁰

Der Text in *Der Filmbote* ist repräsentationspolitisch gleichgültiger, aber medienästhetisch schlauer: Er setzt eine Differenz zwischen Kamera-Wirklichkeit („Oberflächenbeschaffenheit, ausschließlich optisch gewertet“) und Alltagswahrnehmung (samt ihrer „körperlichen Erfahrung“) voraus, die das Ideal eines unverfälschten Einblicks durch den Fensterrahmen der Leinwand bereits hinter sich gelassen hat. Aufnehmen heißt bearbeiten. Die „gewissen Vorsichtsmaßregeln“, die nötig seien, damit beispielsweise „zahlreiche Räder und andere umlaufende Teile [...] im Film richtig herauskommen“, werden im Text nur angedeutet.¹³¹ Beiträge in der *Allgemeinen Photographischen Zeitung*, dem *Verbands-Organ des Fachverbandes österr. Photographen-Genossenschaften*, geben hier – zumal für den Bereich der

¹²⁹ N.N.: „Der technische Lehrfilm – der schwerste Lehrfilm“, in: *Der Filmbote*, 25.03.1922 (12/1922), S. 8.

¹³⁰ Zu diesen Fragen nach „strategies of representation“, vgl. Hediger: „Thermodynamic Kitsch“, S. 130.

¹³¹ N.N.: „Der technische Lehrfilm“, S. 8.

Standfotografie im Dienst der Industrie um 1922/23 – detaillierter Bescheid: Gegen „das Auftreten von Spitzlichtern und Reflexen“ auf Maschinen wird das Einreiben der spiegelnden Teile mit einer „Mischung aus gleichen Teilen Talg und Terpentinöl“¹³² empfohlen. Schwer sichtbare Stellen sollen durch Kreide akzentuiert werden.¹³³ Vor Teleobjektiven wird gewarnt, „da für unsere Zwecke die Schärfenzeichnung zu wünschen übrig lässt und sich bei der meist staubgeschwängerten Werksluft kaum brauchbare Aufnahmen mit diesen gegen atmosphärische Einflüsse sehr empfindlichen Objektivtypen erzielen lassen.“¹³⁴ Beim Bewegtbild verschieben und vermehren sich die Problemquellen noch, heißt es in *Der Filmbote*:

Sehr viele alltägliche Bewegungen in der Technik, einerlei ob mit der Hand oder durch Maschinen ausgeführt, sind jedoch zu schnell, als dass mit 16 oder 18 Aufnahmen bei zeitgetreuer Wiedergabe ein gutes ‚Lebendiges Bild‘ zustandekommen könnte. [...] Das Mittel der beschleunigten Aufnahme wäre in vielen Fällen der brauchbare Ausweg, aber seine Anwendung ist aus vielen Gründen nicht einfach.¹³⁵

Nicht nur bei einer Freisetzung des Benjamin’schen ‚optischen Unbewussten‘ in der Bewegungsanalyse stellt der Text praktische Hindernisse fest, sondern auch bei der Lenkung des Blicks innerhalb und zwischen Einstellungen. Hier wird auch die Wahl des adressierten Publikums entscheidend: „Es gibt Dutzende von technischen Filmen, die dem Fachmann durchaus verständlich sind, dem Lernenden und ebenso natürlich dem gewöhnlichen Kinobesucher aber nichts geben, weil die Bilder dem Nichteingeweihten nur als ein Wirrwarr bewegter Maschinenteile erscheinen.“¹³⁶

Mit ‚Lehrfilmen‘ sind hier offenkundig nicht Filme zur Unterweisung in bestimmte Aufgaben gemeint sind, sondern Schulfilme mit einem allgemeiner gefassten Bildungsauftrag – Unterricht *über* einen, nicht *in* einem Herstellungsprozess. Dementsprechend empfiehlt der Text zur Stabilisierung der Filmrezeption nicht die Mikroanalyse einzelner Handgriffe, sondern die narrative Klammer eines gesamten Herstellungsprozesses: „Am aussichtsvollsten ist die Anwendung des Films dann, wenn ein Werkstoff von seiner Gewinnung bis zum Fertigfabrikat verfolgt wird.“ Diese Darstellung des Werdegangs vom Rohstoff zum Endprodukt („Werdegang-Filme“ wird im Text als Begriff für Fabrikationsfilme vorgeschlagen) ist nicht nur auf

¹³² Joh. Haubold: „Die photographische Aufnahme von Maschinen“, in: *Allgemeine Photographische Zeitung*, 01.12.1923 (22-24/1923), S. 119.

¹³³ Vgl. Franz Pachleitner: „Industrielle Photographie“, in: *Allgemeine Photographische Zeitung*, 01.09.1922 (17-18/1922), S. 226.

¹³⁴ Ebd., S. 225.

¹³⁵ N.N.: „Der technische Lehrfilm“, S. 8.

¹³⁶ Ebd., S. 8.

bestimmte, physikalische Bearbeitungsprozesse angewiesen („Zerkleinern, Vereinen von Teilen, Formgebung durch Maschinen der verschiedensten Art“).

In der Art, wie der Text die Abschnitte „Gewinnung“, „Bearbeitung“ und „Verwendung“ als hochkodifizierte Teile des Fabrikationsfilms aufschlüsselt, wird dessen Erzählverlauf als ein weiterer Eingriff zur filmischen Herstellung von Erkennbarkeit kenntlich, als eine eigendynamische Übersetzung von Produktionsabläufen in Filmdramaturgie. So mag die abschließende Einstellung von Gebrauch oder Konsumtion des eben Hergestellten im Falle einer Süßspeisen-Fabrik nicht „rein sachlich notwendig“ sein, aber vielleicht bei intendierter Verwendung in Schulen einen „stimmungsvollen Ausklang“ bieten.¹³⁷

Dass der Text an dieser Stelle zur Veranschaulichung Süßspeisen- und Zigarettenproduktion verwendet, gibt auch über das implizite Erzählmodell von Produktion Aufschluss. Die idealtypische Vorstellung eines ‚Schritt für Schritt‘ vorwärts laufenden Produktionsprozesses, die den Fabrikationsfilm bestimmt – seine Betonung der Abfolge statt der Gleichzeitigkeit von Arbeitsabläufen –, kommt eher der Aufbereitung von Lebensmitteln entgegen als beispielsweise der Herstellung von Unterhaltungselektronikprodukten. Bei Letzterer greifen zahlreiche hochspezialisierte, parallel ablaufende Einzelprozesse nur an einzelnen Punkten ineinander. Orientiert sich die Montage eines Films konsequent an einer solchen Produktionslogistik, ihrem „Zusammenwirken von Ausdifferenzierung hochspezialisierter Fertigungsprozesse und deren organisatorischer Rückbindung auf einer höheren Ebene“, dann kommt unter Umständen weniger eine von Station zu Station vermittelnde Arbeitsschritte-dramaturgie heraus als der fragmentarisch-komplexe Bild- und Tonschnitt von Joris Ivens’ PHILIPS RADIO.¹³⁸

Aufbau (I): Arsenal

Sowohl die strukturellen Variationsmöglichkeiten innerhalb des Fabrikationsfilmschemas (diesseits Ivens’scher Radikalisierung) als auch die Inszenierungsarbeit, die in den filmischen Nachvollzug von Bewegungsabläufen und Kraftaufwendungen investiert werden muss, führt

¹³⁷ Ebd., S. 9.

¹³⁸ PHILIPS RADIO, 1931, für Philips N.V. (Amsterdam), Regie: Joris Ivens. Quelle: DVD-Box *Joris Ivens Weltenfilmer. Filme 1912-1988, DVD 1 1912/1933*, Berlin: absolut Medien 2009, SW, Ton, 35’48”. Heinz B. Heller: „Die filmische Avantgarde in der Fabrik. Beobachtungen und Anmerkungen zu den Industriefilmen von Walter Ruttmann und Joris Ivens“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 54; Lydia Nsiah: „Werbe-/Industriefilm: Vereinte Empfindung im Rhythmus von PHILIPS RADIO“, in: *Hans Richters RHYTHMUS 21. Schlüsselfilm der Moderne*, hrsg. v. Forschungsnetzwerk BTWH, Würzburg: Königshausen & Neumann 2012, S. 179-182.

eine Reihe von österreichischen Industriefilmen aus den frühen 1920er Jahren prägnant vor. Es handelt sich um sechs im Bestand „Filmarchiv der media wien“ im Wiener Stadt- und Landesarchiv erhaltene Filme, die von der Staatlichen Filmhauptstelle (ab hier kurz: FHS) produziert wurden.¹³⁹ Diese 1919 gegründete staatliche Einrichtung war auf die Produktion von Lehr- und Kulturfilmen spezialisiert, ihr öffentlicher Auftrag sah die Unterstützung von Volksbildung und Wissenschaft sowie die Werbung für österreichische Interessen im In- und Ausland vor.¹⁴⁰

Die Herstellung lässt sich auf 1922 bis 1924 datieren, und vier der Filme wurden als Teilelemente einer Serie gedreht, die in den Aufzeichnungen der FHS als „Arsenalfilm“ firmiert. Obwohl diese Filme im Verzeichnis der FHS als voneinander unabhängige Einheiten eingetragen wurden, waren sie also potenziell auch Teile eines zusammenhängenden Gesamtfilms (zu dem neben den vier im Wiener Stadt- und Landesarchiv erhaltenen Filmen weitere mit Titeln wie BILDER AUS EINER SÄTTLEREI und WIE EIN PFLUG ENTSTEHT gehörten).¹⁴¹ Zu diesem Arsenal-Komplex verhalten sich die beiden Filme, die nicht in den Werkstätten des Wiener Arsensals gedreht wurden – DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR und HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN –, als stimmige thematische und motivische Komplementärstücke.

¹³⁹ Die Filme sind: AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK, circa 1922-23, mp4 von 16mm, 13'02'' (16 fps); BILDER AUS EINER EISENGIESSEREI, circa 1922-1923, mp4 von 16mm, 8'09'' (16 fps); BILDER AUS EINER GROSSSCHMIEDE, circa 1922-1923, mp4 von 16mm, 4'33'' (16 fps); BILDER AUS EINER MÖBELTISCHLEREI, circa 1922-1923, mp4 von 16mm, 10'26'' (16 fps); HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, circa 1923-1924, mp4 von 16mm, 15'00'' (16 fps); DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR, 1923, mp4 von 16mm, 16'40'' (16 fps); für alle: Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm. Ausschnitte aller Filme sind, neben Angaben und Recherchematerialien, auf <http://mediawien-film.at/> (Zugriff: 26.10.2015). Als ausführender Filmemacher wird auf den Evidenzblättern im Wiener Stadt- und Landesarchiv „Hr. Glück“ genannt, vermutlich Hans Glück, der auch in den beiden folgenden Jahrzehnten in Österreich als Kameramann nichtfiktionaler Auftragsarbeiten tätig war. Vgl. N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 69“, N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 71“, N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 75“, Dokumente im Filmarchiv der media wien, Wiener Stadt- und Landesarchiv. In den Evidenzblättern wird auch die – erst 1938 gegründete – Wiener Landesbildstelle als Auftraggeber oder Produzent angegeben. Zu Hans Glück, vgl. N.N.: „Hans Glück“, in: *Filmarchiv der media wien*, <http://mediawien-film.at/akteur/40/> (Zugriff: 26.10.2015), sowie Elisabeth Büttner/Christian Dewald: „07 – Festkultur“, in: *Filmarchiv 47* (10-11/2007), S. 37.

¹⁴⁰ Vgl. Verena Moritz/Karin Moser/Hannes Leidinger: *Kampfzone Kino. Film in Österreich 1918-1938*, Wien: Filmarchiv Austria 2008, S. 44-51; Karin Moser: „Nach dem Krieg – Die Staatliche Filmhauptstelle: Verwalter des Vergangenen, Mahner der Gegenwart, Propagandist einer neuen Idee“, in: *Der Erste Weltkrieg und das Ende der Habsburgermonarchie*, virtuelle Ausstellung, hrsg. v. Schloss Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H., 2014, <http://ww1.habsburger.net/de/kapitel/nach-dem-krieg-die-staatliche-filmhauptstelle-verwalter-des-vergangenen-mahner-der-gegenwart> (Zugriff: 25.10.2015).

¹⁴¹ Vgl. OeStA/AdR BKA Stk alt MSL 237 (ex 1922), N.N.: „Film-Fabrikation pro März 1922“, N.N.: „Rechnung No. 0485“. Danke für den Hinweis an Katrin Pilz. Für DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR, vgl. *Entscheidungen der Wiener Filmzensur 1922-1925*, hrsg. v. Thomas Ballhausen/Paolo Caneppele, Wien: Filmarchiv Austria 2002, S. 97. Am Ende von HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN ist ein Festakt zu sehen, wahrscheinlich die Eröffnung der ersten strombetriebenen Teilstrecke der Arlbergbahn zwischen Innsbruck und Telfs am 22. Juli 1923. Der Abschluss der Bauten an der Arlbergbahn am 14. Mai 1925 hat in den Film noch keinen Eingang gefunden. Vgl. Materialien und Angaben auf N.N.: „ELEKTRISCHE LOKOMOTIVE“, in: *Filmarchiv der media wien*, <http://mediawien-film.at/film/72/> (Zugriff: 26.10.2015). Zur Auflösung der Filmhauptstelle im Juli 1924, vgl. Moritz/Moser/Leidinger: *Kampfzone Kino*, S. 54.

Gemeinsam ergeben die sechs Filme eine Zusammenschau wirtschaftlicher Aufbauabsichten des aus dem Ersten Weltkrieg hervorgegangenen Kleinstaats Österreich Anfang der 1920er Jahre. DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR behandelt den Bau des Wasserkraftwerks Partenstein, des bei seiner Eröffnung 1924 größten und modernsten Kraftwerks in Österreich, HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN die Elektrifizierung der Arlbergbahn – beides gut publizierte Schlüsselprojekte einer neuen nationalen Energiepolitik, die auf den Verlust der Kronländer und darin befindlicher Kohlenvorkommen reagierte und zugleich durch staatliche Investitionen Arbeitsplätze schaffen sollte.¹⁴²

Beim Arsenal handelte es sich ebenfalls um einen mit bedeutungsgeladenen Schauplatz der österreichischen Aufbaupolitik. „Das Wiener Arsenal wurde aus einem Kriegs- in einen Friedensbetrieb umgewandelt. Es ist eine Stadt von [680.000] m² Fläche,¹⁴³ 140 Gebäuden und wird von 15Km Eisenbahngleisen durchzogen“, informiert BILDER AUS EINER GROSSSCHMIEDE zu Beginn. Die Umstellung der ehemaligen Heeresbetriebe in eine einigermaßen kontinuierliche Friedensproduktion erfolgte im Februar 1921 durch die Umwandlung in die gemeinwirtschaftliche Anstalt Österreichische Werke.¹⁴⁴ In den folgenden Jahren war dieses Unternehmen Brennpunkt heftiger politischer und publizistischer Auseinandersetzungen über Nutzen und Schaden gemeinwirtschaftlicher Betriebsführung und Mitbestimmung durch die Arbeiterschaft. Bürgerliche Polemiken gegen den Missbrauch staatlicher Mittel bestimmten die Debatte.¹⁴⁵ Die Stoßrichtung der filmischen Darstellung ist dagegen die Demonstration wiedererstarkter industrieller Potenz. Das schlägt sich bereits in der Wahl der gezeigten Betriebe nieder. Die fünf in den bekannten Arsenal-Filmen vertretenen Betriebszweige – Schmiede, Gießerei, Werkzeugmaschinenfabrik, Tischlerei und Sattlerei – waren die einzigen, die im heterogenen Produktionsprogramm der Österreichischen Werke bis Ende 1923 Gewinne erwirtschafteten.¹⁴⁶

¹⁴² Vgl. Roman Sandgruber: *Ökonomie und Politik. Österreichische Wirtschaftsgeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart*. Themenband von *Österreichische Geschichte*, hrsg. v. Wolfram Herwig, Wien: Ueberreuter 1995, S. 363-365, 371f., sowie die historischen Presseartikel in: N.N.: „ELEKTRISCHE LOKOMOTIVE“; N.N.: „DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR“, in: <http://mediawien-film.at/film/75/> (Zugriff: 26.10.2015).

¹⁴³ Im deutschsprachigen Zwischentitel sind irrtümlich „680“ Quadratmeter angegeben.

¹⁴⁴ Vgl. Philipp Georg Greiling: *Das Wiener Arsenal in Geschichte und Gegenwart. Eine Analyse der historischen Systembrüche in Österreich unter Anwendung des historischen Institutionalismus-Ansatzes*, Diss., Universität Wien 2013, S. 108-110.

¹⁴⁵ Vgl. ebd., 118-120.

¹⁴⁶ Vgl. ebd. S. 118. Die Tischlerei wurde bereits im Juli 1922 in eine Ges.m.b.H. gemeinwirtschaftlichen Charakters ausgegliedert, vgl. ebd., S. 118.

Lange Dauer war keinem der wirtschaftspolitischen Vorhaben beschieden, die diese Filme dokumentieren: Die Sozialisierungspolitik, angestoßen von der SDAP, die 1920 aus der Regierung schied, blieb auf einige Staatsunternehmen der Kriegswirtschaft beschränkt,¹⁴⁷ die ambitionierten Pläne zur Förderung von Wasserkraft und Elektrifizierung der Bundesbahnen kamen schon vor der 1929 einsetzenden Weltwirtschaftskrise wieder zum Erliegen.¹⁴⁸ Neben diese Projekte versuchter wirtschaftspolitischer Neuausrichtung – geprägt durch territoriale Verluste, Inflation und den erst markanten, dann in der Bundespolitik ab 1920 zurückgedrängten Einfluss der Sozialdemokraten – lässt sich die FHS selbst einordnen: Wie die dort untergebrachten Österreichischen Werke war sie Erbin der Kriegsproduktivität und unterhielt deshalb auch ein Studio am Arsenalgelände.¹⁴⁹ Die Laboratorien, Apparaturen und Filmbestände der Filmstelle des k.k. Kriegspressequartiers bildeten den Grundstock dieser ‚Neugründung‘, die direkt der Staatskanzlei unterstellt war.¹⁵⁰ Und ähnlich wie im Arsenal wurden große Pläne verstaatlicher Produktion bald (mit der Übernahme durch Direktor Leopold Harting 1921) auf einen defensiveren Kurs gebracht und wenig später (Liquidierung der Filmhauptstelle durch Beschluss des Ministerrats 1924) eingestellt.¹⁵¹

Die sechs Filme sind also selbst Erzeugnisse jenes staatlichen Aufbauprojekts, für das sie werben sollen.¹⁵² In ihrem belehrend-bewerbenden Auftrag leisten sie sich keine außergewöhnlichen formästhetischen und rhetorischen Manöver, auch wenige explizite Verweise auf einen nationalen Zusammenhang, der über die Konkretion dieser und jener Arbeit im Werk oder am Bau hinaus ginge. Auf nüchterne, knapp erläuternde Zwischentitel folgen Einstellungen, welche das zuvor schriftlich Angekündigte – meist einen bestimmten Arbeitsschritt – zeigen. Aber genau das Durchlässige (zwischen den Filmen und für verschiedene Präsentationszusammenhänge von Schulkino bis Industriemesse) erweist sich als absichtsvoll und gekonnt gebaut. Schon die durchgehend bilinguale Gestaltung der Zwischentitel auf deutsch und französisch in den erhaltenen Kopien verweist auf mehrfache Einsetzbarkeit im

¹⁴⁷ Vgl. ebd. 98-101.

¹⁴⁸ Vgl. Sandgruber: *Ökonomie und Politik*, S. 364, 371. Marc Schwaar: „Stromzeiten“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 191-194.

¹⁴⁹ Vgl. Ortsangaben in: OeStA/AdR BKA Stk alt MSL 234 (1919). Danke für den Hinweis an Katrin Pilz.

¹⁵⁰ Vgl. Moritz/Moser/Leidinger: *Kampfzone Kino*, S. 42, Moser: „Nach dem Krieg – Die Staatliche Filmhauptstelle“.

¹⁵¹ Vgl. Moritz/Moser/Leidinger: *Kampfzone Kino*, S. 44-54.

¹⁵² Die Filme zeigen freilich auch Arbeit in privatwirtschaftlichen Betrieben, wie im Fall der Elektrischen Lokomotiven, deren mechanische Teile von der Wiener Lokomotivfabrik AG in Floridsdorf und deren elektrische Teile von den Österreichischen Brown-Boveri-Werken in Wien hergestellt wurden. Vgl. N.N.: „Die elektrischen Lokomotiven der Oesterreichischen Bundesbahnen“, in: *Die Lokomotive* (5/1925), S. 80, verfügbar unter: <http://mediawien-film.at/film/72/> (Zugriff: 26.10.2015).

nationalen Inneren und internationalen Außen. Projektionen bei internationalen Messen und Industrieausstellungen liegen ebenso nahe¹⁵³ wie Vorführungen vor ausländischen Delegationen, die für andere Produktionen der FHS belegt sind.¹⁵⁴ Das Spezifische wie das Offene der Filme wird im Folgenden in drei Aspekten eingefangen: ihrer Inszenierung elektrischer Kräfte, ihrer Präsentationsweise und ihren modularen gegenseitigen Bezügen.

Aufbau (II): Strom

Kern des Aufbauprogramms, das die Filme gemeinsam formulieren, ist die Elektrizität. Als vorherrschendes Antriebsmittel auch in Klein- und Mittelbetrieben konnte sich der Elektromotor in Österreich erst im Laufe der 1920er Jahre, die Kraftwerksneubauten flankierend, durchsetzen.¹⁵⁵ „Millionen von Pferdekraften fließen täglich ungenutzt zu Tal“, heißt es im Kraftwerksfilm *DIE TECHNIK IM KAMPF MIT DER NATUR* gleich nach dem Titel, und weiter: „Erst der Kohlenmangel während des Krieges gab den Anlass, die schlummernden unermesslichen Kräfte dem Lande nutzbar zu machen.“ Die ersten drei Einstellungen des Films vollziehen diese Formulierung visuell nach, lösen die Ressource Wasser aus einem idyllisch ins Bild gesetzten Naturreichtum: Das erste Bild zeigt eine Seenlandschaft, gerahmt von einer Irisblende, an deren oberes Halbrund sich ein belaubter Ast schmiegt. ‚Schlummern‘ die Kräfte des Wassers in diesem Bild unter der gleichmäßigen Seefläche, bemühen sich die beiden folgenden Einstellungen des Kraftwerkflusses, der Großen Mühle, diese anschaulich zu machen: erst mit einer Totalen, die die Stromschnelle an einer alten Mühle vorbei zeigt, dann mit einer Großaufnahme weiß sprudelnden Flusswassers. In einem Film, der ansonsten trocken Baustellenlogistik und einen Kanzlerbesuch verzeichnet, stechen diese einführenden Einstellungen programmatisch heraus: als würde im Kräuseln und Schäumen einer Flussoberfläche Energie als solche – nicht als in Maschinen- und Menschenarbeit materialisierte Kraft – sichtbar werden.¹⁵⁶ Energie als gekräuselte, körperlose Form, diese visuelle Übersetzung blitzt in

¹⁵³ Zum Filmeinsatz auf Messen in Europa gibt Yvonne Zimmermann Hinweise. Die Schweizer Mustermesse Basel zeigte erstmals 1922 Industriefilme, im Rahmen nachmittäglicher Vorführungen und Filmvorträge auf einer Tageslichtbühne. Vgl. Zimmermann: „Industriefilme“, S. 258. Und bereits 1911 hatten die Siemens-Schuckert-Werke „ihren Stand an der Internationalen Industrie- und Gewerbeausstellung in Turin [...] mit einer fünfteiligen ‚Industriebild‘-Serie von durchschnittlich je vier Filmen [bestückt], die sich der Elektrizität im Hüttenbetrieb, im Verkehrswesen, in der Landwirtschaft und in der Textilindustrie widmeten.“ Ebd., S. 255.

¹⁵⁴ Vgl. Moritz/Moser/Leidinger: *Kampfzone Kino*, S. 47; N.N.: „(Die medizinischen Filme der österreichischen Bundesfilmhauptstelle.)“, in: *Der Filmbote*, 10.3.1923 (10/1923), S. 22.

¹⁵⁵ Vgl. Gerhard Meißl: „Rationalisierung und Automatisierung“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 122.

¹⁵⁶ Vgl. *DIE TECHNIK IM KAMPF MIT DER NATUR*, 0:00:07,13-0:01:04,08. Für eine ähnliche Steigerungsinszenierung ungenutzter Wasserkraft am Anfang eines Kraftwerkfildes, vgl. Fabian Zimmer: „Gefesselte Naturkräfte‘. Zur

HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN wieder auf, wenn die Funktionstüchtigkeit eines Transformators anhand des elektrischen Funkenschlags zwischen zwei Polen eruiert wird.¹⁵⁷

Als privilegiertes Mittel visueller Darstellung wird Wasser später in DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR in einem schematischen Modell des Kraftwerks eingesetzt: Um den Weg des Flusswassers vom Stausee durch einen Stollen und eine steile Druckrohrleitung auf die Kraftwerksturbine zu veranschaulichen, wird gefärbtes Wasser durch durchsichtige Rohre gelassen und treibt am Ende tatsächlich eine Miniaturturbine an.¹⁵⁸ Es ist anzunehmen, dass diese Mock-Up-Bastelarbeit unabhängig von den Dreharbeiten des Films hergestellt wurde. Im Unterschied zu den animierten Querschnittzeichnungen, die in Industriefilmen häufiger zum Erklärungseinsatz kommen, ist dem Modell eine Materialität eigen, die mindestens für den Augenschein plausibel simuliert, dass hier das gleiche physikalische Grundprinzip zu beobachten sei wie im geplanten Kraftwerk: Stürzendes Wasser trifft auf eine Turbine und dreht sie.

Kräfte an der Arbeit, einsehbar dimensioniert: So lässt sich auch das Werk des Fabrikationsfilms auf den Nenner bringen, den die fünf anderen Filme der Serie vorführen. Vier von ihnen zeigen Vorgänge aus dem „Bereich der Materialbearbeitung (Bohren, Drehen, Schleifen etc.)“, in dem Elektromotoren – im Vergleich mit vorgängigen Dampf- und Verbrennungsmotoren – besondere Effizienzsteigerungen der Produktion erzielten.¹⁵⁹ Teilautomatisiert und verbilligt wurde durch elektrischen Antrieb neben diesen Bearbeitungsverfahren vor allem auch der Materialtransport innerhalb der Fabrik – eine Voraussetzung dafür, „die Technik der ausgetüfelten Arbeitsteilung, die ursprünglich auf leichte Produkte (Nadeln, Gewebe, Schuhe) beschränkt war, auch bei den schweren Produkten einzusetzen.“¹⁶⁰

filmischen Inszenierung von Wasserkraft und Modernisierung“, in: *Das Vorprogramm. Lehrfilm, Gebrauchsfilm, Propagandafilm, unveröffentlichter Film in Kinos und Archiven am Oberrhein, 1900-1970. Eine französisch-deutsche Vergleichsstudie*, hrsg. v. Philipp Osten/Gabriele Moser/Christian Bonah/Alexandre Sumpf/Tricia Close-Koenig/Joël Danet, Heidelberg/Strasbourg: A25 Rhinofilm 2015, S. 127.

¹⁵⁷ Vgl. HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, 0:07:09,04-0:07:31,11.

¹⁵⁸ Vgl. DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR, 0:07:43,01-0:09:39,10.

¹⁵⁹ Meißl: „Rationalisierung und Automatisierung“, S. 117.

¹⁶⁰ Ernest Mandel: „Elektrotechnik – Antriebskraft der technologischen Revolution“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 100.

Kanonisch ist der Lastenkrane im Industriefilm als Transportmittel der Kamera für erhobene Fahrten durchs Werksgelände.¹⁶¹ Die hier untersuchten Filme setzen ihn diskreter, aber durchaus pointiert für ihre eigenen Bild- und Dramaturgiebewegungen ein. Die Ein- und Auslieferung massiver Metallobjekte per Kran dient zu Anfang und Ende von *BILDER AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK* als stabiler Rahmen einer dazwischen wenig geordneten Sammlung von Einstellungen. In *DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR* betonen die Auf- und Ab-Bewegungen der Kräne, an die sich Schwenks heften, die vertikale Gliederung der Kraftwerksbaustelle.¹⁶² Seine eigene Großaufnahme bekommt (oder erzeugt) der Lastkran in *HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN*: Während ein weißer Metallzylinder im Mittelgrund bearbeitet wird, hebt eine Zange den nächsten im Vordergrund hoch, bis er den Kader ausfüllt, Arbeiter und Maschine verdeckend (**Abb. 13-14**).¹⁶³ Zum Ende hin betont derselbe Film das massive Gewicht der vom Kran bewegten Metallteile durch eine Gegenüberstellung von Animation und Realfilm: Das Aufsetzen eines Rahmengestells mittels Lastkran wird erst als abstrahierter Querschnittzeichentrick gezeigt, dann in Realaufnahmen, deren diagonaler Aufnahmewinkel das Volumen der aufeinandergesetzten Teile akzentuiert.

Beiläufig presentational

Auf eine entschiedene Poetik der Automatisierung zielen die Filme trotzdem nicht ab. Die meisten Maschinen teilen Einstellung (oft eine Amerikanische) mit den Menschen, die sie bedienen, dazwischen wird auch direkt mit Hämmern an Motorteilen hantiert.¹⁶⁴ Die Einstellungen erstrecken sich selten in die Bildtiefe, trotzdem wirken die Werkshallen manchmal auffällig bevölkert: Vorarbeiter begutachten Handgriffe und Arbeitsproben¹⁶⁵, Schaulustige tauchen kurz im Hintergrund auf, fixieren die Kamera.¹⁶⁶ Oder – das lässt sich nicht immer eindeutig erkennen – beobachten auch sie wie das Publikum des Films, was die Kamera eben aufzeichnet?

Jedenfalls fügen sich diese meist zügig auf- und abtretenden diegetischen Beobachterfiguren in einen Adressierungsmodus der Filme, den man (bezugnehmend auf eine

¹⁶¹ ODINNADCATYJ (*DAS ELFTE JAHR*), 1928, Regie: Dziga Vertov. Quelle: DVD, München: Film & Kunst 2009, SW, stumm, 53'. Vgl. ebd., 0:19:47,24-0:20:11,19.

¹⁶² Vgl. *DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR*, 0:03:44,12-0:04:20,07, 0:11:19,05-0:11:42,15.

¹⁶³ Vgl. *HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN*, 0:01:08,03-0:01:23,15.

¹⁶⁴ Vgl. ebd., 0:04:37,14-0:04:54,08.

¹⁶⁵ Vgl. ebd., 0:01:57,14-0:02:04,07, 0:02:35,08-0:02:37,09, 0:03:17,07-0:03:20,13, 0:04:10,14-0:04:16,03; *AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK*, 0:03:46,08-0:04:01,00, 0:04:06,00-0:04:27,04.

¹⁶⁶ Vgl. *HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN*, 0:04:21,04-0:04:25,13, 0:05:42,04-0:05:53,03; *AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK*, 0:05:14,12-0:05:19,10.

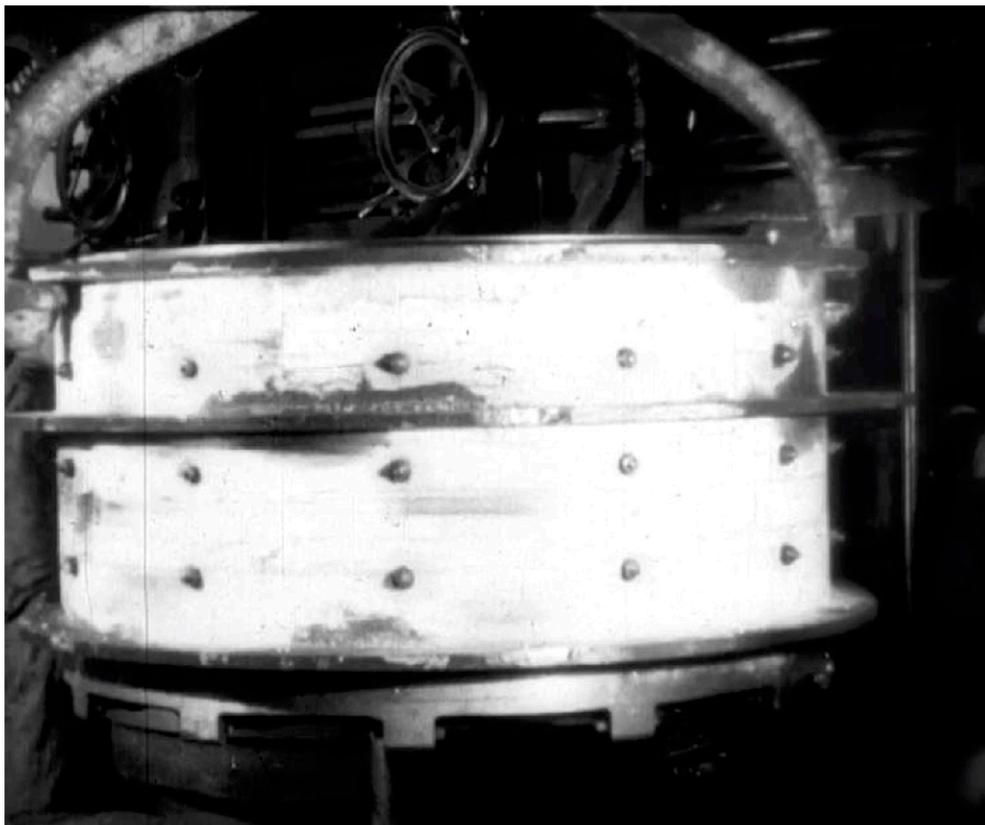
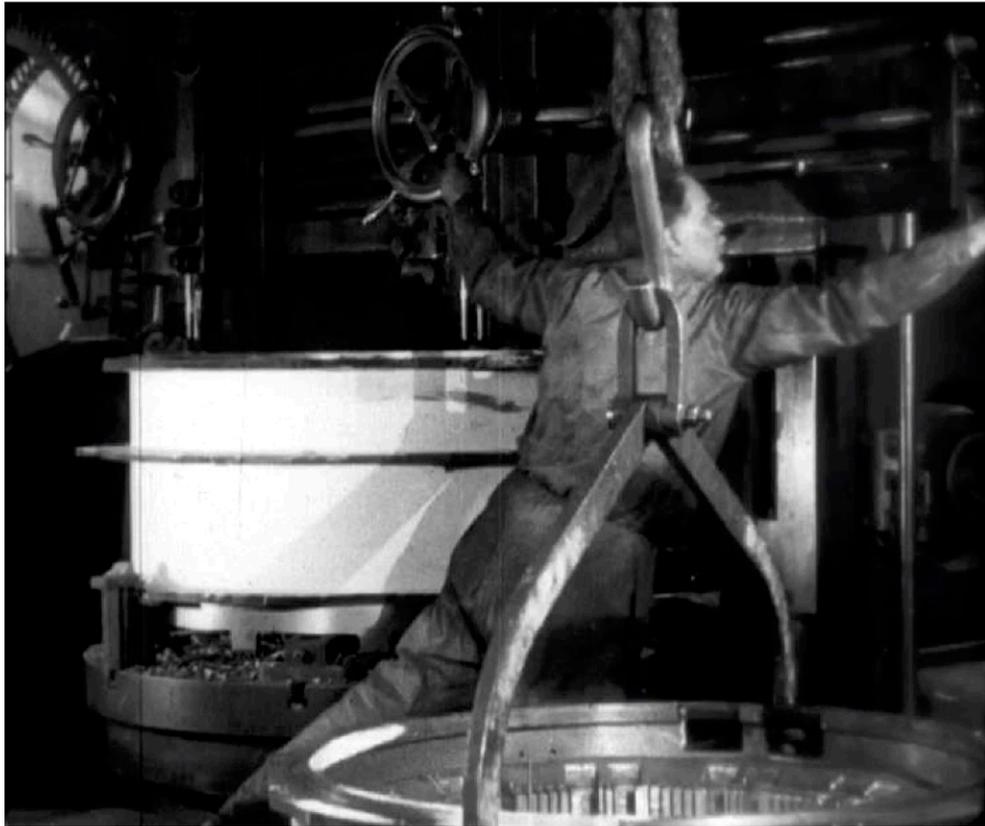


Abb. 13-14



Abb. 15-16

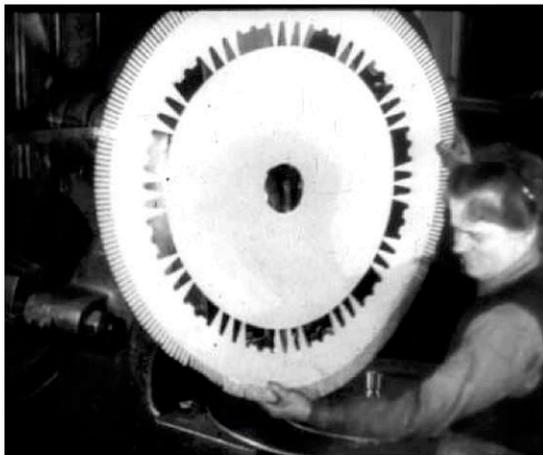
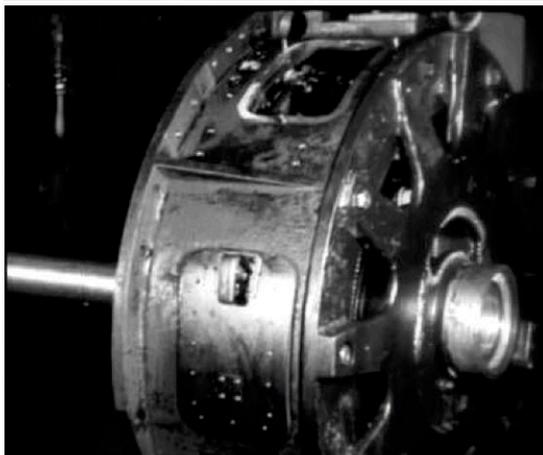
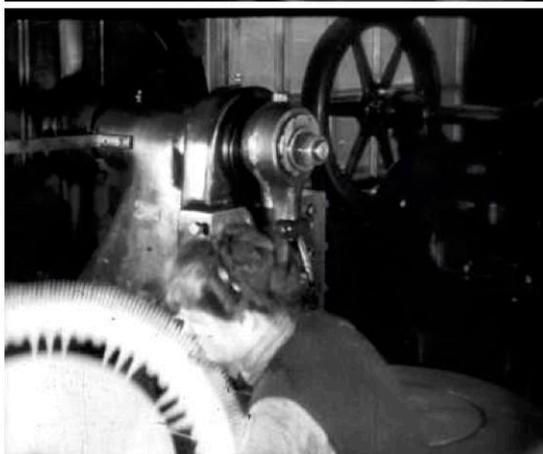


Abb. 17-18



in der Stilgeschichte des Films prominente Dichotomie) als ‚beiläufig *presentational*‘ bezeichnen könnte.¹⁶⁷ Exhibition, die Ausstellung von investiertem Kapital, gebündelter Arbeitskraft, angewandtem Herstellungswissen, ist Kerngeschäft von Fabrikationsfilmen. Dass sich in ihnen exhibitionistische, mehr präsentierende als repräsentierende Darstellungsverfahren halten, wie sie Gunning und Burch für ein frühes Ansichten- und Attraktionenkino beschrieben haben, verwundert insofern nicht. Aber diese Verfahren – der Kamera direkt zugewandte Blicke und Zeigegesten, frontales *staging*, schwache Verbindungen zwischen den Einstellungen eines Segments – werden eingebunden in eine flüssige Inszenierung, die ihre Zeigegesten diskret setzt, sie oft sogar aus Arbeitsabläufen heraus motiviert.

Zwei Beispiele aus HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, dem in dieser Hinsicht ergiebigsten Film: Ein Motorenteil hängt rechts vorne im Bild, das kleinteilige Gehäuse gut einsehbar dem Blick der Kamera zugewandt. Dieser exponierte Motorenteil wird noch in derselben Einstellung mit anderen zusammengesetzt. Der Arbeiter, der von Anfang an links neben dem Motorenteil hantiert, dreht es zu diesem Zweck erst um 90 Grad – und stellt damit die Einstellung um, vom Einblick in das Objekt zum Studium seiner Montage (**Abb. 15-16**).¹⁶⁸

Ähnlich eng verzahnt spielen Kameraposition und Arbeitergesten zuvor in einem Abschnitt über das Stanzen von Blechen zusammen: Ein Vorarbeiter nimmt ein Gehäuseblech vom Stapel, dreht, wendet und studiert es, hält es dabei, ohne seine eilige Routine merklich abzuändern, dem Blick des Publikums entgegen, das mit seiner fachkundigen Zufriedenheit übereinstimmen soll.¹⁶⁹ Das Stanzen von Ankerblechen in zwei Bearbeitungsschritten wird dann schließlich so ins Bild gesetzt, dass die Präsentation des Produkts für die Kamera in das Aufheben und Weiterreichen der kreisrunden Bleche bereits fast nahtlos eingeschlossen ist (**Abb. 17-18**).¹⁷⁰ Wo das eine ins andere übergeht, lässt sich hier nur noch einem kurzen Zögern in der Bewegung, einer geringfügigen Überdeutlichkeit der Geste ansehen. Angestrebt ist damit aber weniger die Realismusanmutung einer repräsentational zum Publikum hin abgedichteten abgeschlossenen Diegese als eine kondensierte Leistungsschau, die das Vorführen von Arbeits-handgriffen, Maschinen und Produkten flink ineinander verzahnt. Entsprechend unverblümt wird, beispielsweise in den Einstellungen vom maschinellen Stanzen, die Ablaufzeit verdichtet.

¹⁶⁷ Zur Unterscheidung *presentational* vs. *representational* in Bezug auf das frühe Kino, vgl. Charles Musser: *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press 1990, S. 3-6.

¹⁶⁸ Vgl. HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, 0:04:59,15-0:05:36,04.

¹⁶⁹ Vgl. ebd., 0:01:57,14-0:02:04,07.

¹⁷⁰ Vgl. ebd., 0:02:26,11-0:03:08,05.

Bei gleichbleibender Kameraposition springt der Film über Sekunden von Totzeit, in denen sich ein bereits vorgeführtes Verfahren wiederholen würde.¹⁷¹

Modular gebaut

Während HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN tatsächlich durchgehend einer sehr linearen Fabrikationsdramaturgie bis hin zur Inbetriebnahme der titelgebenden Lokomotiven folgt, fächern die anderen Filme diese auf. BILDER AUS DER EISENGIESSEREI konzentriert sich ausschließlich auf den Guss eines Objekts, bleibt dazu für drei Viertel des Films am selben Schauplatz in fast der gleichen Kameraposition. BILDER AUS EINER GROSSSCHMIEDE und AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK zeigen erst unterschiedliche Arbeitsverfahren, dann in der zweiten Hälfte die schrittweise Bearbeitung eines einzelnen Produkts. Und BILDER AUS EINER MÖBELTISCHLEREI reiht Werkstatttroutinen in einer groben Bearbeitungschronologie aneinander, die nicht notwendig ein einzelnes Endprodukt ansteuert: Erst werden Hölzer zugeschnitten, dann gehobelt, gefräst, furniert, bevor ein Büroschrank zusammengestellt wird und fertiggestellte Möbel verpackt und verladen werden. Als Bericht vom aktuellen Stand einer Baustelle fällt DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR aus der Reihe. Trotzdem werden innerhalb der raumorientierten Gesamtdramaturgie auch konsekutive Produktionsketten zur Gliederung eingesetzt: Steine, die beim Ausheben der Fundamente gewonnen wurden, werden zerkleinert zur Fundierung der Wehrmauer verwendet.

Auch zwischen den sechs Filmen deuten sich Verkettungen der Herstellung und Verwendung an, abseits der offenkundigen Klammer zwischen Wasserkraftwerk, E-Loks und E-Motoren: AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK beginnt mit dem Empfang einer Lieferung aus einer Gießerei, deren Prozesse BILDER AUS EINER EISENGIESSEREI zeigt. In BILDER AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK werden versandfertige Lokomotivenbestandteile und in BILDER AUS EINER GROSSSCHMIEDE Waggonpuffer produziert – Elemente also, die in HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN verarbeitet werden.

Diese gegenseitigen modularen Beziehungen der Filme, die ihre Produktionsabläufe ineinander staffeln, sind zweifach virtuell. Erstens waren die verschiedenen Werkstätten im Arsenal keineswegs gut aufeinander abgestimmt, wie die Zusammenschau suggerieren könnte. Im Gegenteil bildeten die Anlagen im Arsenal – auf Kriegsproduktion ausgerichtet und

¹⁷¹ Zu diesem Verfahren, das bereits in Aktualitätenfilmen in den 1900ern üblich war, vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 145, 159f.

während des Ersten Weltkriegs je nach kurzfristigem Bedarf ausgebaut – einen unorganischen Zusammenschluss mit wenig nachfrageorientiertem Produktionsprogramm. Für eine grundlegende Reorganisation des Betriebs fehlten die Mittel und die Akzeptanz durch Belegschaft und österreichische Privatindustrie.¹⁷² Insofern wäre der Eindruck sich gegenseitig potenzierender Produktivität primär ein Ergebnis der filmischen Serienherstellung.

Zweitens ist – auf der Ebene der Vorführungsgeschichte – die gemeinsame Programmierung von Filmen der Serie, wiewohl wahrscheinlich, kaum nachvollziehbar. Unbestimmt, unterdefiniert sind die Filme aber nicht nur wegen dieses Defizits an gesichertem Wissen, sondern vorsätzlich und gezielt. „Zwischentitel genügen hier freilich fast niemals [...]“, wird in „Der technische Lehrfilm“ auf die Notwendigkeit zusätzlicher Kontextualisierungen bei der pädagogischen Vorführung von Industriefilmen hingewiesen.¹⁷³ Die sechs Filme legen Spuren zur gemeinsamen Deutung vor einem klar umrissenen historischen Hintergrund, aber sie müssen zugleich anschlussoffen bleiben, einzeln als lehrreicher Einblick für Schulklassen und Volksbildungseinrichtungen genauso funktionieren wie als Werbung speziell für die Erzeugnisse staatlicher Betriebe (im Fall der elektrischen Lokomotiven: staatlicher Aufträge an die Privatindustrie) und allgemeiner für die wirtschafts- und energiepolitische Neuorientierung der jungen Republik nach innen und außen.

Indiz dieser Mehrfachverwertbarkeit der Filme als Halbfabrikate¹⁷⁴ ist aber nicht allein die karge Ausgestaltung, sondern genauso die erwähnte effiziente Beiläufigkeit der Inszenierung, die verschiedene mögliche Aufmerksamkeitsschwerpunkte – Maschinen, Verarbeitungsschritte, (Zwischen-)Produkte, Knowhow der (im Arsenal überwiegenden Fach-)Arbeiterschaft – balanciert. Wie Fabrikationsfilme – in Abgrenzung von solcher Anschlussoffenheit – ihrer Inszenierung von Arbeitsprozessen einen deutlicheren Rahmen geben und wie dieser Rahmen das davon Umschlossene informiert, ist Gegenstand des folgenden Abschnitts.

¹⁷² Vgl. Rudolf Gerlich: *Die gescheiterte Alternative. Sozialisierung in Österreich nach dem Ersten Weltkrieg*, Wien: Braumüller 1980, S. 314, 325f.

¹⁷³ N.N.: „Der technische Lehrfilm“, S. 10.

¹⁷⁴ Vgl. Zimmermann: „Industriefilme“, S. 274.

II.3. Fabrikation rahmen

Bearbeitet werden Arbeitsprozesse im Fabrikationsfilm nicht zuletzt durch die Kadrierung, wie eine markante Einstellungsfolge aus dem Strumpfwerbefilm *PERLEN DER OSTMARK*¹⁷⁵ demonstriert: Gegen Ende einer kursorischen Herstellungsmontage ist eine Arbeiterin in einem *medium shot* bei der Produktkontrolle von Seidenstrümpfen zu sehen. Darauf löst eine Nahaufnahme ihr Gesicht aus dem zuvor gezeigten Zusammenhang. In dieser Einstellung blickt die junge Frau nicht mehr auf den Strumpf, sondern durch ihn wie durch einen Schleier in die Kamera. Dieses proto-sternbergianische Arrangement (opaker Blick hinter flächiger Textur) hält nur eine knappe Sekunde an, löst sich danach per Rückschnitt wieder in Arbeitsroutine auf (**Abb. 19-20**).¹⁷⁶ Materielle und konzeptionelle Rahmungsverfahren greifen in diesem hervorgehobenen Moment ineinander: Durch die pointierte Veränderung des Bildausschnitts wird dem Publikum ein Wechsel des Referenzrahmens nahegelegt: vom Fabriksbesuch zum *glamour shot* eines Studiospielfilms.¹⁷⁷

Auf der Ebene der Bildkomposition veranschaulicht die Großaufnahme mit dem Strumpfschleier die Doppelfunktion des Rahmens, wie sie Georg Simmel 1902 definierte: Dieser übt „die Gleichgültigkeit und Abwehr nach außen und den vereinheitlichenden Zusammenschluss nach innen in *einem* Akte“ aus.¹⁷⁸ Nicht nur trennt die Rekadrierung einzelne Elemente aus dem zuvor präsentierten Arbeitszusammenhang, sie stiftet auch eine andere Konfiguration zwischen diesen Elementen und, damit verknüpft, eine andere Positionierung des – in der Großaufnahme plötzlich erwiderten – Blicks von Zuschauerin und Zuschauer.¹⁷⁹

¹⁷⁵ *PERLEN DER OSTMARK*, 1938, Rudolf Mayer Film (Wien) für Amazone Strümpfe, Regie: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 3'28" (24 fps).

¹⁷⁶ Vgl. ebd., 0:02:44,06-0:02:48,06.

¹⁷⁷ Zur Unterscheidung zwischen materiellen und konzeptionellen Rahmungen, vgl. Uwe Wirth: „Rahmenbrüche, Rahmenwechsel. Nachwort des Herausgebers, *welches aus Versehen des Druckers zu einem Vorwort gemacht wurde*“, in: *Rahmenbrüche, Rahmenwechsel*, hrsg. v. Uwe Wirth, unter Mitarbeit von Julia Paganini, Berlin: Kadmos 2013, S. 15.

¹⁷⁸ Georg Simmel: „Der Bildrahmen. Ein ästhetischer Versuch“, in: Ders.: *Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908. Band 1*, hrsg. v. Rüdiger Kramme/Angela Rammstedt/Otthein Rammstedt, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1995, S. 101.

¹⁷⁹ Zur Rahmung als Konfiguration im Inneren des Bildes und Definition der Beobachtungsposition, bezugnehmend auf Niklas Luhmann, vgl. Wirth: „Rahmenbrüche, Rahmenwechsel“, S. 26f.



Abb. 19-20

Gerahmt und in dieser Rahmung formatiert werden Herstellungsprozesse in Fabrikationsfilmen aber nicht allein durch die rechteckige Begrenzung des Bildausschnitts, sondern etwa auch durch Musik, begleitenden Text und durch andere Filmsequenzen, die sie in einen größeren erzählerischen oder argumentativen Bogen einspannen (ganz abgesehen von den filmüblichen Paratexten Vor- und Abspann).¹⁸⁰ Wie sich schon am Titel von PERLEN DER OSTMARK andeutet, ist die narrative Rahmung dieses Werbefilms für Strümpfe der Marke Amazone politisch aufgeladen: Der im Herbst 1938 durch die Zensur in Berlin zur Vorführung zugelassene Film¹⁸¹ beginnt mit einer Montagesequenz, die „Kultur, Naturschönheit und Bodenschätze“ der ostmärkischen Reichsgaue inventarisiert. Auffallend ist an dieser Zusammenschau vor allem die bruchlose Fortführung eines weitgehend zeitentrückt folkloristischen Österreichbilds in Musik, Wort und (wiederverwertetem) Filmbild, wie es vor dem ‚Anschluss‘ an das Deutsche Reich im austrofaschistischen Ständestaat üblich gewesen war. Die diskursive Einpflegung dieser erst kürzlich annektierten Regionen ins Deutsche Reich wird über das beworbene Unternehmen gewährleistet: Die Amazone-Strumpf-Fabrik, in Wien im Betrieb seit 1931, gehörte zur Textilfirma Wilhelm Hering KG mit Sitz in Sachsen. Entsprechend springt der Film von Wiens Altstadt erst – mit einer Fotografie und einer gemalten Collage – nach Sachsen, in „die Heimat der Strumpfwirker“, bevor er in der Fabrik in Ottakring ankommt.

Auf die folgende, knapp produktionschronologische Fabriksequenz färbt dieser Prolog, der immerhin die Hälfte der dreiminütigen Laufzeit beansprucht, in mindestens zweifacher Hinsicht ab: Da der Film direkt von einer gemalten Collage von Chemnitzer Sehenswürdigkeiten (prominent: der modern-wuchtige Bau der Deutschen Bank am Falkeplatz) ins Innere der Amazone-Fabrik springt und die Kommentarstimme im dezidierten Gegensatz zur Regionenaufzählung zu Beginn nie deren genauen Standort „in unserer engeren Heimat“ – eben Wien – nennt, bleibt die Fabrikarbeit als sächsisch, nicht ostmärkisch markiert, als wäre sie in die vorgeführte Marke Ostmark nicht völlig integrierbar. Erst als am Ende der Produktionskette vom Modeberatungs-Service der Firma die Rede ist, hebt ein Donauwalzer an, der auch der anschließenden Szene mit der aufwändig couffierten und gekleideten Produktkontrolleurin (Firmenkittel mit aufgeschlagenem Kragen und Gürtel, darunter die Bluse spitzenbenäht) unterlegt ist. Diese deutliche regionale Markierung ist schlüssig angesichts der

¹⁸⁰ Zum Paratextstatus von Vor- und Abspann, vgl. Alexander Böhnke: *Paratexte des Films. Über die Grenzen des filmischen Universums*, Bielefeld: Transcript 2007, S. 32, 91-104.

¹⁸¹ PERLEN DER OSTMARK wurde am 26 September 1938 von der Zensur freigegeben. Vgl. N.N.: „PERLEN DER OSTMARK: Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien VII (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 85m“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 26.09.1938, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

Selbstdarstellung Wiens als Modemetropole, die auch vom Deutschen Reich forciert wurde, etwa mit der Abhaltung der ersten Wiener Modewoche 1940.¹⁸² In dieses Mondänitätsbemühen fügt sich auch die Großaufnahme der Strumpfkontrolleurin ein, die als eleganter Akzent hervorsticht.

Ob und wie sich Fabrikations- und andere Industriefilme ein- oder ausführender Montagesequenzen, Spielhandlungen oder Animationsszenen bedienen, ist vor allem abhängig von Zweck und intendiertem Publikum des Films. Als groben historischen Bogen konstatiert Yvonne Zimmermann für Schweizer Fabrikations- und Repräsentationsfilme ab den frühen 1930er Jahren eine „Tendenz zur strukturellen Variation“, vor allem einen „Wechsel im Erzählmodus hin zur Dramatisierung und Fiktionalisierung“ und eine damit verbundene „Akzentverschiebung vom Produzenten hin zur Lebenswelt der Konsumenten“.¹⁸³ Es lassen sich freilich bereits für Mitte der 1920er Jahre in Europa Industriefilme nachweisen, die Fabrikturen mit ausführlichen Spielhandlungen verbinden.¹⁸⁴ Als Datierung einer Tendenz ist Zimmermanns Angabe aber zumindest auch für Österreich zutreffend, wo die Produktion von Werbe- und Industriefilmen bis Mitte der 1930er Jahre einen Professionalisierungsschub erlebte.¹⁸⁵

Einer der Protagonisten der Wiener Werbe- und Industriefilmproduktion dieser Zeit war Rudolf Mayer, Produzent und Regisseur von PERLEN DER OSTMARK sowie Kameramann (für den Produzenten Hans Ludwig Böhm) von WIR HABEN HERZ¹⁸⁶, einem halbstündigen Werbefilm mit begleitender Spielhandlung über die Großwäscherei Habsburg, von dem der folgende Abschnitt handelt. Von Spielszenen gerahmt werden auch die nichtfiktionalen Herstellungs- und

¹⁸² Zu den Bemühungen der Wiener Mode um internationale Geltung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, vgl. Lucie Hampel: „200 Jahre Mode in Wien“, in: *200 Jahre Mode in Wien. Aus den Modesammlungen des Historischen Museums der Stadt Wien*, hrsg. v. Herbert Tomiczek, Wien: Verein der Freunde der Hermesvilla 1976, S. 26-30. Zur Wiener Modewoche 1940, vgl. N.N.: „Historischer Kalender“, in: *Der Standard*, 18.11.2010, <http://derstandard.at/1288660098334/Historischer-Kalender> (Zugriff: 24.10.2015).

¹⁸³ Zimmermann: „Industriefilme“, S. 276; vgl. auch Zimmermann: „Dokumentarischer Film“, S. 37f.

¹⁸⁴ Vgl. GRUBE CÄCILIE; ZOO MEN VOERT, ZOO MEN BOERT, 1923, I.W.A. Film (Den Haag) für Sluis Geflügelfutter. Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg 2-teilig von 35mm, 9'46'' und 10'37''; MIES EN LÈNE EN DE BONBONS, 1925, I.W.A. Film (Den Haag) für Ringers Schokolade, Regie: Otto van Neyenhoff. Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg 3-teilig von 35mm, 14'48'', 15'01'' und 12'27''.

¹⁸⁵ Vgl. Joachim Schätz: „Parsing the Archive of Rudolf Mayer Film, Vienna, 1937–9“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 258f.

¹⁸⁶ WIR HABEN HERZ. EIN FILM VOM WÄSCHEWASCHEN, 1936, Dr. Hans Ludwig Böhm (Wien) für Wäscherei Habsburg, Bild: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://stadtfilm-wien.at/film/22/> (Zugriff: 26.10.2015), 15'53''.

Aufbauszenen im Industrie-Kulturfilm BRÜCKENBAUER¹⁸⁷, der 1946 die Reparatur von kriegsbeschädigten Donaubrücken durch die Wiener Brückenbau und Eisenkonstruktions AG bewirbt. In beiden Filmen handelt es sich nicht um Rahmen- vs. Binnenerzählungen im narratologischen Sinn einer klaren Abgrenzbarkeit von Erzählebenen; im Gegenteil ist gerade WIR HABEN HERZ um eine gegenseitige Integration der fiktionalen und nichtfiktionalen Materialblöcke bemüht. Wenn im Folgenden das Verhältnis der Spielsequenzen zu den Fabrikationspassagen in WIR HABEN HERZ und BRÜCKENBAUER als eines der Rahmung untersucht wird, dann in mindestens zweifacher Hinsicht: als Deutungsrahmen im Sinn Erving Goffmans, der eine thematische Lektüre der Arbeitsprozess-Aufnahmen steuert,¹⁸⁸ und – damit verknüpft – in einem formästhetischen Register (Gewährsleute sind hier eher Simmel und Niklas Luhmann) als Rahmung, die das Gerahmte abgrenzt, hervorhebt und strukturiert, und gerade dadurch in sein Inneres hineinwirkt.¹⁸⁹

Für die Analyse des Verhältnisses zwischen Kontingenz- und Planbarkeitsbehauptungen in den Filmen erfordert die deutlicher ausgewiesene Inszenierung in WIR HABEN HERZ und BRÜCKENBAUER eine Akzentverschiebung: In II.2. wurden vor allem Verfahren der Gliederung, Akzentsetzung und Argumentation in unaufdringlichen Beobachtungssequenzen ausgewiesen – die Arbeit der Figuration, die aus Arbeitsprozessen Bedeutungen industrieller Produktivität gewinnt. In den nun untersuchten Filmen fallen dagegen Momente auf, in denen Kontingenzpotenziale des Filmbilds durch die Inszenierung hervorgehoben, sogar zum Spektakel gemacht werden. In beiden Fällen nimmt Möglichkeitsoffenheit die flüchtige Form fließenden Wassers an.

II.3.1. Charme der Normierung: WIR HABEN HERZ (1936)

„Einladung für Sie, gnädige Frau[,] zu unserem neuen Tonfilm WIR HABEN HERZ“, steht auf dem Coupon. Wenn die interessierte Leserin ihn aus *Die österreichische Hausfrau* ausschneidet, heißt es darauf weiter, bekommt sie eine Freikarte für den Film, der in einem Begleittext aus-

¹⁸⁷ BRÜCKENBAUER, 1946, Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. (Wien), Gestaltung und Fotografie: W.H. Sohm. Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, Ton, mp4 von 16mm, 13'32" (25 fps).

¹⁸⁸ Vgl. Wirth: „Rahmenbrüche, Rahmenwechsel“, S. 31.

¹⁸⁹ Vgl. ebd., S. 26-30.

führlicher beschrieben ist.¹⁹⁰ Diese Einladung wirft ein Schlaglicht auf die institutionellen und dispositiven Rahmungen, in die der Film während seines Einsatzes in Wien ab Oktober 1936 eingebettet war. Wenn die historisch-pragmatische Forschung nach dem *framing* eines Films fragt, dann sind wesentlich solche den Film übersteigenden, aber mit seinem Funktionieren eng verwobenen Kon- und Paratexte wie diese Einladung gemeint: „those elements of a work’s ,surroundings’, both material and non-material, that have a role to play in activating, or performing, its rhetorical potential.“¹⁹¹ Wie Eef Masson in ihrer Studie über Rhetorik im Schulfilm argumentiert, ist auch hier Rahmung als ein Verhältnis nicht der klaren Innen-Außen-Trennung zu denken, sondern der gegenseitigen Durchdringung von Rahmendem und Gerahmtem:

In what follows, I consider the frame not as something that literally borders the text, but as part of a larger whole, and, specifically, as part of a complex of mutually connected and complementary elements. In other words, I think of it as an inextricable part of a wider *dispositif* (a set-up which then encompasses both the film itself, and the various elements, or relations, that contribute to its framing).¹⁹²

Dass WIR HABEN HERZ in Spezialvorführungen gezeigt wurde, erklärt zum einen die ungewöhnliche Spieldauer von 27 Minuten, fast doppelt so lang wie die Normlänge eines Kulturfilms fürs reguläre Kino-Vorprogramm. (Im Österreichischen Filmmuseum erhalten ist nur eine 16-minütige Fassung. Den Waschzyklus erzählt sie weitgehend aus, vermutlich fehlen anschließende erläuternde Teile im Labor.)¹⁹³ Darüber hinaus muss aber mit Masson gefragt werden, inwiefern das Vorführsetting, soweit es rekonstruiert werden kann – kostenlose Spezialvorführungen für Interessierte, vor allem Hausfrauen, wahrscheinlich in einem von der Firma Habsburg angemieteten Kinosaal –, das Sehen des Films anders strukturiert als es bei einem Kulturfilm in der Volksbildungsanstalt Urania oder bei einem dreiminütigen Werbefilm im regulären Kinobetrieb wie PERLEN DER OSTMARK der Fall wäre.¹⁹⁴

So macht das Einladungsarrangement den Kinobesuch dem Ausflugscharakter einer Werksbesichtigung ähnlicher: Zu einem vereinbarten Termin versammelt man sich an einem Ort, in der Absicht, „alle interessanten Details dieses wunderbar organisierten Riesenbetriebes

¹⁹⁰ N.N.: „Ein Film für Hausfrauen!“, in: *Die österreichische Hausfrau* (12/1936), S. 7.

¹⁹¹ Masson: *Watch and Learn*, S. 133. Massons Buch ist in einer Reihe namens *Framing Film* erschienen.

¹⁹² Ebd., S. 133. Zum pragmatisch operationalisierten Dispositiv-Begriff, den Masson verwendet, vgl. Frank Kessler: „Notes on *Dispositif*“, unpubliziertes Arbeitspapier, 2007, <http://www.hum.uu.nl/medewerkers/f.e.kessler/Dispositif%20Notes11-2007.pdf> (Zugriff: 24.10.2015), S. 16f.

¹⁹³ Im Zensureintrag wird eine Länge von 740 m (bei 24 fps: 27 Minuten) angegeben. Vgl. *Entscheidungen der Wiener Filmzensur 1934-1938*, hrsg. v. Thomas Ballhausen/Paolo Caneppele, Wien: Filmarchiv Austria 2009, S. 251. Zum Inhalt des Films in seiner vollen Länge, vgl. N.N.: „Ein Film für Hausfrauen!“, S. 7.

¹⁹⁴ vgl. Masson: *Watch and Learn*, S. 133-138.

in amüsanter und klarer Art“ vorgeführt zu bekommen.¹⁹⁵ Das Publikum, mit dem das Unternehmen rechnet, ist nicht nur relativ homogen zusammengesetzt – großteils Hausfrauen, die es sich leisten können, die Dienste einer Großwäscherei in Anspruch zu nehmen. Es signalisiert darüber hinaus schon durch seine Anwesenheit Interesse am Angebot des Unternehmens.

Entsprechend zielgerichtet reagiert der Film auf Vorbehalte gegen industrialisierte Wäschereinigung, die den österreichischen Großwäschereien aus der Kundinnengruppe der Hausfrauen bekannt waren. Exemplarisch für zeitgenössische Ängste vor achtloser Behandlung, Verlust oder Vertauschung von Wäsche steht ein „Brief einer Hausfrau an eine Großwäscherei“, der 1929 in der *Österreichischen Wäscherei- und Wäscheputzer-Zeitung* abgedruckt wurde. Darin heißt es:

Es gibt genug Gegenstände unseres Hausstandes, die uns nicht nahe stehen, aber zu unserer Wäsche stehen wir in einem schwer definierbaren, eigentlich nur zu erfühlenden, besonders innigen Verhältnis. [...] Und diese, uns ans Herz gewachsenen Werte geben wir nun zur Säuberung fort und erleben, daß sie zum winzigen, nummerierten Bündel werden, das fremde Menschen uninteressiert abholen und ebenso uninteressiert wiederbringen.¹⁹⁶

Dem solchermaßen formulierten Unbehagen begegnet WIR HABEN HERZ mit einer Reihe von vertrauensbildenden Maßnahmen, zu denen bereits die Platzierung der Einladung gehört: *Die österreichische Hausfrau* war das offizielle Organ der Standesvertretung der Hausfrauen in Österreich, der 1910 gegründeten „Reichsorganisation der Hausfrauen Österreichs“ (ROHÖ). Die Verbindung zwischen ROHÖ und Habsburg war zu diesem Zeitpunkt bereits gut etabliert: „Als Vertragswäscherei der ROHÖ gewährte sie deren Mitgliedern zehn Prozent Rabatt und beschäftigte auch eine delegierte Vertrauensdame ‚für jegliche Kontrolle‘ der Betriebsabläufe sowie ‚zur Durchführung allfälliger Reklamationen.‘“¹⁹⁷

Eine Vertrauensdame anderer Art setzt der Film ein. Stellvertretend für das Publikum wird in der rahmenden Spielhandlung eine Hausfrau (Burgtheater-Schauspielerin Auguste Pünkösdy) von einem charmanten Experten (Harry Nestor), mutmaßlich dem Betriebsleiter, durch die Großwäscherei geführt. Während der Blick des Publikums auf die Arbeit über diese

¹⁹⁵ N.N.: „Ein Film für Hausfrauen!“, S. 7.

¹⁹⁶ Margot Landers: „Brief einer Hausfrau an eine Großwäscherei“ in: *Österreichische Wäscher- und Wäscheputzer-Zeitung*, Mai 1929, S. 5f. Vgl. auch N.N.: „Aus einem Gespräch mit der Geschäftsleitung der Feinwaschanstalt ‚Habsburg‘“, in: *Die Hausfrau*, 6. Jg. Februar 1926 (1/1926), S. 2.

¹⁹⁷ Vgl. Siegfried Mattl/Vrääth Öhner: „Eine andere Realität, die zur Kamera spricht“. *Film. Stadt. Wien. Ein transdisziplinäres Forschungsprojekt*, in: Siegfried Mattl: *Die Strahlkraft der Stadt. Schriften zu Film und Geschichte*, hrsg. v. Drehli Robnik, Wien: Österreichisches Filmmuseum/Synema 2016, S. 130.

freundlich fragende Dame in Kostüm und Krawatte nur vermittelt wird, bleiben andere angepriesene Sinneseindrücke – zumal geschmeidige Haptik und Duft der Seifenflocken – notwendigerweise ganz an sie und ihre Glaubwürdigkeit delegiert.¹⁹⁸ Die Vorführungssituation des Films wird in dieser Erzählhandlung aber nicht bloß verdoppelt, sondern – der herzliche Titel deutet es an – als eine Verführungssituation ironisiert: Der Habsburg-Stellvertreter informiert die Hausfrauen-Stellvertreterin nicht nur, er beschwatzt und bezirzt sie mit dick aufgetragener Wiener Galanterie. Von Werbung als „geheimem Verführer“ – im Sinne von Vance Packards Standardwerk der Werbungskritik aus den 1950ern – kann nicht die Rede sein.¹⁹⁹ Die Koketterie zwischen Anbieter und Kundin wird so überdeutlich ausgespielt, dass die (von ihr erwiderten) Schmeichelblicke und burgtheaterdeutschen Höflichkeiten immer wieder unförmig aus dem Film herausstehen.

Betrieb als Parcours

Der Film hat zwei Strategien, um das angenommene Unbehagen der adressierten Kundinnen und Interessentinnen zu zerstreuen: auf der einen Seite eine affektive Adressierung, wie sie sich unter anderem in der Kundinnenbetreuung des Experten zeigt, auf der anderen ein Bemühen, den Arbeitsvorgängen Transparenz und Evidenz im Sinne verwissenschaftlichter Betriebssachlichkeit zu verleihen. So räumt die Arbeitsschritte-Dramaturgie dem geordneten, strikt getrennten Transport der Wäschebündel verschiedener Haushalte viel Aufmerksamkeit ein. Ausführlich wird das Sortieren und Registrieren der Wäsche zu Beginn und Ende der Arbeitskette gezeigt. Wägen, Nachzählen und Sortieren – jeder Vorgang wird noch einmal schriftlich registriert. Und wie die gut sichtbaren Listen und Karten soll die filmische Aufzeichnung dieser Prozeduren selbst noch einmal die Präzision des Systems, den Ausschluss zufälliger Verluste und Verwechslungen, an diesen heiklen Stellen des Arbeitsprozesses bezeugen.

Nicht nur werden immer wieder die abgepackten Bündel gezeigt, in denen die Wäsche zwischen Arbeitsschritten transportiert wird. Die Syntax der Einstellungsfolge und Kamerabewegungen vollzieht die Lückenlosigkeit des Systems selbst mit: Wäsche wird oben in vertikale Schläuche gefüllt, in der nächsten Einstellung am unteren Ende direkt aus den Stoffschläuchen in die Waschtrommeln gebeutelt (dazwischen: eine Trickblende in recht-

¹⁹⁸ Vgl. WIR HABEN HERZ, 0:05:04-0:05:41.

¹⁹⁹ Vance Packard: *Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewussten in jedermann*, Düsseldorf/Wien [u.a.]: Econ 1992.

eckiger Schachtform); Wäsche wird auf der einen Seite der Trockenkammern auf sich fortbewegende Leinen gehängt, in der nächsten Einstellung auf der anderen Seite abgenommen.²⁰⁰ Der industrielle Betrieb wird so filmisch zum nachvollziehbaren Parcours übersetzt – und diese Nachvollziehbarkeit hat in der Vorführsituation von WIR HABEN HERZ einen anderen Charakter als die weniger involvierte pädagogische Vermittlung von Wissen, die dieselbe Sequenz in einer Klassenzimmervorführung hätte. Mit scharfem Auge lässt sich in einer Totale mit den Stoffschläuchen Kontingenzbegrenzung in Aktion beobachten: Just als Kundin und Experte einem Arbeiter beim Befüllen einer Trommel zusehen, fällt ein Stück Wäsche an seinen Händen vorbei auf den Boden. Einen Moment später ist es wieder aufgehoben und eingefüllt.

Als Locus von Transparenz und visueller Eindeutigkeit wird weiters das Labor eingeführt. Bereits der weiße Mantel des Experten zielt ab auf eine Aura der Wissenschaftlichkeit. Dem Filmpublikum wird nahegelegt, sich mit eigenen Augen zu überzeugen. Bevor die Wäsche mit Seifenflocken gewaschen wird, macht die Werktour einen Abstecher in den Untersuchungsraum, wo ein zweiter Mann im Laborkittel wortlos ein Röhrchen mit weißem Seifenschaum begutachtet. Nachdem die Wäsche gewaschen und gründlich geschwemmt wurde, hält der Experte der Kundin ein Reagenzglas mit Wasser aus der Waschtrommel („kristallhell wie aus der Wasserleitung“) entgegen. In ihrer leicht kenntlichen Differenz sollen die beiden Bilder die Gründlichkeit des Waschvorgangs demonstrieren und damit Ängste und Zweifel bezüglich des chemischen Waschprozesses zerstreuen.²⁰¹

Pulsierendes Weiß

Die Fabrikationsaufnahmen bleiben aber nicht ausschließlich in rationellem Gegensatz zum per Spielhandlung proklamierten Herz des Betriebs. Was als strikt lineare Arbeitskette beginnt, fächert sich beim Bügeln der Wäsche in eine Serie von Variationen auf. Erstens registriert die Kamera hier eine erstaunliche Reihe von Apparaturen zum passgenauen Bügeln von Strümpfen, Taschentüchern, Krägen: Normierung in Vielgestalt. Zweitens tritt die Fingerfertigkeit der Arbeiterinnen beim Nachbügeln, Plissieren oder Spannen filigraner Vorhänge zunehmend in den Mittelpunkt der Darstellung in Bild und Tonkommentar, kulminierend im Bekenntnis des Experten: „Wir alle sind in unsere Arbeit irgendwie verliebt!“

²⁰⁰ Vgl. WIR HABEN HERZ, 0:03:51-0:04:38, 0:08:38-9:11.

²⁰¹ Vgl. ebd. 0:05:09-0:05:18, 0:07:11-0:07:22.

Auf ähnliche brachiale Weise versucht der Kommentartext kurz davor Wiener Charme und normende Genauigkeit zusammen zu zwingen. Eher konfus kommentiert der Experte das sorgsame Falten von Herrenhemden: „Alle sind gleich breit, gleich lang – und wirklich nett.“ Weil gleich darauf – das erste Mal im Film – eine Portraitserie der Arbeiterinnen folgt, springt die Beschreibung missverständlich von den Produkten auf die Arbeitskräfte über: Die zahlreichen Arbeiterinnen werden „wirklich nett“ in die Kamera lächelnd präsentiert, während sie „alle gleich“ in weißer Uniform und bilddiagonal aufgereiht im Werk stehen.

An dieser Stelle macht sich Kontingenz als unbeabsichtigter Interferenzeffekt der rahmenden Kommentarstimme bemerkbar, mithin: als Effekt der Montage, nicht der fotografischen Aufzeichnung. Anderswo macht der Film von Kontingenz *im* Filmbild bewussten Gebrauch, als Detailfülle indexikalischer Aufzeichnung: Ungewöhnlich lange Einstellungen zeigen das Wäschewaschen mit Seifenlauge. Aus nahe gefilmten Wäschetrommeln schwappt bei jeder gleichmäßigen Umdrehung immer wieder ein Schwall von weißer Lauge (**Abb. 21-22**).²⁰² In der Binnenlogik der funktionalen Arbeitsschritte-Dramaturgie führen diese Einstellungen den Betrieb einer Maschine unter anderen vor. Die ungewöhnliche Dauer, die der Film bei diesem Schritt verweilt, konnotiert aus dieser Perspektive die hervorgehobene Position dieses Vorgangs – des Waschens – in der Arbeitskette der Wäscherei, sowie die Gründlichkeit des Waschvorgangs.

Das gleißende Pulsieren und Sprudeln des weißen Seifenschaums vor schwarzem Grund entfaltet aber eine eigene visuelle Intensität, in deren Kreiseln auch die Kommentarstimme einzustimmen versucht: „Kaskaden von herrlicher Seife verströmen. Seife, nichts als Seife, und immer wieder Seife.“ Das Filmbild wird hier gerade nicht für Übersichtlichkeit eingespannt, und das blitzblanke Weiß, das anderswo im Film wissenschaftlich abgesicherte Klarheit verspricht, wird ornamental.²⁰³ Hier tritt hervor, was Jacques Rancière als die Fähigkeit des Films zur „Enthüllung des Interessanten an jederlei Uninteressantem“ bezeichnet hat, die sich durch seine Überlagerung von intentionalem Blick und gleichgültiger mechanischer Aufzeichnung ergibt.²⁰⁴ An den vom Rollen der Trommel rhythmisch gegliederten, aber flüchtigen Mustern der schäumenden Lauge erweist sich ein spezifisches Vermögen der filmischen Apparatur, das für Mary Ann Doane ein implizites Versprechen von Möglichkeitsoffenheit

²⁰² Vgl. ebd. 0:05:54-0:06:29.

²⁰³ Zum Weiß als Kraft in der Moderne, vgl. Elke Krasny: „Das Gebot der Farbe Weiß. Sauberkeit und Hygiene im Industrie- und Unternehmensfilm“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 166-175.

²⁰⁴ Jacques Rancière: „Die Geschichtlichkeit des Films“, in: *Die Gegenwart der Vergangenheit. Dokumentarfilm, Fernsehen und Geschichte*, hrsg. v. Eva Hohenberger/Judith Keilbach, Berlin: Vorwerk 8 2003, S. 235.

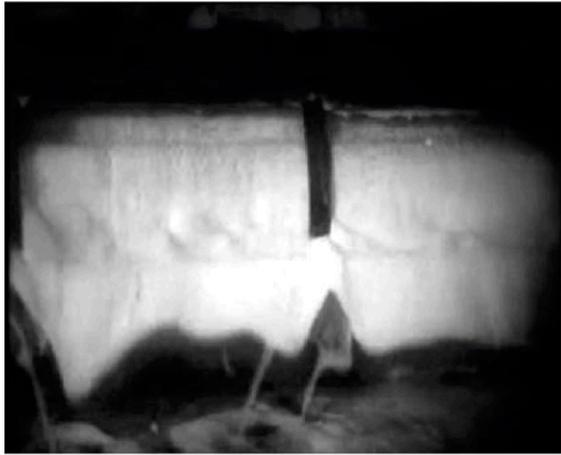


Abb. 21-22



Abb. 23-24



formuliert.²⁰⁵ (Mit anderen Apparaturen, Rechenmaschinen, wird es in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts möglich, für sprudelnde Flüssigkeit wie diese präzise Bewegungsgesetze zu benennen. Wie Kontingenzbegriffe haben Kontingenzbilder eine medien- und wissens-historische Signatur.)²⁰⁶

Das Aufzeichnungsvermögen des Films, wie es die Szene in *WIR HABEN HERZ* vorführt, ist aber nicht selbsttätig, sondern an einen Willen zur Sichtbarmachung gebunden. Das Seifenausgespektakel verdankt sich einem Eingriff in die gewöhnliche Arbeitsroutine. Die geschlossenen Deckel, aus denen die Lauge normalerweise nur an den Rändern austritt, sind bei zwei Waschmaschinen geöffnet, damit die aufgewandte Flüssigkeitsmenge eindrucksvoller wirkt. Gerade als Schauspiel einer Verausgabung, das Kontingenzpotenziale des Filmbilds bespielt, ist die Laugensequenz außerdem in den Film gut eingepasst. Sie stört ihn nicht als Exzess oder Leerlauf, sondern ist als einprägsame Attraktion mehrfach in dessen Motivik und Programmatik verankert: Erstens korrespondiert der visuelle Detailreichtum des weißen Seifenwasserschwall mit der ostentativ verschwenderischen Großzügigkeit der Großwäscherei im Umgang mit Wasser und Seife („150 Liter Regenwasser für jedes Kilo Wäsche!“). Zweitens lassen sich die Bilder des pulsierenden Weiß mit der erotischen Aufladung industrieller Reinigung assoziieren, die sonst vor allem – in bewusster Aufnahme einer Wiener Theater- und Filmtradition eleganter Doppeldeutigkeit – in den Dialogen zwischen Experte und Kundin präsent ist.²⁰⁷

Und drittens fügen sich diese Einstellungen in ihrer grafischen Abstraktion ins Werbedesign der Wäscherei Habsburg, das selbst ein Ergebnis betrieblicher Rationalisierung war: Die Habsburg galt um 1930 als Vorreiterunternehmen in Österreich, was das Abstimmen diverser Werbeeinschaltungen auf ein wiedererkennbares grafisches Erkennungsbild anbelangte. Dessen Hauptmerkmale waren klare, schlichte Linienführung und deutliche Schwarzweißkontraste (**Abb. 23-24**).²⁰⁸ Bei entsprechender Rahmung und Beleuchtung ist auch eine über-

²⁰⁵ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 22-25.

²⁰⁶ Vgl. Brandon Taylor: „Swarming, Entropy, Flow: Fließen, Schwärmen, Entropie“, in: *Verflüssigungen. Ästhetische und semantische Dimensionen eines Topos*, hrsg. v. Cassandra Nakas, Paderborn: Fink 2015, S. 13-21.

²⁰⁷ Das Verhältnis des Fabrikationsfilms zu Sexualität und Erotik ist erst zu untersuchen. Bis dahin sei zumindest Robin Williams zitiert, der feststellte, ein Porno mit seinen mechanischen Penetrationsszenen sähe aus „like an industrial film covered in fur“. Vgl. David Ansen: „King of Comedy. Newsweek’s 1986 Profile of Robin Williams“, in: *Newsweek*, 07.07.1986, <http://www.newsweek.com/king-comedy-newsweeks-1986-profile-robin-williams-264094> (Zugriff: 19.04.2017).

²⁰⁸ Vgl. N.N.: „August Lichal R-W-V“, in: *Kontakt*, 6. Jg. (12/1931), S. 14f.

schäumende Waschtrommel ein weißes Rechteck auf schwarzem Grund, und die Abstraktion des Seifenwasserspiels bespielt kräuselnd die Geometrie des Corporate Design.

II.3.2. Maschinen der Verbindung: BRÜCKENBAUER (1946)

Zehn Jahre später wählt der Industriefilm BRÜCKENBAUER ebenfalls eine Aufnahme fließenden Wassers als hervorgehobenes Bild, das Möglichkeitsoffenheit sowohl beschwört als auch in ein konkretes Programm kanalisieren hilft. Ein junger Mann wird, während er in den Donaukanal blickt, von einer Vision überkommen. Der gekräuselte Wasserspiegel verschwimmt in Unschärfe, dem Darsitzenden und dem Publikum erscheint eine Montage nach dem Bauplan einer industriellen Symphonie. Bloß dass im kriegsverwüsteten Wien die gezeigten Eisenbahnbrücken zerstört sind, aus den Fabrikschloten kein Rauch aufsteigt und die Zahnräder in Großaufnahme stillstehen. Industrieller Arbeitslärm auf der Tonspur kündigt bereits vom Wiederaufbau. „Die Arbeit ruft dich!“, wird der Protagonist am Ende der Sequenz endgültig aus der Resignation gerissen, in der er zuvor durch schuttbeladene Straßen gestreift war. Die Wasseroberfläche wird wieder scharf gestellt.²⁰⁹

Dieser erstaunlich dicht gestaltete dreieinhalbminütige Prolog führt vor das Werkstor der Wiener Brückenbau- und Eisenkonstruktions-A.G. (kurz: WBB) und in den reportagehaften Hauptteil von BRÜCKENBAUER. *In medias res* ist der Film aber bereits mit dem Blick ins Donauwasser: Er präsentiert die bislang erfolgten Reparaturen von kriegsbeschädigten Donaubrücken durch die WBB und wirbt um Arbeitskräfte für diese infrastrukturell wichtige Aufbauaufgabe. Und er kommt seiner eigenen Aufgabe nach, indem er Aufbauarbeit in ein filmisches Arbeiten an der Form übersetzt, in eine Motivik von Formgebung versus Deformierung, die rahmende Spielhandlung und nichtfiktionalen Arbeitsbericht miteinander verbindet. Innerhalb dieser Motivkette markiert die verschwimmende Wasseroberfläche einen (semantisch freilich gut gefüllten) Nullpunkt von Flüssigkeit als Formbarkeit, aus dem heraus sich das wirtschaftlich-politische Wiederaufbauprogramm des Films als Vision präsentiert.

²⁰⁹ Vgl. BRÜCKENBAUER, 0:02:10,00-0:03:18,16.

Formen mit Zugkraft

Dieses Programm ist in BRÜCKENBAUER vielschichtiger konstellierte als in einigen anderen österreichischen Aufbauhilffilmen der ersten Nachkriegsjahre: Im Zentrum der Aufbauhilfshetorik steht nicht allein der Staat Österreich, der durch Aufräumarbeiten, Übergangslösungen und einsetzende langfristige Aufbauhilfprojekte wieder seinen Platz in der internationalen Staatengemeinschaft beansprucht.²¹⁰ Das gemeinsame Ganze, an das BRÜCKENBAUER appelliert, meint neben der Nation Österreich – institutionell vertreten durch das Staatsamt für öffentliche Bauten, Übergangswirtschaft und Wiederaufbau – auch die Betriebsgemeinschaft der WBB, die den Film in Auftrag gab und sich darin als attraktiver Arbeitgeber bewirbt.

Das dritte konstitutive Element der wirtschaftlich-politischen Aufbauhilfkonstellation von BRÜCKENBAUER stellt die sowjetische Besatzungsmacht dar, in deren Besitz die WBB im April 1945 kam und als USIA-Betrieb bis 1955 verblieb.²¹¹ Von der Roten Armee bekam die WBB nicht nur die Großaufträge, deren Bewältigung BRÜCKENBAUER zeigt, sowie Hilfe beim Erhalt der nötigen Stahlmateriallieferungen, sondern auch Pioniertruppen zugestellt, um den akuten Mangel an Arbeitskräften zu kompensieren. Letztere Beteiligung wird im Film dann auch lobend vermerkt.²¹² In einem Naheverhältnis zur sowjetischen Besatzungsmacht stand ebenso die Produktionsfirma von BRÜCKENBAUER, die Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. Hübler-Kahla.²¹³

²¹⁰ Zum Profil anderer österreichischer Aufbauhilffilme, vgl. Sema Colpan/Lydia Nsiah/Joachim Schätz: „Verbinden, Formen, Aufbauhilfen. BRÜCKENBAUER und die Produktivität des Kinos“, in: *zeitgeschichte*, 41. Jg. März/April 2014 (2/2014), S. 104.

²¹¹ USIA ist das Kürzel für die Verwaltung des sowjetischen Eigentums in Österreich zwischen 1946 und 1955.

²¹² Vgl. ebd. S. 103f.

²¹³ Die Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. Hübler-Kahla produzierte die sowjetisch unterstützte erste österreichische Nachkriegswochenschau ZEITGESCHEHEN – SCHNELL GESEHEN! (nachweisbar ab Herbst 1945) und erhielt 1945, im Jahr ihrer Gründung, den Großteil des Filmmaterials zugeteilt, das die sowjetischen Behörden der österreichischen Regierung als Unterstützung für die heimische Filmproduktion zur Verfügung stellte. Vgl. ebd. S. 104. Von einer ausschließlichen Bindung an die Sowjets kann beim gut vernetzten Produzenten Johann Alexander Hübler-Kahla zwar nicht die Rede sein. (1950 realisierte die Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. zwei Propagandafilme für Maßnahmen des US-amerikanischen European Recovery Program (ERP), allgemein bekannt als Marshallplan.) Aber sowohl Hübler-Kahla als auch Willi Sohm, Kameramann und Regisseur von BRÜCKENBAUER, arbeiteten noch in der ersten Hälfte der 1950er Jahre an Produktionen der sowjetisch geführten Wien-Film am Rosenhügel mit, was anhaltende gute Kontakte zur sowjetischen Besatzungsmacht nahelegt. Zu den Marshallplan-Filmen des Unternehmens, vgl. Ralph Eue: „Schmeicheldienst für die gute Sache. Georg Tresslers Kultur- und Propagandafilme“, in: *Halbstark. Georg Tressler: Zwischen Auftrag und Autor*, hrsg. v. Robert Buchschwenter/Lukas Maurer, Wien: Filmarchiv Austria 2003, S. 36-38; Ramón Reichert: „Marshallplan und Film. Intermedialität, narrative Strategien und Geschlechterrepräsentation“, in: *Besetzte Bilder. Film, Kultur und Propaganda in Österreich 1945-1955*, hrsg. v. Karin Moser, Wien: Filmarchiv Austria 2005, S. 445-450. Zur Wien-Film am Rosenhügel als Produktionsstätte der Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. Hübler-Kahla, vgl. Oliver Rathkolb, „Die ‚Wien-Film‘ Produktion am Rosenhügel. Österreichische Filmproduktion und Kalter Krieg“, in: *Medienkultur in Österreich: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der 2. Republik*, hrsg. v. Hans Heinz Fabris/Kurt

Bemerkenswerter als die Zusammenarbeit mit und die lobenden Worte für die Sowjets sind an BRÜCKENBAUER aber die gestalterischen Anleihen beim sowjetischen Kino der späten 1920er Jahre, die im späteren Schaffen sowohl des Produzenten Alexander Hübler-Kahla als auch des für „Gestaltung und Photographie“ von BRÜCKENBAUER verantwortlichen Willi Sohm eine Ausnahme blieben. Diese zeigen sich hier in der Arbeiter-Ikonografie einer gemeinsamen Himmel blickenden oder dicht an dicht auf die Kamera zumarschierenden Betriebsgemeinschaft ebenso wie in Stilmitteln (am auffälligsten: dynamisierende Diagonalen in Verbindung mit starken Hell-Dunkel-Kontrasten). Das mag man als Verneigung vor den Besitzern der auftraggebenden Firma verstehen. Andererseits hat der sogenannte „Russenfilm“ der späten 1920er Jahre – in der mitteleuropäischen Wahrnehmung oft verkürzt auf Eisenstein-Pudovkin-Dovženko-Vertov – über ideologische Grenzen hinweg Standards der Auftragsfilmgestaltung gesetzt, gerade weil er von einem bestimmten politischen Aufbauprojekt nicht zu trennen war. (Auftragsfilme waren schließlich auch stilprägende Arbeiten Sergej Eisensteins und Dziga Vertovs.)²¹⁴

Die filmästhetische Beschwörung einer gemeinsam zu errichtenden Zukunft führt in BRÜCKENBAUER freilich politisch nicht weiter als vor die beschilderten Tore von Wiederaufbauministerium und WBB, gelenkt und abgesichert vom Voice-over-Kommentar. Wenn im Finale des Films ein Zug über eine reparierte Brücke fährt, steht vorne auf der Lok „Österreich“. Die alten Bildformeln haben in Sohms Inszenierung einige Zugkraft, von ihrem ursprünglichen politischen Programm werden sie weitgehend abgekoppelt. Aufgebaut wird mit allen verfügbaren Ressourcen. Die Mischung verschiedener Tonlagen (zwischen pathetischer Rahmung und eher nüchternem Aufbaubericht in der Mitte) und Ansprüche (zwischen betrieblicher Mitarbeiterrekrutierung, nationaler Wiederaufbaurhetorik und österreichisch-sowjetischer Freundschaftsbekundung) setzt sich fort in der generischen Mehrfachzuordnung des Viertelstünders, der in der *Österreichischen Kino-Zeitung* als „vielversprechender Anfang“ für eine gestalterisch einfallsreiche Industriefilmproduktion in Nachkriegsösterreich gelobt²¹⁵ und als volksbildnerischer Kulturfilm ausgewertet wurde.²¹⁶

Luger, Wien/Graz: Böhlau 1988, S. 124-129; Olaf Möller: „Die Pastellfarben des Proletariats“, in: *taz, die tageszeitung*, 08.06.2004, S. 17.

²¹⁴ Beispielsweise OKTJABR' (OKTOBER, 1928, Sergej Eisenstein) oder ŠESTAJA ČAST' MIRA (EIN SECHSTEL DER ERDE, 1926, Dziga Vertov).

²¹⁵ N.N.: „Der erste Industriefilm der Wochenschau- und Filmproduktions K.G.“, in: *Österreichische Kino Zeitung*, 19.10.1946, S. 2.

²¹⁶ Vgl. N.N.: „Inventur des österreichischen Kulturfilms“, in *Filmkunst* 1 (1949), S. 97f.; N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1946-1963“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, S. 42. Kulturfilme wurden als Vorfilme in kommerziellen Kinovorstellungen gezeigt (wenn auch in Österreich mangels gesetzlicher Verpflichtungen in der

Zusammengehalten werden die verschiedenen Elemente des Films durch die bereits erwähnte gemeinsame Motivik von Formung und Deformierung, die im Bild ausgetragen wird. Diese kündigt bereits die erste Einstellung nach dem Vorspann an, die vom unversehrten Turm des Stephansdoms zu dessen beschädigtem Rumpf schwenkt. Darauf folgt eine Serie von Ruinen, Schutt, verbogenem Metall. Verkantete Einstellungen, Untersichten, Objekte im Vordergrund betonen die destruktive Wucht, mit der sich die Kriegsmaschinerie in den Stadtraum eingebrannt hat. Dagegen zeichnet die wiederrichteten Brücken und hölzernen Hilfskonstruktionen geometrische Ebenmäßigkeit aus. Diesen Kontrast spitzt der Film zu, wenn direkt von einem gezeichneten Plan zu den Verwüstungen vor Ort geschnitten wird. Der Fokus auf das Formen verbindet auch die ambitioniert gestaltete Rahmenhandlung mit dem konventionellen Mittelteil und seinen Montagen von Arbeitsprozessen: Auf Werkbänken und Baustellen, beim Schneiden und Schleifen und Bohren wird Materie gestaltbar.

Übersetzte Anstrengung

Wie aber die Kräfte sammeln, die es für diese Formungsarbeit braucht? Davon handelt der Prolog, der – Monate vor den Premieren von PAISÀ (1946, Roberto Rossellini) und DIE MÖRDER SIND UNTER UNS (1946, Wolfgang Staudte) – italienischen Neorealismus und deutschen Trümmerfilm anklingen lässt: Wie in Trance schreitet der junge Protagonist durch ein Nachkriegswien der Ruinen. Im Zusammenhang mit dem Neorealismus spricht Gilles Deleuze vom Bruch des „sensomotorischen Schemas“: Der Übergang vom Wahrnehmen zum Handeln, der dem klassischen Erzählkino selbstverständlich war, wird problematisch. Wahrgenommenes ist „zu gewaltig, zu ungerecht, aber manchmal auch einfach zu schön“, um darauf handelnd reagieren zu können. „Etwas im Bild ist zu mächtig geworden.“²¹⁷ Auf einer historischen Basisebene ist dieses Etwas, das die Handlungsfähigkeit blockiert, die von Not, Schuld und Scham geprägte Realität der Nachkriegszeit.

BRÜCKENBAUER arbeitet an der Reparatur des sensomotorischen Schemas. Die oben erwähnte Industrie-Montage ereilt den Protagonisten als Epiphanie, sie lässt das resignierte Zuschauen in Handeln umschlagen. Das Zahnrad, das dort noch stillsteht, wird sich am Ende des Films drehen, aus dem Fabrikschlot schwarzer Rauch steigen. Sensomotorik ist hier bei

Nachkriegszeit wesentlich seltener als in den vorangegangenen zehn Jahren) sowie neben Wochenschauen und anderen Kurzfilmen in Non-Stop- und Wochenschaukinos. Ein weiteres mögliches Einsatzfeld für Industriefilme wie BRÜCKENBAUER waren – nebens eigens organisierten Matineen und Sondervorstellungen Messen, vgl. N.N., „Der erste Industriefilm der Wochenschau- und Filmproduktions K.G.“, S. 2.

²¹⁷ Gilles Deleuze: *Das Zeit-Bild. Kino 2*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 32.

ihrem maschinellen Beiklang zu nehmen: Ein Getriebe muss neu angeworfen werden, um die stehengebliebene Gegenwart auf ein Ziel hin zu orientieren. Die jüngere Vergangenheit bleibt indes in aller Deutlichkeit unausgesprochen. Was vor der ‚Stunde Null‘ geschah, ist dem Film nur als gewaltsame Deformation der Welt – eben als Trümmerlandschaft – darstell- und verhandelbar. Der resignierte junge Arbeiter-Protagonist wirkt zu Filmbeginn wie aus mindestens achtjährigem Schlaf erwacht.

Die Zuversicht von BRÜCKENBAUER ist an die thermodynamische Transformation von Kraft in Leistung gebunden. Schon bevor mit der Lok namens Österreich die thermodynamische Kraftmaschine schlechthin einen Auftritt hat, würdigt BRÜCKENBAUER ausführlich in Wort und Bild die elektromotorbetriebene Laufkatze, mit deren Hilfe Lasten innerhalb des WBB-Werks transportiert werden. Als eindrucksvollste Bilder werden in der zeitgenössischen Filmpresse jene – für ein ungeschultes Auge verhältnismäßig unspektakulären – Aufnahmen genannt, die die Hebung abgesunkener Brückenteile mittels hydraulischer Kräne zeigen.²¹⁸ Ansonsten führt BRÜCKENBAUER aber eine relativ problemlose Übersetzung von ausgeübter Kraft in Schauwerte vor, mithin von einer Maschine in die andere (die Kino-Apparatur).

Im thermodynamischen Zeitalter, so Anson Rabinbach, wird auch der menschliche Körper als thermodynamische Kraftmaschine konzipiert.²¹⁹ Die Idee vom „Motor Mensch“ zeigt sich in BRÜCKENBAUER freilich von ihrer heroischen Seite: Maschine ist der Arbeiter hier nicht primär als zu Lenkendes und Einzugliederndes, sondern in der Produktivität seiner präzisen Bewegungen. Aufnahmen von Schweißern, die ein paar Handbreit über dem Wasserspiegel kauern, oder von Zerlegungsarbeiten in schwindelnder Höhe akzentuieren das Abenteuerliche an der Erwerbsarbeit. Diese Athletik wird auch darin zum Schauwert, dass Kameramann Sohm sie als Herausforderung annimmt: Die Schweißarbeiten auf der Donau werden aus nächster Nähe aufgenommen, eine Totale von einem Stahlbogen der wiederhergestellten Malinowski-Brücke (später: Floridsdorfer Brücke) herunter gefilmt.

Auch im Werk der WBB trennt die Kamera arbeitende Hände nur selten von den zugehörigen Köpfen. Und sie insistiert, mittels weiter Einstellungsgrößen und einiger ausgreifender Schwenks, auf dem Nebeneinander der Arbeiter auch dort, wo ihre Handgriffe nicht unmittelbar ineinander greifen.²²⁰ Dieser Hang zur lateralen Bewegung verlangsamt die

²¹⁸ N.N., „Der erste Industriefilm der Wochenschau- und Filmproduktions K.G.“, S. 2. Zur Affinität des Kinos mit dem thermodynamischen Paradigma der Arbeit, vgl. Hediger: „Thermodynamic Kitsch“, S. 127-149.

²¹⁹ Vgl. Anson Rabinbach: *Motor Mensch. Kraft, Ermüdung und die Ursprünge der Moderne*, Wien/Berlin: Turia + Kant 2001, S. 65-67.

²²⁰ Vgl. BRÜCKENBAUER, 0:05:43,02-0:05:56,16, 0:06:34,03-0:06:41,04.

lineare Progression des Mittelteils, der nach Fabrikationsfilm-Muster von der Verarbeitung des Stahlblechs bis zu den reparierten Brücken voranschreitet. Die Herstellung einer (Betriebs-) Gemeinschaft, so zeigt es sich in dieser Spannung, folgt nicht derselben Zeitlichkeit wie die industrielle Fertigung: Sie ist nicht zu erreichendes Endprodukt eines vorwärtsschreitenden Prozesses, sondern konstituiert sich in geteilter Gegenwart.

Am Ende, wenn der Zug über die Brücke fährt, hat der Protagonist sich in ein Kollektiv eingefunden, dessen Blick auf das gemeinsam Erreichte gerichtet ist (**Abb. 25**).²²¹ Die Pose lässt an das Finale aus Vertovs *DAS ELFTE JAHR*²²² denken (**Abb. 26**). Wird hier die ikonografische Verdichtung eines sozialistischen Idealkollektivs zur Betriebsgemeinschaft heruntergewirtschaftet? Erhellender als die Referenz ist ein anderes Detail: Der anführende Zug, auf den sich die Blicke der Arbeiter richten, tanzt als Schatten auf ihren Gesichtern. Mit diesem stilisierten Arrangement wird die Hingabe an thermodynamische Kraftmaschinen noch eine entscheidende Windung weiter geschraubt: Das Medium Film macht sich hier als Arbeitskraft des Aufbaus geltend und demonstriert seine spezifische Produktivität. Die technische Apparatur aus Kamera und Projektor vollbringt eine doppelte Übersetzungsleistung: Film überführt noch die Masse eines fahrenden Zugs in ein Licht- und Schattenspiel und dieses wiederum in die affektiven Regungen seines Publikums. Die huschenden Schatten auf euphorisierten Gesichtern formulieren kompakt dieses zweifache mediale Vermögen. Als eine „Kraft-Maschine“ in diesem Sinn bezeichnet Philippe Dubois den Film: Vermittels der Figuration, der audiovisuellen Formung des Gegenständlichen, würden Objekte in Affekte transformiert.²²³ Rückwirkend gibt sich so die verschwimmende Wasserfläche, in deren flüchtiger Formbarkeit man sich verlieren kann, als Kinoleinwand zu erkennen.

Jahre nach dem eigenwilligen Solitär *BRÜCKENBAUER* wurde das Programm vom Film als einer Produktivkraft des Wiederaufbaus schließlich eingelöst. Der Einsatz erfolgte aus entgegengesetzter politischer Richtung, im Rahmen der US-amerikanischen ERP-Hilfe (vulgo Marshall-Plan, 1948-1952). Die popularisierenden Begleitmaßnahmen dieses Hilfsprogramms, für David W. Ellwood „the greatest international propaganda/information program ever seen in peace

²²¹ Vgl. ebd. 0:11:40,21-0:12:41,05.

²²² Vgl. *ODINNADCATYJ*, 0:49:47,18-0:50:21,24.

²²³ Dubois: „Plastizität und Film“, S. 121.

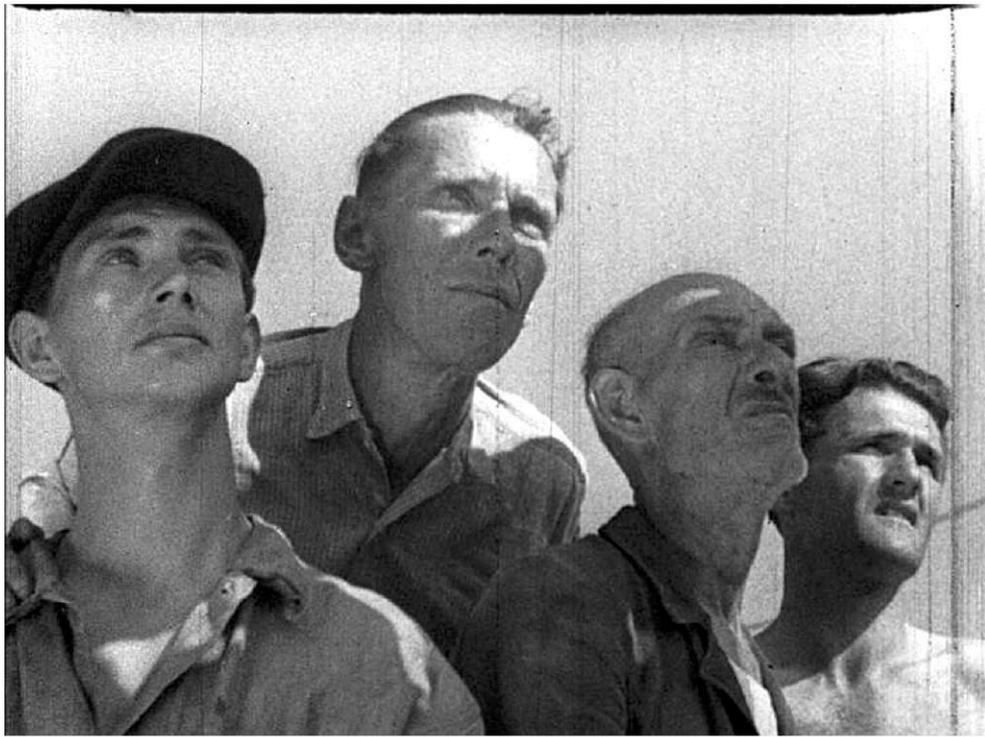


Abb. 25-26

time“,²²⁴ setzten massiv auf Film, wobei nicht nur pädagogischer Anschaulichkeit, sondern auch der affektiven Eindrücklichkeit des Kinos eine entscheidende Rolle eingeräumt wurde.²²⁵

Aufschlussreich sind aber vor allem die Unterschiede zwischen den für Österreich hergestellten ERP-Filmen und BRÜCKENBAUER, die den Übergangstatus dieses Films verdeutlichen: Unmittelbar nach Kriegsende muss Elementares wie die Versorgungsnotlage und die provisorische Organisation von Stadt und Staat verhandelt werden. Das Bild einer Arbeitsgemeinschaft, das dieser Phase des Wiederaufbaus (zumindest nach dem Dafürhalten der Filmemacher) zu genügen scheint, weicht in den auf Österreich fokussierten ERP-Filmen Inszenierungsstrategien, die bereits andere Selbst- und Zukunftsentwürfe nach US-Modell einführen. Individuierung durch anekdotisches Erzählen – in den Auftragsfilmen Georg Tresslers –,²²⁶ die Rahmung der Technik in Natur und Familie – in STROM DER BERGE (1952, Victor Vicas) – und die durchgängige, pädagogische Gegenüberstellung von alt und neu, umständlichen versus optimierten Arbeitsmethoden²²⁷ verweisen auf einen fordistischen Gesellschaftsentwurf, in dem Aufbau nicht allein befahrbare Straßen, sondern bereits volkswirtschaftliches Wachstum und eine Steigerung des kernfamiliären Lebensstandards in Aussicht stellt.

In diesem Vorgriff gewinnt die historische Unterbestimmtheit von BRÜCKENBAUER Kontur: In den sowjetisch inspirierten Betriebsgemeinschafts-Bildern scheint weniger das alternative Zukunftsprogramm eines sozialistischen Arbeiter- und Bauernstaats auf, denn ein Zeitpunkt, zu dem Aufbau zuvorderst eine drängende infrastrukturelle Notwendigkeit bedeutet. Die propagandistische Frontlinie des Kalten Kriegs, an der ERP- und sowjetisch dirigierte Anti-ERP-Propaganda sich schon bald unmissverständlich positionieren werden, scheint in diesem Moment zumindest im Bildraum von BRÜCKENBAUER noch nicht befestigt.

²²⁴ David W. Ellwood: „Film and the Marshall Plan“, in: *Images of the Marshall Plan in Europe. Film, Photographs, Exhibits, Posters*, hrsg. v. Günther Bischof/Dieter Stiefel, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2009, S. 62.

²²⁵ Stuart Schulberg: „Making Marshall Plan Movies“, in: *Film News* (10/1951), S. 10, zitiert nach: Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 441.

²²⁶ Vgl. HANSL UND DIE 200.000 KÜKEN, 1952, Regie: Georg Tressler, und TRAUDL'S NEUER GEMÜSEGARTEN, 1952, Regie: Georg Tressler. Quelle für beide: *Selling Democracy. Die Filme des Marshallplans*, DVD 2, zusammengestellt von Rainer Rother, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2006, SW, Ton, 13'56'' und 15'17''.

²²⁷ Vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 439-473.

II.4. Fabrikation umformen

Zurück zum Strumpf: Die Rekadrierung der Produktkontrolle in PERLEN DER OSTMARK (*siehe den Beginn von Abschnitt II.3.*) transformiert die junge Arbeiterin für einen Moment zum potenziellen Starlet mit *glamour shot*. Was aber passiert mit dem Seidenstrumpf? Mit der Verwandlung zum Schleier wechselt sein Erscheinen im Film die Dominante – weg vom figurativen und figurierten Gegenstand (der Strumpf als beworbene Markenware, Produkt industrieller Arbeit und Ergebnis akkumulierter Betriebserfahrung) hin zur figuralen Präsenz des Textils als Textur (eine schimmernde Fläche, die das Licht milchig diffundiert). Mit Gernot Böhmes Entwurf einer als Wahrnehmungslehre gefassten Ästhetik lässt sich die Verschiebung als eine von den Eigenschaften des Strumpfes zu seinen Ekstasen verstehen: Dem Ding, dessen Funktionstüchtigkeit die Produktkontrolle zu prüfen hat und dessen Zweck im *medium shot* an seiner Beinform klar abzulesen ist, steht in der näheren Einstellung – zugleich bildfüllender und ausschnittthafter zu sehen – ein Etwas gegenüber, das primär seine stoffliche Anwesenheit im Bild artikuliert.²²⁸

Die flächige, lichtempfindliche Materialität des Textils drängt zugleich die des Filmstreifens mit in den Vordergrund. Insofern überrascht es nicht, dass eine ganz ähnliche Industriefilm-Einstellung den Ausgangspunkt für einen Klassiker des hoch mediumreflexiven kanadischen Avantgardekinos der 1960er und 1970er Jahre abgibt: In David Rimmers Found Footage-Loop VARIATIONS ON A CELLOPHANE WRAPPER²²⁹ rollt eine Fabrikarbeiterin einen Zellophanbogen aus, bis er die gesamte Bildoberfläche überdeckt. Kaum hat das transparente Material den Kader ausgefüllt, beginnt der Handgriff, in einer elegant gesetzten Wiederholungsschleife, von Neuem. So legt sich acht Minuten lang Schicht für Schicht über das Filmbild, auf der Ebene des figurativen Filminhalts wie auf jener der formalen Eingriffe, die dieses Dargestellte immer weniger entzifferbar werden lassen. Rimmer bearbeitet mit jedem unsichtbaren Schnitt das Ausgangsmaterial, ändert die Kontrastwerte, setzt Flickereffekte, Einfärbungen und Positiv-Negativ-Umkehr, bis vom fotografischen Ursprungsmaterial nur dicke weiße Striche auf dunklem Grund bleiben. Christa Blümlinger hat diesen Verlauf als

²²⁸ Vgl. Gernot Böhme: *Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, München: Fink 2001, S. 131-134.

²²⁹ VARIATIONS ON A CELLOPHANE WRAPPER, 1970, Regie: David Rimmer. Quelle: Video verfügbar auf http://ubu.com/film/rimmer_cellophane.html (Zugriff: 26.10.2015), Farbe, Ton, 8'40''.

einen Prozess der „figurative[n] Auflösung“ beschrieben, der dem Ausgangsmaterial widerfährt.²⁵⁰ Vollzogen wurde er nicht am Schneidetisch, sondern durch Wiederabfilmung manipulierter Leinwandprojektionen, weshalb Blümlinger ihn als sinnlichen Nachvollzug der Abnützung einer Filmkopie über ihre Lebensspanne hin deutet. Sie bezieht sich an dieser Stelle explizit auf Mary Ann Doanes Analyse des Kinos als einer Kulturtechnik, die Zeit als irreversibel und entropisch vorführt. Noch jede Kopie verhält sich zum Original-Negativ als durch kontingente Zeitspuren unterschiedene Variation.²⁵¹

Für eine solche Studie über die prekäre Materialität von Film eignet sich der Industriefilm zum einen in seiner Eigenschaft als *orphan film*, als archivpolitisches Waisenkind mit geringem kulturellem Kapital, das – wenn überhaupt – oft nur in solchen abgespielten Kopien überliefert wird. Zum anderen ist der Industriefilm auch deshalb für diese Art von Materialästhetik ein dankbarer Gegenstand, weil er selbst – zumal als Fabrikationsfilm – von Stofflichkeiten handelt, die in Veränderung begriffen sind. Wie dabei das Vermögen des Films zur Erfassung und Aufbereitung von Licht- und Bewegungsverhältnissen abwechselnd hervorgekehrt und herausgefordert wird, führt die Rimmers Film zugrundeliegende Einstellung präzise vor: Erst schillert das Zellophan beim Ausrollen wild, dann legt es sich bei straffer Spannung gleichmäßig über das Bild, schmiegt sich als dunkle Tönung dem Filmstreifen an.

Deformation und Transformation

Mit seinem eigenen Belastungstest filmischer Wiedererkennbarkeit destilliert Rimmer aus dem Ausgangsmaterial „die Dimension des Figuralen“, wie Blümlinger nicht zu Rimmer, sondern bezogen auf Found Footage-Arbeiten Peter Tscherkasskys schreibt: „und zwar sowohl im Deleuzeschen Sinne, über die Verbindung von reiner Sinneserfahrung und Affekt, als auch im Freudschen Sinne, nämlich hinsichtlich der Betonung des ursprünglich formbildenden Prozesses der Rücksicht auf Darstellbarkeit.“²⁵²

Blümlinger unterscheidet hier zwei zentrale Linien in der Konzeption des Figuralen als einer über Krafteinwirkungen organisierten Bildlichkeit. Gilles Deleuze definiert die Figur, im Bezug auf die Malerei Francis Bacons und Paul Cézannes, strikt leiblich und nicht-psychologisch – als „die auf die Sensation bezogene sinnliche Form“, die „unmittelbar auf das

²⁵⁰ Christa Blümlinger: *Kino aus zweiter Hand. Zur Ästhetik materieller Aneignung im Film und in der Medienkunst*, Berlin: Vorkwerk 8 2009, S. 40.

²⁵¹ Vgl. ebd. S. 39-42.

²⁵² Ebd., S. 44.

Nervensystem, das Fleisch ist“, wirkt.²³³ Der eigentlichen Aufgabe der Malerei, „Kräfte sichtbar zu machen, die nicht sichtbar sind“,²³⁴ komme Bacon nach, indem er seine Figuren (auch diese als Körper gedacht) einer Deformation aussetzt. Wo bei Bacon Kräfte wirken – physikalische wie Druck, Trägheit, Anziehungskraft, aber auch die unsichtbaren, die einen Schrei hervorbringen – können Partien verwischen und Formen ununterscheidbar werden, aber nie abstrakt. „Die Transformation der Form kann abstrakt oder dynamisch sein. Die Deformation aber betrifft stets den Körper und ist statisch [...]“.“²³⁵

Mit diesem starken Körperbezug schreibt Deleuze Jean-François Lyotards Konzeption des Figuralen um, trennt sie vor allem von den in Lyotards *Discours, Figure* (1971) wesentlichen Bezügen auf Elemente aus Sigmund Freuds psychoanalytischer Energie- und Kräftelehre.²³⁶ Das Figurale, als dasjenige an der Figuration, was aus der Signifikation herausfällt, ist in Lyotards Angriff auf strukturalistische Linguistik und lacanianische Psychoanalyse ein Komplize des Begehrens und verweigert sich wie dieses diskursiven Sinnstrukturen.²³⁷ Ähnlich der Traumarbeit, die das Begehren verrichtet, begreift Lyotard das Werk des Figuralen als eines der Entstellung und Ordnungsüberschreitung, das nicht auf latente Inhalte hin zu befragen sei, sondern an seinen Operationen und seiner (radikal nicht diskursiv, nicht einmal phänomenologisch einholbaren) Ereigniskraft zu beobachten.²³⁸

In der filmwissenschaftlichen Aneignung des Figuralen durch Jacques Aumont, Philippe Dubois und Luc Vancheri spielt das Begehren als Wirken nicht gebundener Energien nach dem Lustprinzip, das Lyotard auch in den figuralen Erscheinungen der Kunst am Werk sah, eine untergeordnete Rolle.²³⁹ Freuds *Traumdeutung* wird hier, die Analogisierung von Traum und bildender Kunst einschränkend, vor allem aufgerufen als Modell einer Bildproduktion ohne Absicherung durch textuelle Bedeutungsoperationen.

Von Darstellbarkeit [*figurabilité*] zu sprechen, heißt vor allem das Bild aus seinen drei Ebenen des Ausdrucks, der Repräsentation und der Logik zu befreien, und die Analyse wieder in Bezug zu setzen mit den Prozessen, welche die Annahme einer gegenständlichen Form gewährleisten. In diesem Sinne ist die Traumdeutung für die Kunst von Interesse.²⁴⁰

²³³ Gilles Deleuze: *Francis Bacon. Logik der Sensation*, München: Fink, 1995, S. 27.

²³⁴ Ebd., S. 39.

²³⁵ Ebd., S. 40.

²³⁶ Vgl. Kiff Bamford: „Desire, Absence and Art in Deleuze and Lyotard“, in: *Parrhesia*, 16 (2013), S. 50f.

²³⁷ Vgl. Lyotard: *Discours, figure*, S. 271-279.

²³⁸ Vgl. ebd., S. 274f.

²³⁹ Vgl. ebd., S. 14, 17, 274.

²⁴⁰ Vancheri: *Les pensées figurales de l'image*, S. 66. Übersetzung JS. Zitat im Original: „Parler de figurabilité, c'est donc avant tout dégager l'image de sa triple dimension expressive, représentative et logique, et replacer l'analyse au contact des processus qui permettent l'assomption figurative d'une forme. C'est cette économie singulière du rêve

In der emphatischen Rede von Kräften bei allen drei Autoren (bei Vancheri auch: von ‚Ökonomie‘, verstanden als vor allem binnenästhetischer Kräftehaushalt eines Werks) hallt die Freudsche Energetik nach,²⁴¹ die ihrerseits wiederum vom physikalisch-physiologischen Paradigma der Kraft im späten 19. Jahrhundert geprägt ist.²⁴² Dubois definiert figurale Kraft allerdings eher in der Nähe von Deleuzes Sensationen. Die Kraft des Bildes setzt er als affektive Potenz, die „nicht messbare Empfindungen erzeugt“, gegen die Macht des Bildes als „rhetorisch gesteuerte Konstruktion von Sinneffekten“. ²⁴³ Aumont wiederum ist es in differenzierter Abgrenzung zum Traumbild nicht um ein Begehren, sondern um ein Denken der Bilder zu tun. Er fragt nach jener suggestiven Kraft des Bildes [„*force de l’image*“], die erlaubt, oft sogar zwingt [„*force*“] zu interpretieren, einen Sinn zu (er-)finden.²⁴⁴ Im Gegensatz zu den *Deformationen*, denen Deleuze bei Bacon und Dubois in Filmen vor allem nachgehen,²⁴⁵ fokussiert Aumont die anschaulichen und damit auch: konzeptuellen *Transformationen*, denen Objekte und Personen über einen Film hinweg ausgesetzt sind.²⁴⁶

Die Eingriffe von VARIATIONS ON A CELLOPHANE WRAPPER liefern ihr Ausgangsmaterial beiden Prozessen figuraler Umformung, Deformation wie Transformation, aus: Am affektiv durchschlagendsten wird die Entstaltung, die dem Fabriksetting widerfährt, im Gesicht der Fabrikarbeiterin, das sich in manchen Bearbeitungsstufen zur Grimasse eindellt und aushöhlt. Transformiert wird hingegen die Geste der Arbeiterin: sie bleibt sich als Bewegungsmuster gleich, wird weder in der Geschwindigkeit modifiziert noch abgebrochen, löst sich aber von den in ihrer Sichtbarkeit beeinträchtigten Armen ab, die sie ausführen. Einerseits wird so in der achtminütigen Wiederholung bei wechselnden Bildqualitäten Produktion als Abstraktion menschlicher Arbeitskraft anschaulich. Ein allfälliger Befund von Industriearbeit als gewaltförmiger Verdinglichung von Arbeitskraft verkompliziert sich aber andererseits dadurch, dass

qui interesse l’art.“ Zum Bezug auf Freuds *Traumdeutung*, vgl. Jacques Aumont: *À quoi pensent les films*, Paris: Séguier 1996, S. 170; Dubois: „Plastizität und Film“, S. 124f.

²⁴¹ Vgl. Aumont: *À quoi pensent les films*, S. 157; Dubois: „La tempête et la matière-temps“, S. 274, 316; Vancheri: *Les pensées figurales de l’image*, S. 14.

²⁴² Vgl. Günter Gödde: „Der Kraftbegriff bei Freud. Physiologische und psychologische Verwendungen“, in: *Zeichen der Kraft. Wissensformationen 1800 - 1900*, hrsg. v. Thomas Brandstetter/Christof Windgätter, Berlin: Kadmos 2008, S. 228-246. Auch Lyotard verweist darauf, dass Freuds Energetik am physiologischen Reflexbogenmodell orientiert ist: Vgl. Lyotard: *Discours, figure*, S. 271.

²⁴³ Dubois: „Plastizität und Film“, S. 122.

²⁴⁴ Aumont: *À quoi pensent les films*, S. 157.

²⁴⁵ Vgl. Dubois: „Plastizität und Film“, S. 126-134.

²⁴⁶ Vgl. Aumont: *À quoi pensent les films*, S. 156, Vancheri: *Les pensées figurales de l’image*, S. 149f.

der sturen Repetition der Arbeit im Bild die variationsverliebte Bildbearbeitung durch den Filmemacher gegenübersteht. Das rhythmische Klacken auf der Tonspur betont nicht nur die mechanische Wiederkehr des Gleichen, sondern gibt auch der permanenten Fluktuation der Bildoperationen einen Takt. Durch die industrielle Herstellung hindurch bildet sich hier ein anderer Produktionsmodus ab, für dessen zugleich ausgetüftelte und dem Moment ergebene Virtuosität David Rimmer in der Selbstbeschreibung ein markantes Bild verwendet: Er habe die Bildmanipulationen beim Dreh mit zwei Projektoren spontan exekutiert, „playing variations like a jazz musician might“.²⁴⁷

Industriefilm wird Jazz: Was bei Rimmer 1970 künstlerische Appropriation und Umarbeitung war, ist ein Jahrzehnt vorher im Umfeld der Auftragsproduktion bereits ein verbreiteter Topos. *TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ*²⁴⁸ heißt ein deutscher Kurzfilm von 1961, in dem Aufnahmen aus Krupp-Werkstätten auf präexistierende Jazz-Aufnahmen von Pete Rugolo und Martin Böttcher hin arrangiert sind. Sein Erkenntnisinteresse formuliert Regisseur Hans H. Hermann gleich zu Beginn in einem Titel: „finden wir die rhythmischen der technik im jazz wieder?“ In Anbetracht der häufigen Verwendungen von Jazz zur Untermalung von Industriefilmen seit Joris Ivens’ *PHILIPS RADIO* von 1931 wirkt die Frage rhetorisch. Erhellender ist, wie Jazz als leitendes Prinzip hier auf die Darstellung der Fabrikation ausstrahlt.

In Abgrenzung zum Muster der spätromantisch untermalten „Stahlsymphonie“ – für Rick Prelinger ein eigenes Subgenre im Industriefilm – bezieht *TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ* die ausdifferenzierten Arbeitsschritte nur mehr rudimentär zurück auf das Dirigat einer Führungsebene.²⁴⁹ Stahlproduktion und -verarbeitung werden in drei chronologisch geordnete Kapitel gegliedert (Guss – Schmieden – mechanische Verarbeitung). Deren innere Anordnung verdankt sich jedoch vor allem einem selbstbezüglichen Spiel der Formen und Bewegungen in Bild und Tonspur: Arbeitende Hände, Fabrikgerätschaften und bearbeitete Materialien werden nicht über gegenseitige Kraftaufwendungen aufeinander bezogen, sondern über ähnelnde oder kontrastierende Bewegungen. Synästhetische Bezüge zwischen Bild und Ton werden ausgekostet, bis hin zu schamlosem ‚mickey mousing‘, wenn spritzige Trompeteneinsätze sich auf Kleckse geschmolzenen Eisenerzes reimen.

²⁴⁷ David Rimmer, zitiert nach: Samuel La France: „Seeing Through the Past, Again. David Rimmer’s Found-Footage Films“, in: *Cinema Scope*, 15. Jg., Nr. 57, 2014, S. 29.

²⁴⁸ *TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ*, 1960, Porta-Film (Hamburg), Regie: Hans H. Hermann. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 9’38’’ (25 fps).

²⁴⁹ Dirk Schaefer: „Heavy Metal – Vom Stahlwerk ins Studio. Musikalische Experimente im Industriefilm um 1960“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 33.

Diese Freiheit zur assoziativen Abweichung vom Produktionsprozess kann sich der Film auch deshalb leisten, weil er keine Auftragsproduktion ist. Ähnlich wie eine andere vielbeachtete Fabrikationsetüde aus der Zeit, Bert Haanstras mit dem Kurzfilm-Oscar bedachter GLAS (1958), ist TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ das unabhängig produzierte Nebenprodukt einer Auftragsarbeit. Hergestellt mit Einverständnis von, aber ohne finanzielle Unterstützung durch die Friedrich Krupp AG, war der Neunminüter in den folgenden Jahren auf Festivals, als Vorfilm bei kommerziellen Kinovorstellungen und im spezialisierten Verleih nicht weniger werbewirksam als der Industriefilm KRUPP HEUTE – MENSCHEN UND WERK (1958, Eduard Wieser), aus dessen Schnittresten er montiert ist.²⁵⁰

Gerade als Film an der Außengrenze der Auftragsproduktion verweist TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ auf eine Linie im europäischen und US-amerikanischen Industriefilm aus den Jahren um 1960: formal ambitionierte Filme, die vorzugsweise die kinematografischen Valeurs der Verarbeitung von Glas, Metall und Plastik erkunden. Diese Filme arbeiten entschieden auf figurale Deformationen und Transformationen hin und speisen diese zugleich in eine schnell verfestigte Poetik des Kreativen ein: kreativ sowohl im Sinne einer Deutung industrieller Herstellung als menschlicher Schöpfungsakt (häufig akzentuiert von elektronischer Klangproduktion) als auch im Sinne einer andeutungshaften Annäherung industrieller Arbeitszusammenhänge an Modi einer improvisierenden, unabgesichert virtuoson Kreativarbeit, für die das Zusammenspiel in der Jazzgruppe nicht nur einen naheliegenden Soundtrack, sondern auch ein prägnantes Denkmodell bietet.²⁵¹ Diese beiden Linien einer Poetik des Kreativen werden im Folgenden an zwei österreichischen Kulturfilmen verfolgt, die sich Anfang der 1960er Jahre entschieden in den internationalen Zusammenhang ostentativ kunstfertiger Industriefilmgestaltung stellen.

²⁵⁰ Vgl. N.N.: „TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ, 1961“, in: <http://www.metropoleruhr.de/kultur/film-foto/industriefilm-ruhr-2010/drei-studien.html> (Zugriff: 26.10.2015). Zu Haanstra, vgl. Johan Soetens/Job Meihuizen: *Glas op celluloid. Nederlandse cineasten en de glasfabrieken 1918-1958*, Amsterdam: De Bataafsche Leeuw 2006, S. 159, 165.

²⁵¹ Zur Jazzformation als Leitbild für Arbeitsorganisation, vgl. Kai van Eikels, „Collective Virtuosity, Co-Competition, Attention Economy. Postfordismus und der Wert des Improvisierens“, in: *Improvisieren. Paradoxien des Unvorhersehbaren. Kunst – Medien – Praxis*, hrsg. v. Hans-Friedrich Bormann/Gabriele Brandstetter/Annemarie Matzke, Bielefeld: Transcript 2010, S. 132-135, 144-147.

II.4.1. Prometheische Ketten: MIT UNBEKANNTEM ZIEL (1963)

Beide Filme – MIT UNBEKANNTEM ZIEL²⁵² und AUSTRIA HOHLGLAS²⁵³ – entstanden für die Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft (kurz: Bundeshandelskammer), die ab Mitte der 1950er Jahre neben der Stadt Wien zum wichtigsten öffentlichen Auftraggeber von Wirtschaftswerbefilmen in Österreich avancierte. Produziert wurden überwiegend Filme, die der beruflichen Fortbildung innerhalb Österreichs dienen sollten – oft in Fortsetzung eines Rationalisierungs- und Modernisierungsprogramms, wie es die im Rahmen des Marshallplans entstandenen Filme beworben hatten –, sowie sogenannte ‚Exportdokumentarfilme‘, die der Auslandswerbung für Österreichs Wirtschaft dienen, aber auch national – in kommerziellen wie nichtkommerziellen Kinovorführungen sowie im Fernsehen – als Kulturfilme ausgewertet werden sollten.²⁵⁴

Ein Ende der 1950er Jahre gegründeter Filmdienst des Wirtschaftsförderungsinstituts der Kammer organisierte den Verleih der Eigenproduktionen sowie angekaufter Titel – darunter auch TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ – an Kammerorganisationen und österreichische Außenhandelsstellen.²⁵⁵ Sowohl MIT UNBEKANNTEM ZIEL als auch AUSTRIA HOHLGLAS wurden in der Korrespondenz des Wirtschaftsförderungsinstituts zu den ‚Exportdokumentarfilmen‘ gezählt, wobei AUSTRIA HOHLGLAS diesem Muster entschiedener entspricht als der weder mit explizitem Österreich-Bezug noch mit nicht-deutschen Sprachfassungen versehene Kunststoff-Kulturfilm MIT UNBEKANNTEM ZIEL.²⁵⁶ Beide Filme liefen, neben anderen Festivals, bei den Filmfestspielen von Berlin und wurden aus einem Jahrgangsvolumen von 59 (1963) bzw. 50 (1964)

²⁵² MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 1963, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 22'04" (25 fps).

²⁵³ AUSTRIA HOHLGLAS, 1964, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 12'44" (25 fps).

²⁵⁴ Zu den beiden Themenfeldern Ausbildung und Auslandsrepräsentation, vgl. H. Podhradsky: „An das Bundesministerium für Auswärtige Angelegenheiten“, 23.07.1964, in: Gesch.-Zahl WF 24.550/1964; Gegenstand: „Leihweise Überlassung von Filmen an das ECE-Sekretariat“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv. Zu den Einsatzmöglichkeiten der Filme, vgl. H. Podhradsky: „Antrag“, 07.07.1959, in: Gesch.-Zahl WF 23.381/1959; Gegenstand: „Herstellung von Fernseh-Kurzfilmen für die österreichische Wirtschaftswerbung im Ausland“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, S. 3.

²⁵⁵ Vgl. H. Podhradsky: „Bericht und Antrag an das Präsidium“, 31.03.1958, in: Gesch.-Zahl WF 22.331/1958, Gegenstand: „Filmdienst“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.

²⁵⁶ Vgl. H. Podhradsky: „An das Bundesministerium für Auswärtige Angelegenheiten“, 23.07.1964, in: Gesch.-Zahl WF 24.550/1964; Gegenstand: „Leihweise Überlassung von Filmen an das ECE-Sekretariat“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.

Produktionen mit dem Österreichischen Kulturfilmpreis ausgezeichnet (jeweils ex aequo mit einem zweiten Film).²⁵⁷

Der Repräsentationscharakter nach außen erklärt teilweise die gediegene wie um auffällige stilistische Akzente bemühte Gestaltung beider Produktionen. Sie entspricht allerdings auch einem zeittypischen Kulturfilmstil, der genauso manche der Fortbildungsfilme prägt – etwa KEINE ANGST VOR AUTOMATISIERUNG (1961, Harald Zusanek). Die Kulturfilmproduktion in der Zweiten Republik verdankte sich weitgehend staatlicher Förderung, hauptsächlich von Seiten des Bundesministeriums für Unterricht, aber eben auch durch öffentliche Auftraggeber wie die Bundeshandelskammer.²⁵⁸ Legitimiert wurde diese Finanzierung um circa 1960 nicht nur mit dem vertrauten kinoreformerischen Argument einer Hebung des Programmnieaus,²⁵⁹ sondern auch als Testfeld, um „das filmkünstlerische Schaffen durch avantgardistische Versuche weiter zu entwickeln.“²⁶⁰ Im zitierten Text von 1962 ortet Dr. Raimund Warhanek, Leiter der Abteilung Film und Fernsehen im Bundesministerium für Unterricht, unausgeschöpfte filmkünstlerische Potenziale im Kulturfilm vor allem in einer zu forcierenden Selbstbehauptung des Filmbilds gegenüber dem Text: „Das Kompromiss wird in Zukunft also darin bestehen, dass der Autor wohl eine dichterische Idee oder ein gedankliches Konzept zu liefern haben wird, dass es aber stärker als bisher bei Regie und Kamera liegen soll, die schöpferische Transponierung in das Bild vorzunehmen.“²⁶¹

Einen ähnlichen Fokus auf die bildliche Durchgestaltung eines Themas legt die Leitung des Wirtschaftsförderungsinstituts (WIFI) bereits beim ersten Antrag um Finanzierung eines Films zur Auslandswerbung durch die Bundeshandelskammer. Von mehreren eingeholten Entwürfen wird dem Präsidium derjenige der Nord-Süd-Film für den 1957 realisierten Film DER REGENBOGEN²⁶² vorgelegt: „Diese Produktionsgesellschaft hat bereits eine Reihe prominenter und international anerkannter Filme hergestellt, u.a. den Opernfilm. Sie geht bei ihren Arbeiten neue Wege, indem sie statt der üblichen Rahmenhandlungen den gesamten Film

²⁵⁷ Vgl. N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1963“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, S. K5-K6; N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1964“, in: *Filmkunst*, 44 (2/1965), S. K5. N.N.: „Österreichischer Kulturfilmpreis 1963“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, Umschlaginnenseite vorne; N.N.: „Österreichischer Kulturfilmpreis 1964“, in: *Filmkunst*, 44 (2/1965), Umschlaginnenseite vorne. Zur Übersicht über das jährliche Produktionsvolumen, vgl. N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1965“, *Filmkunst*, 47 (1/1966-67), S. K1.

²⁵⁸ Vgl. Raimund Warhanek: „Filmförderung durch das österreichische Kulturressort“, in: *Filmkunst*, 36 (1962) S. 23-25.

²⁵⁹ Vgl. Gottfried Kinsky-Weinfurter: *Filmmusik als Instrument staatlicher Propaganda. Der Kultur- und Industriefilm im Dritten Reich und nach 1945*, München: Ölschläger 1993, S. 69f.

²⁶⁰ Raimund Warhanek: „10 Jahre österreichischer Kulturfilmpreis“, in: *Filmkunst*, 35 (1961), S. 9.

²⁶¹ Vgl. ebd., S. 16.

²⁶² DER REGENBOGEN, 1957, Regler-Film (Wien) für Bundeshandelskammer/ Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek.

unter ein ideelles Leitmotiv stellt, das sodann vom Optischen her abgewandelt wird.“²⁶³ Die Rede von ‚schöpferischer Transponierung‘ und ‚Abwandlung‘ stellt Bildlichkeit als eigenwertig heraus und unterstellt sie gleichzeitig dem Dienst an ‚Ideen‘ (die nicht einfach ‚Themen‘ sind). Wirtschaftswerbung erscheint hier als ein Akt der Figuration, wie sie der Romanist Erich Auerbach definiert hat: Gestaltwerdung von Ideen.²⁶⁴ Als zentrale gemeinsame Idee lässt sich in den von der Bundeshandelskammer in Auftrag gegebenen ‚Exportdokumentarfilmen‘ Österreich als ein Modell beseelter, von Kultur durchdrungener Wirtschaftsmodernisierung ausmachen. Diese Idee bespielte zwischen 1957 und 1965 niemand so findig und zugleich linientreu mit Bildeinfällen wie Harald Zusanek, der nach DER REGENBOGEN für die Bundeshandelskammer unter anderem auch MIT UNBEKANNTEM ZIEL und AUSTRIA HOHLGLAS schrieb und inszenierte.

Ebenbildmaschine

Mitte der 1950er Jahre war Harald Zusanek (1922-1989) einer der erfolgreichsten Jungdramatiker Österreichs.²⁶⁵ Schon vor den ersten Filmregiearbeiten nutzte er im Theater pointiert Medientechnologien wie das Tonband.²⁶⁶ Nachdem Zusanek als Autor zum Kulturfilm gekommen war, übernahm er sukzessive nicht nur die Regie, sondern in einigen späteren Arbeiten – darunter MIT UNBEKANNTEM ZIEL und AUSTRIA HOHLGLAS – auch einen Teil der Kameraarbeit.²⁶⁷ Institutionelle Anerkennung als Filmprofessionist erfuhr Zusanek, der am Reinhardt-Seminar Theaterregie studiert hatte, 1967 mit der Berufung zum Professor für Drehbuch und Dramaturgie an der Abteilung Film der Hochschule für Musik und darstellende Kunst in Wien.²⁶⁸ Ein drittes Betätigungsfeld des Schriftstellers und Filmmachers scheint im Fall von MIT UNBEKANNTEM ZIEL für die filmische Gestaltung seines Sujets erheblich gewesen zu

²⁶³ Wessely: „Antrag für die Präsidialsitzung“, S. 2. Beim „Opernfilm“ handelt es sich um MUSIK FÜR DIE WELT (1955, Karl Sztollar), der wie auch DER REGENBOGEN, von der Nord-Süd-Film verliehen, aber von der Regler-Film vertrieben wurde. Vgl. N.N.: „Die österreichischen Kulturfilm 1946-1960“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, S. 45.

²⁶⁴ vgl. Erich Auerbach: „Figura“, in: Ders.: *Gesammelte Aufsätze zur Romanischen Philologie*, Bern/München: Francke 1967, S. 55-92. Vgl. auch Aumont: *À quoi pensent les films*, S. 158; Adrian Martin: *Last Day Every Day. Figural Thinking from Auerbach and Kracauer to Agamben and Brenez*, Brooklyn: punctum books 2012, S. 12-15.

²⁶⁵ Vgl. Paul Wimmer: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, Innsbruck: Universitätsverlag Wagner 1988, S. 32, 68.

²⁶⁶ Vgl. Wimmer: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, S. 93.

²⁶⁷ Neben Zusanek führte der erfahrene Herbert Gersch die Kamera, der zeitgleich als Geschäftsführer des Services *Urania – Österreichischen Kulturfilmstelle* in die nationale und internationale Distribution österreichischer Kulturfilm involviert war. Auch in dieser Hinsicht sind diese Produktionen in die österreichischen Auftrags- und Distributionszusammenhänge hervorragend eingebettet. Vgl. Wilhelm Petrasch: *Die Wiener Urania*, Wien/Salzburg: Böhlau 2007, S. 258.

²⁶⁸ Vgl. Wimmer: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, S. 14.

sein: Als freischaffender Religionswissenschaftler hat Zusanek über Jahrzehnte hinweg zu vorolympischen Kulturen an der Ägäis geforscht.²⁶⁹

MIT UNBEKANNTEM ZIEL erzählt die Kunststoffproduktion als Schöpfungsmythos. Nicht nur darin ist die österreichische Produktion merklich an Alain Resnais' Plastikindustriefilm *LE CHANT DU STYRÈNE* (1958, Alain Resnais) angelehnt, der – assistiert von Raymond Queneaus Alexandrinerversen – die Erschaffung des Universums als knallbunte Farce organisch-anorganischer Formen wiederaufführt. Zusaneks Film verhält sich zu dem von Resnais/Queneau als aufschlussreiches Komplementärstück. Wenn das mit dem Kunststoff verbundene Phantasma der Verformbarkeit, wie der Literaturwissenschaftler Carsten Rohde vorschlägt, in zwei Richtungen fließt – „eine faustisch-prometheische, tendenziell katastrophische und eine weltfromm-pantheistische, tendenziell irenische“ –, dann weist Zusanek in die erste, Resnais in die zweite.²⁷⁰ Und wo Resnais' dramaturgische Entscheidung zur zeitlichen Umkehrung der Fabrikationsprozesse, gepaart mit dem Atomismus des Lucrezianers Queneau, auf eine Urwelt gewaltsamer Materialität zusteuert, da betont der Holist Zusanek die Bemühungen, diese Materie zu organisieren, auch: mit Geist zu erfüllen.²⁷¹

Programmatisch blendet die erste Einstellung ein Menschenhirn, ein Reagenzglas und eine Sanduhr übereinander, bevor die Kommentarstimme die mythopoetische Stoßrichtung vorgibt: „Die Geschichte des menschlichen Geistes ist die Geschichte eines Wettlaufs. Er begann, als Prometheus den Göttern das Feuer stahl. Wann er endet, wissen wir nicht. Wir wissen nicht, warum und mit wem wir um die Wette laufen, und wir wissen nicht wohin. Aber wir laufen.“ Den Kunststoff führt Zusanek als Kronzeugen und neue Zündstufe dieses prometheischen Zivilisationsentwurfs ein – „Substanzen, die es bisher in der Natur nicht gegeben hat. Deshalb nennen die Engländer den Kunststoff *man-made*, von Menschen gemacht.“

Was sich wie aus und mit Plastik alles machen lässt, fächert der Film nach diesem Prolog in seinen übrigen zwanzig Minuten auf. Von der chemischen Herstellung der Kohlenstoffketten geht es, der Fabrikationsdramaturgie folgend, weiter zur physischen Bearbeitung durch Prägen, Schichten, Schäumen und abschließend zum Portfolio der Endprodukte und Anwendungsfelder

²⁶⁹ Vgl. ebd. S. 18.

²⁷⁰ Carsten Rohde: „Plastic fantastic. Stichwörter zur Ästhetik des Kunststoffs“, in: *Ästhetik der Materialität*, hrsg. v. Christiane Heibach/Carsten Rohde, Paderborn: Fink 2015, S. 127.

²⁷¹ Zu *LE CHANT DU STYRÈNE*, vgl. Edward Dimendberg: „Das sind keine Stilübungen‘: Zu Alain Resnais' Industriefilm *LE CHANT DU STYRÈNE*“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 112-117. Zum Holismus der von Harald Zusanek erforschten Frühkulte, vgl. Joseph P. Strelka: *Dante und die Templergnosis*, Tübingen: Francke 2012, S. 26f. Ein verschollenes dramatisches Frühwerk Zusaneks ist eine 1945 verfasste *Prometheus-Trilogie* über die Beziehung zwischen Menschen und Robotern. Vgl. Wimmer: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, S. 15.

(„Medizin“, „Technik“, „Zivilisation“, „Industrie“). Während Menschen als Arbeitskräfte kaum sichtbar werden – wenn, dann oft als verzerrte Spiegelungen in der Kunststofffläche²⁷² –, bleibt ‚der Mensch‘ als Schöpfer permanent angerufen. Aus naturwissenschaftlichen Prinzipien werden im Voice-over-Kommentar „ewige Gesetze“, die sich bei der Erzeugung der Grundstoffe wie ihrer Verarbeitung bestätigen. Ähnlich zeitübergreifend sieht der Film bei der Pressung von Plastikflaschen und -gabeln „das alte Spiel von Materie und Geist“ am Werk und findet dafür am Ende einer Montagesequenz von Prägungen ein angemessen antikisierendes Bild: Aus farbigen Kunststoffflächen steigen – erst schemenhaft, dann klar konturiert – griechische Theatermasken auf (**Abb. 27-28**).²⁷³

Der potenziell unbegrenzten Prozessierbarkeit des Materials („Aus Kunststoff kann man schlechthin alles herstellen.“) ist mit dieser Ebenbildmaschine ein so stabiler wie hochtrabender kultureller Rahmen gesetzt. Doch schon mit der Überblendung von der letzten Detailaufnahme des Plastik-Anlitzes zur nächsten Einstellung wird das Gesicht, Produktionsstätte weißer westlicher Subjektivität,²⁷⁴ einer bizarren Mutation ausgesetzt: Wo eben Lippen waren, fährt aus einem unscharfen Hintergrund langsam der Schlund einer Plastikröhre der Kamera entgegen (**Abb. 29-30**). Die Kenntlichkeit wird wieder abgebaut, drei Einstellungen später geht es fließend vom Inneren einer Röhre zum 3D-Modell einer Kohlenstoffkette.²⁷⁵ Auch sonst erzielt MIT UNBEKANNTM ZIEL immer wieder Momente irritierender Deformierung, um sie aber flink in die nächste abgesicherte Wiedererkennbarkeit zu transformieren – und sei es Wiedererkennbarkeit als Kunst: Zwei Einstellungen durch eine abrollende durchsichtige Folie mit Noppen werden lange genug gehalten, um in ihren Op-Art ähnlichen Effekten wertgeschätzt werden zu können (**Abb. 31-32**). Die räumliche Umgebung, in der die Folienrolle zuvor als Gegenstand etabliert worden ist, wird hier durch enge Kadrierung und einen Wechsel in der Schärfentiefe demonstrativ kunstfertig zum Verschwinden gebracht.²⁷⁶

²⁷² Vgl. beispielsweise MIT UNBEKANNTM ZIEL, 0:14:31,03-0:14:39,05.

²⁷³ Vgl. ebd., 0:09:02,08-0:09:26,19.

²⁷⁴ Vgl. Gilles Deleuze/Felix Guattari: *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*, Minneapolis/London: University of Minnesota 1987, online verfügbar unter <http://projectlamar.com/media/A-Thousand-Plateaus.pdf> (Zugriff: 26.10.2015), S. 167-174.

²⁷⁵ Vgl. MIT UNBEKANNTM ZIEL, 0:09:26,20 -0:09:50,06.

²⁷⁶ Vgl. ebd., 0:07:22,05-0:07:32,01.



Abb. 27-28



Abb. 29-30



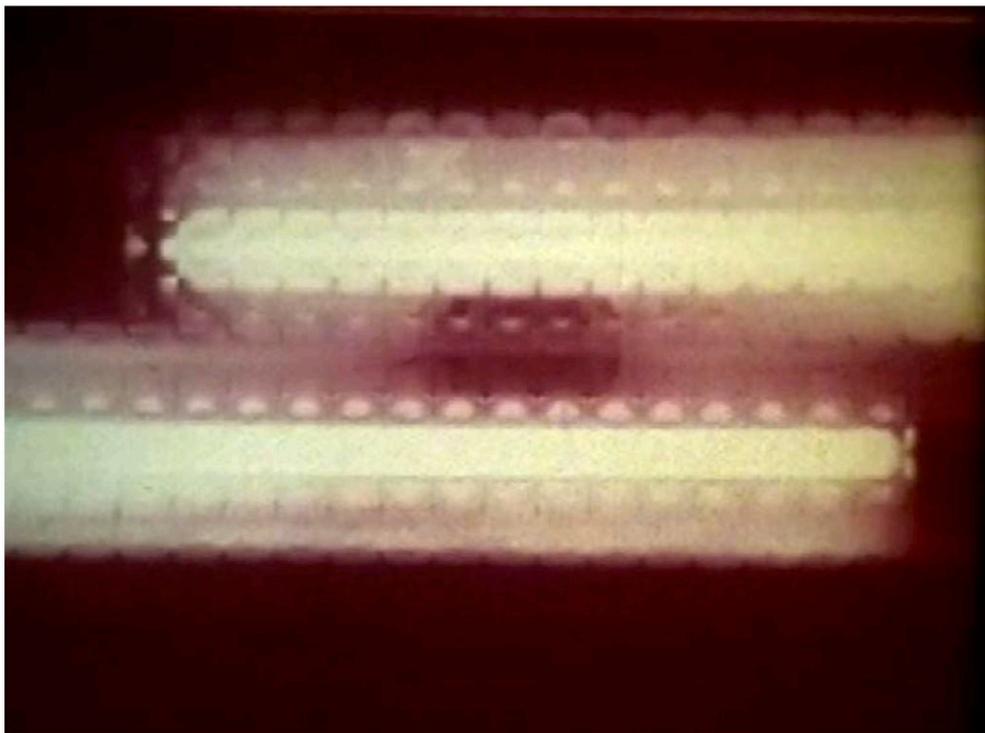
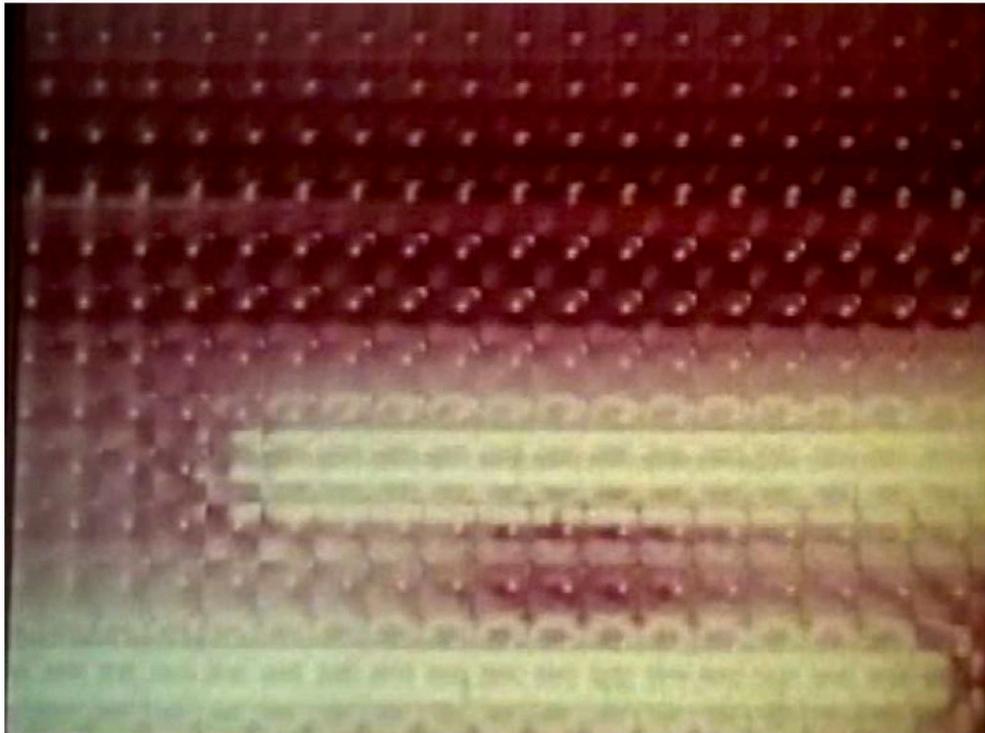


Abb. 31-32

Unter Dingen

In der Tongestaltung bleibt die Auseinandersetzung mit nicht-organischen, genuin menschengemachten Materialien zögerlich: Statt überwiegend elektroakustischer Hintergrundmusik wie in anderen ambitionierten Industriefilmen der Zeit²⁷⁷ erklingen ein futuristisch versetzter Jazzscore von Heinz Neubrand sowie elektronisch verzerrte Automaten- und Tonbandstimmen. Entschieden kunststoffgerecht ist der Film dagegen in Dramaturgie und Bildgestaltung: Die potenziell unendlichen Kohlenstoffketten des Plastiks, die immer wieder als Animation vorgeführt werden, finden ihre Entsprechung in einer Makrostruktur offener Aufzählungen (immer *noch* eine Bearbeitungsmethode, noch eine Anwendung, noch eine Textur). Gliederung erfolgt hier – innerhalb der produktionschronologisch geordneten Segmente – häufig durch die Verkettung benachbarter Einstellungen über Formähnlichkeiten. Ein erstes Panorama verschiedener Kunststoff-Stofflichkeiten schneidet beispielsweise, in sorgsam bemessenen Schritten, von großen Schaumstoffflächen (**Abb. 33**) zu immer kleinteiligeren (**Abb. 34-35**), deren rundes Durcheinander von den Falten eines Stoffs aufgenommen wird (**Abb. 36**), von dem die Montage wiederum zu muschelartig anmutenden Hartplastikgebilden wechselt (**Abb. 37-38**).²⁷⁸ Mit solchen Bildketten katalogisiert MIT UNBEKANNTM ZIEL nicht bloß die diversen Zwischen- und Endzustände des Gestaltenwandlers Plastik – von Pulver und Schleim bis hin zu massiver Solidität –, sondern vermittelt immer wieder geschmeidig zwischen ihnen, arbeitet als Transformator.

Aufzählungen und Bildverkettungen finden in MIT UNBEKANNTM ZIEL auch innerhalb des Bildraums statt. Einzelne Objekte oder Tätigkeiten vor einem tiefenlosen schwarzen Hintergrund zu isolieren war in vergleichbaren österreichischen Produktionen um circa 1960 ein übliches Verfahren, die darin implizierte Abstraktion mehr ästhetisch-kontemplativ als funktional auf Messbarkeit ausgerichtet.²⁷⁹ Ungewöhnlicher sind die Additionen, die MIT UNBEKANNTM ZIEL auf dieser Tabula rasa durchführt: Die (später im Film zweimal variierte) Eröffnungseinstellung, die ein Hirn, ein Reagenzglas und eine Sanduhr in Mehrfachbelichtung ansammelt, kettet Zeichen aneinander wie die industrielle Produktion im Film Kunststoff-Partikel. Um die umfassende Palette des aus Kunststoff Herstellbaren zu demonstrieren, werden in einer frühen Sequenz schwarze Flächen per Stopptrick beziehungsweise allmählicher

²⁷⁷ Vgl. Schaefer: „Heavy Metal – Vom Stahlwerk ins Studio“, S. 32-34.

²⁷⁸ Vgl. MIT UNBEKANNTM ZIEL, 0:02:07,13-0:02:16,24.

²⁷⁹ Vgl. hierzu: GESCHWINDIGKEIT MAL ZEIT (1961, Harald Zusanek), KALEIDOSKOP MADE IN AUSTRIA (1961, Helmut Pfandler), KEINE ANGST VOR AUTOMATISIERUNG (1961, Harald Zusanek), alle in der Filmsammlung der WKÖ.



Abb. 33-38



Beleuchtung sukzessive mit Objekten gefüllt, bis sie lebensweltliche Tableaus (Kinderzimmer, Klassenzimmer, Eigenheim) ergeben.

In einem davon, einem Stilleben mit Freizeitausstattung, ertönt plötzlich ein Knall: Stück für Stück erscheint nun – ein Autowrack.²⁸⁰ In diesem und einigen anderen Momenten markiert der Film ein Unbehagen, das nicht so sehr den ‚naturfremden‘ Kunststoffen gilt, an denen sich die Schöpfungskraft des Menschen bestätigt, als den daraus gefertigten Produktwelten, in die sich mitunter der Verdacht einschleicht, der im Bild abwesende Mensch könnte nur als Ding unter anderen in diese Ensembles eingehen. Was Dimendberg über LE CHANT DU STYRÈNE schreibt, trifft auch auf MIT UNBEKANNTEM ZIEL zu: „Indem er den Zuschauer mit Objekten konfrontiert, die keine Benutzer haben, suggeriert der Film eine Autonomie der Gegenstände, die zugleich den Status des Menschen in der neuen Dingwelt problematisch erscheinen lässt.“²⁸¹ Bei der Leistungsschau der Plastikprodukte, die den Film beschließt, erscheint – zwischen den Errungenschaften in „Wissenschaft“, „Technik“ und „Industrie“ – unter dem Titel „Zivilisation“ einzig: ein Tisch mit Fernseher, Radios, Telefonen mit abgehobenem Hörer. Dazu tönen zwei monotone Tonbandschleifen – „Bitte warten!“ und „So wie der Mensch es will...“ –, während sich von oben zu laszivem Nachtclub-Swing weibliche Schaufensterpuppenköpfe ins Bild schieben.²⁸²

In der Kluft zwischen den antikisierten, männlichen Maskengesichtern und ihrem Bezug zum „alten Spiel von Materie und Form“ aus der Filmmitte und den leblosen Mannequin-gesichtern deutet sich, auch und gerade in der Ironie, eine konservative (und vielsagend gegenderte) Kulturkritik an, die sich an der Frage der menschlichen Stimme noch einmal zuspitzt: Nach einem weiteren Einsatz repetitiv und ausdruckslos plappernder Stimmen (referiert werden Anforderungen an Verpackungsmaterial: „formbeständig – korrosionsbeständig – chemikalienbeständig – UV-absorbierend – wetterfest – klimafest – stoßfest...“) kommt der Film gegen Ende auf Tonband und Schallplatte zu sprechen: „Mit ihnen bereichert der Kunststoff unter Umständen sogar den Bereich der Kultur.“ Der Beleg ist eine Goethe-Tonband-Lesung, aber eben nicht „Prometheus“, sondern aus dem „Lied der Parzen“:

Es fürchte die Götter
Das Menschengeschlecht,
Sie halten die Herrschaft

²⁸⁰ Vgl. MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 0:03:19,22-0:03:33,17.

²⁸¹ Dimendberg: „Das sind keine Stilübungen“, S. 112.

²⁸² Vgl. MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 0:17:50,01-0:18:21,18.

In ewigen Händen
Und können sie brauchen
Wie's ihnen gefällt.
Der fürchte sie doppelt,
Den je sie erheben!²⁸³

Damit ist dem Finale des Films sein demütiger Tonfall vorgegeben: Der Kunststoff produziere, heißt es da in bemerkenswert defensiver Diktion, eine neue Welt, „mit der die nächsten Generationen fertig werden müssen, und an der sie weiterbauen werden.“ Die Gemengelage aus ausgekosteter Faszination für Kunststofflichkeiten in diesem Film und ihrer Einbindung in eine betulich-bedenkenreiche Zivilisations-Rhetorik gemahnt weniger an Prometheus, den angeketteten Rebellen, als an einen listigen Odysseus, der sich in humanistisch-entfremdungskritische Fesseln legen lässt, um gut abgesichert dem Gesang des Styrens lauschen zu dürfen.

II.4.2. Magische Zeichen: AUSTRIA HOHLGLAS (1964)

Mit seinem latenten Misstrauen gegen Plastikgegenstände steht *Mit unbekanntem Ziel* nicht allein da. So unterschiedliche Beobachter wie Roland Barthes und Norman Mailer haben in den Jahren um 1960 festgestellt, dass die Verarbeitung von Plastik eine Krise der Lesbarkeit von Alltagswelt wenn schon nicht verantwortete, dann zumindest verkörperte.²⁸⁴

Innerhalb des neuen Systems des kulturellen Konsums, das sich in den fünfziger Jahren etablierte, übernahmen Gegenstände mehr und mehr die Aufgabe, soziale und psychologische Konflikte zu lösen, und sie dienten als Zeichen, die zu bestimmten Zwecken benutzt werden konnten, statt als Mittel, die bestimmte Bedürfnisse erfüllten.²⁸⁵

Die kaum begrenzte Formbarkeit von Plastik schien aus dieser Perspektive einer Entwicklung von Gebrauchsgegenständen zu vermeintlich befreienden „Zeichen-Attrappen“ zuzuarbeiten, wie sie auch Jean Baudrillard diagnostizierte, der Menschen zunehmend in die Rolle der „Zuschauer“ von Gegenständen gedrängt sah.²⁸⁶

Gegen diese semiotische Durchtriebenheit des Plastiks, die Beziehungen zwischen Material, Funktion und Gestaltung tendenziell arbiträr werden lässt, wirkt der Werkstoff Glas

²⁸³ Vgl. ebd., 0:20:00,00-0:20:23,23.

²⁸⁴ Vgl. Jeffrey L. Meikle: *American Plastic. A Cultural History*, New Brunswick/New Jersey: Rutgers 1995, S. 3f, 243-246.

²⁸⁵ Dimendberg: „Das sind keine Stilübungen“, S. 110.

²⁸⁶ Jean Baudrillard: *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt am Main: Campus 2007, S. 44, 74 [frz. Orig. 1968].

um 1960 wie eine Versicherung geradezu vorindustrieller Materialtreue: Bert Haanstra zeigt im Industriefilm *OVER GLAS GESPROKEN* (1958, Bert Haanstra) sowie dem berühmten Kurzfilm *GLAS* auch die massenweise maschinelle Erzeugung von Glasobjekten. Er stellt allerdings – in anachronistischer Fortschreibung einer nicht nur niederländischen Industriefilmtradition – die Glasbläser und -schleifer, die mit den Objekten hantieren oder sie mit der Kraft ihrer Lungen formen, als eigentliche Schöpfersubjekte in den Mittelpunkt.²⁸⁷

In *AUSTRIA HOHLGLAS* dagegen, den Harald Zusanek wie schon *MIT UNBEKANNTEM ZIEL* im Auftrag der Bundeshandelskammer für die Produktionsfirma Regler-Film schrieb und inszenierte, wird die automatisierte Produktion von Glasobjekten nicht einmal als Vergleichsgröße anerkannt: Hier ist alles Handwerk, und dieses Handwerk steht ein für „austria“ (so der verkürzte Titel im Film). Werbung für einzelne Unternehmen war den staatlich finanzierten Wirtschaftswerbefilmen nicht gestattet. Noch über die heimische Hohlglasbranche und deren Qualitätserzeugnisse hinaus zielt *AUSTRIA HOHLGLAS* pars pro toto auf national Wesenhaftes, wie die Kurzzusammenfassung im Katalog des Filmdienstes unterstreicht: „In den österr. Hohlglaserzeugnissen spiegelt sich ein eigenartiges Merkmal unseres Wesens. Der Gegenstand des täglichen Lebens wird so gestaltet, dass die Erzeugnisse über ihre Funktion hinaus zum Zeugnis unserer Lebensart und Kultur werden.“²⁸⁸ Dabei scheint es sich um eine Leitlinie in der Filmproduktion der Bundeshandelskammer gehandelt zu haben. In einem Antrag um Förderung von Kurzfilmen für das Fernsehen heißt es ganz ähnlich, es sei zu zeigen, „wie sehr darauf Bedacht genommen wird, dass der österreichische Geschmack auch in den modernen Formen der Gegenwart weiter lebt.“²⁸⁹

Der Stil der Ware

Diese Frage nach einer in visuelle Formen übersetzten Wesenheit dürfte Zusanek entgegengekommen sein, hält doch sein Exeget Paul Wimmer „das Ornament“ für ein zentrales Motiv seines dramatischen Schaffens: „Der Mensch, das Schöpferische, muss sich selbst einbinden. Es ist das Geheimnis der handgefertigten Dinge, dass sich in ihnen auch die Welt ihres Erzeugers

²⁸⁷ Vgl. Soetens/Meihuizen: *Glas op celluloid*, S. 163.

²⁸⁸ Vgl. N.N.: „AUSTRIA HOHLGLAS“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 175. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

²⁸⁹ H. Podhradsky: „Antrag an das Präsidium“, 07.07.1959, in: *Gesch.-Zahl WF 23.381/1959*; Gegenstand: „Wirtschaftsförderungsfilme für Fernsehwerbung“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, S. 1.

ausspricht. [...] Wo das Unwägbare, das Unendliche nicht mitredet, – also im maschinell Erzeugten – bleibt das Objekt leer [...].“²⁹⁰

In den deutschsprachigen kunsttheoretischen Auseinandersetzungen um 1900 trägt diese Bindungskraft zwischen visuellen Zeichen und ihrer Herkunft den Namen Stil. „Als Stil verstand – oder vielmehr postulierte – man die Qualität der Einheit von Form und dem jeweiligen geistigen Imperativ einer Zeit.“ Im kunsthistorischen Rückblick wurde Stil – in Abgrenzung zur Individualität des einzelnen Kunstwerks – als „Zeichen einer in sich geschlossenen Kultur, ästhetischer Beweis eines nichtentfremdeten Lebens“ deklariert.²⁹¹ Die Debatten und Projekte des Deutschen Werkbunds, an denen Architekten und Designer wie Walter Gropius, Hermann Muthesius, Peter Behrens und Josef Hoffmann teilnahmen, kreisten darum, diesen häufig auf die Vormoderne projizierten und völkisch konzipierten Stilbegriff unter den Bedingungen industrieller Massenproduktion und kapitalistischer Konsumwirtschaft operationabel zu machen.²⁹²

Auch wenn maschinelle Massenproduktion in *AUSTRIA HOHLGLAS* außen vor bleibt, ist die vom Film vorgeschlagene Konzeption eines kunstgewerblich manifestierten Nationalcharakters keineswegs naiv antimodern angelegt, sondern einem an der Konsumökonomie geschulten Stilbegriff verpflichtet: Am Anfang des geschilderten Produktionsprozesses stehen nicht, wie in anderen Glas-Industriefilmen, die Beschaffung der Rohmaterialien oder die Glasschmelze, sondern die Erfindung prägnanter Formen in der Design-Abteilung. Die Arbeit am Hochhofen wird von der am Schreibtisch nicht als ‚näher am Material‘ positiv abgehoben, sondern ihr sogar angeglichen, wenn ein skizzierender Pinsel in einen zur Glasbearbeitung verwendeten Stiel überblendet wird.²⁹³

Ansonsten wird die Arbeit der Glasbläser hier nicht als grafische, sondern als musikalische interpretiert: Lange Nahaufnahmen starren ihre angestregten Gesichter gebannt an wie die virtuoser Jazztrompeter beim Solo. Gleich zum Auftakt zeigt der Film einen Glasbläser in der Totalen, den Stiel mit glühendem Glas wie eine Fanfare gereckt, dazu ein Bläsersatz. Dann wird ein Weinglas wie eine Tongabel angeschlagen und der Vorspann beginnt. Beides, Bläser und gläsern schwingende Perkussionselemente, behält der Begleit-Swing von Heinz Neubrand über die dreizehn Minuten Laufzeit bei, sodass die Jazz-Assoziation auch auf andere komplexe Arbeitsprozesse (etwa das Formen weichen, rotierenden Glases) übergreifen.

²⁹⁰ Wimmer: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, S. 118.

²⁹¹ Schwartz: *Der Werkbund*, S. 39.

²⁹² Vgl. ebd., S. 46-49.

²⁹³ Vgl. *AUSTRIA HOHLGLAS*, 0:00:45,04-0:00:54,12.

Diese audiovisuelle Umcodierung veredelt die Handwerkstätigkeiten der Glasproduktion zu Kunst, die in strengem Regelwerk Neues schafft. Damit nicht genug: Eine Serie von Split-Screens später im Film vergleicht die Herstellung von Glasobjekten explizit mit deren genussreichem Gebrauch: aus dem Weinglas trinken mit Glas blasen, am Stiel des Weinglases nesteln mit dem Drehen des Stiels beim Formen (**Abb. 39-40**).²⁹⁴

Unter welchen Bedingungen wird hier Arbeit ins Freizeitgebiet des Konsums hinübergezogen? Eine proto-postfordistische Lesart dieser Bildvermischung liegt nahe, derzufolge der Film Mitte der 1960er Jahre – am internationalen Scheitelpunkt eines fordistischen Regimes von Massenproduktion und Massenkonsum, das in Österreich eben erst zu greifen begonnen hat – traditionelles, prä-industrielles Handwerk als genussreiche Kreativarbeit wiederkehren lässt. Ebenso angemessen wie ein solcher Vorgriff ist in Anbetracht der formalen Entscheidungen des Films aber ein Rückgriff auf die Werkbund-Debatten und ihren Begriff von Stil.

Denn überbrückt werden die Sphäre der Produktion und des Konsums in der ersten Einstellung dieser Split-Screen-Sequenz durch die U-Form, die das Glas mit der (ein umgekehrtes U darstellenden) Öffnung des Hochofens teilt (**Abb. 41**).²⁹⁵ Das umgedrehte Hochofen-U wurde bereits zu Beginn als Emblem der Produktionssphäre eingeführt und kehrt mehrmals wieder, zuletzt in einer Blitzmontage, die die Öffnung des Hochofens ein weiteres Mal mit der Form gefüllter Weingläser vergleicht (**Abb. 42-43**).²⁹⁶ Das gemeinsame, gespiegelte U von Glas und Hochofen insinuiert keinerlei innere Verwandtschaft zwischen dem Bereich der Produktion und des Konsums und erklärt auch so gut wie nichts über beide Sphären. Es hält aber beides – den Genuss am vollen Weinglas und das Glühen des Hochofens – als hochverdichteten Bild- und Sinnvorrat an der Ware präsent, die angepriesen wird.

Fabrikation als Schaufenster

In seiner semiotischen Konzentration veranschaulicht das U das Warenzeichen als „magische[s] Zeichen“, wie es der Kunstsammler und Werkbund-Theoretiker Karl Ernst Osthaus beschrieben hat.²⁹⁷ Den Begriff prägt Osthaus in einem Aufsatz über „Das Schaufenster“ von 1913. Dieses steht in Werkbund-Diskussionen emblematisch für die als Herausforderung empfundene

²⁹⁴ Vgl. ebd., 0:08:08,22-0:08:34,02.

²⁹⁵ Vgl. ebd., 0:08:08,22-0:08:15,09.

²⁹⁶ Vgl. ebd., 0:09:03,18-0:09:10,11.

²⁹⁷ Karl Ernst Osthaus, zitiert nach: Schwartz: *Der Werkbund*, S. 263; vgl. ebd., S. 263-268.



Abb. 39-40



Abb. 41



Abb. 42-43

Trennung von Herstellung und Handel in modernen Gesellschaften. Die als vormoderne Ursprungsmodell imaginierte Ortseinheit von Werkstatt- und Verkaufsbereich ist aufgebrochen, damit die Herstellung den Augen der Konsumentinnen und Konsumenten entzogen.

Während andere Werkbund-Autoren die Aufgabe des Schaufensters darin begreifen, den Bezug zur Produktion wiederherzustellen (etwa durch visuelle und schriftliche Elemente, die über die Herstellung informieren oder zumindest den „Reiz des Werdens“²⁹⁸ in sein Recht setzen), akzeptiert Osthaus den Riss zwischen Handel und Produktion. Auch auf den Alltagszusammenhang des Konsums soll die Ware im Schaufenster nicht verweisen müssen: „Jede Ware will, statt Geschichten zu *erzählen*, sie selber *sein*.“²⁹⁹ Dazu braucht sie, dem Kunstwerk analog, einen Rahmen, in dem sie aus sich heraus (und verstärkt durch minimale, hochkonzentrierte Zeichensetzungen) auf den Betrachter wirken kann. Schwartz, Osthaus rekapitulierend: „[D]ie Zeichen der Ware – das was sie durch Anordnung und Präsentation vermitteln – [...] bieten Zugang zu einer rein inneren Geschlossenheit nach dem Modell des romantischen Kunstwerks.“³⁰⁰

Für AUSTRIA HOHLGLAS ist das insofern von Interesse, als der Film – nachdem er sich fünf Minuten lang mit Arbeitsvorgängen vom Design bis zur Qualitätskontrolle beschäftigt hat – die übrigen acht Minuten überwiegend mit einer Serie von Produkttableaus zubringt, die sich dem Ausstellungsmodus eines Schaufensters oder Warenkatalogs annähern. Anstatt der vollgestopften Plastikobjektensembles in MIT UNBEKANNTEM ZIEL präsentieren sich die vielgestaltigen Gläser und gelegentlichen Flaschen und Karaffen hier in aufgeräumter Sachlichkeit, angeordnet in Serien, oft mit einigem freiem Umraum, vor schwarzem Hintergrund und auf spiegelnder Fläche. Eine späte Sequenz schaut tief ins Kristallglas, bis dessen Muster sich in Lichtflecken auflösen.

Aber wird diese ekstatisch auf das Glänzen der Dinge gerichtete Aufmerksamkeit durch die Dar- und Gegenüberstellung von Produktion und Konsum nicht wieder verunreinigt? Wird hier die Ware nicht wieder in die Sphäre der Herstellung einerseits und des späteren Gebrauchs andererseits gezogen, gegen die sie für Osthaus als zum Verkauf stehende ihr Eigenleuchten ins Spiel bringen muss? Die Rückführung dieses Bildvergleichs auf das zum Markenzeichen verdichtete ‚U‘ lässt den gegenteiligen Schluss zu: Die hier vorgeführten, stilisierten Produktions- und Konsumszenarien haben den Charakter von Schaufensterdekorationen,

²⁹⁸ Osthaus, zitiert nach: Schwartz: *Der Werkbund*, S. 261.

²⁹⁹ Osthaus, zitiert nach: Schwartz: *Der Werkbund*, S. 262.

³⁰⁰ Ebd., S. 263.

eingrichtet, um die Waren umso besser hervortreten zu lassen. Mit Osthaus ließe sich der Befund auf den Fabrikationsfilm generell ausweiten: Unter konsumwirtschaftlichen Vorzeichen stellen diese dezidiert keine Schleichwege dar, um an einen Moment vor der Fetischbildung der Ware zu gelangen. Sie mögen über die in diese eingegangenen Arbeitsprozesse aufklären, aber ebenso laden sie das Endprodukt irrational-magisch mit dem Glanz der audiovisuellen Attraktionen auf, die sich auf der Werkstraße ergattern ließen.

Soweit zum HOHLGLAS, was ist mit AUSTRIA? In der Schlussequenz des ‚Exportdokumentarfilms‘ wird auch die Nation zum Markenzeichen verdichtet. In einer Kristallvase prangen drei Rosen in rot-weiß-rot vor einem sich drehenden Globus. Bereits die vorangegangenen Einstellungen kombinieren per Doppelbelichtung Blumen in Glasvasen mit diversen Arbeits- und Straßenszenen. Die Blumen, in denen sich Österreich verdichtet, sind hier also doppelt Dekoration: im Verhältnis zu den gezeigten, bildfüllenden Alltagswelten, und im Sinne einer Produktpräsentation der Vasen im Kino-Schaufenster. Gerade dieser schmückende Charakter, ohne Anspruch auf eine hervorgehobene Position, fungiert wiederum als Konstruktionselement der umfassenden Kunsthandwerks-Marke Österreich, die hier von der Bundeshandelskammer national wie international beworben wird. Im Einklang mit der angestrengt installierten Nachkriegsidentität als zum Schönen begabte Kulturnation ist es die Fähigkeit zur zeitenthobenen (sogar: naturschönen) Behübschung, mit der Österreich hier wortwörtlich auf der Weltkarte positioniert wird.³⁰¹

³⁰¹ Vgl. Ernst Bruckmüller: *Nation Österreich. Kulturelles Bewußtsein und gesellschaftlich-politische Prozesse*. 2., ergänzte und erweiterte Aufl., Wien/Köln/Graz: Böhlau 1996, S. 35-60.

III. MESSEN UND PRÜFEN

III.1. Fabrik – Film – Labor

Am Ende des Fabrikationsfilms HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN steht eine Leistungsschau des fertigen Produkts: „Die Lokomotive in drei verschiedenen Fahrgeschwindigkeiten“. Auf den Zwischentitel folgt ein Splitscreen, dessen drei vertikale Segmente je denselben Abschnitt der Gleisstrecke in gleicher Komposition zeigen (**Abb. 44**). Simultan fahren drei Loks in unterschiedlicher Geschwindigkeit auf die Kamera zu und an ihr vorbei.³⁰² Das Mehrfachbild behauptet die Augenfälligkeit eines Vergleichs, setzt dazu aber beim Publikum beträchtliches Vertrauen voraus. Innerhalb der drei Bildsegmente gibt es keine Bewegung, mit der sich die jeweilige Zuggeschwindigkeit vergleichen ließe. Insofern könnte das von links nach rechts steigende Tempo der drei Loks auch Ergebnis unterschiedlicher Aufnahmegeschwindigkeiten sein. Das Vorwärts des Zugs und das des Filmstreifens lassen sich in ihren Geschwindigkeiten nicht nachvollziehbar voneinander isolieren.

Um einer solchen Unschärfe zwischen der Aufzeichnung und ihrem Gegenstand entgegenzuwirken, platziert Frank Bunker Gilbreth in vielen seiner kinematografischen Arbeitsstudien eine „auf den millionsten Teil einer Stunde genaue“ Uhr im Bildausschnitt.³⁰³ Die Verschaltung seiner sogenannten Gilbreth-Uhr mit einer Kamera bewirbt der Effizienzexperte als entscheidenden Fortschritt in Sachen Exaktheit gegenüber Frederick Winslow Taylors Methode der Messung mit Stoppuhr und freiem Auge.³⁰⁴ Die Setzung der Filmkamera als Messgerät im Dienste industrieller Bewegungsanalyse ist aber auch bei Gilbreth von Unbestimmtheiten geprägt. Zum einen bleibt der Einsatz kinematografischer Bewegungsstudien häufig im konkreten unternehmensberaterischen Zusammenhang wirkungslos bis

³⁰² Vgl. HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, 0:14:11,12-14:58,12.

³⁰³ Hoof: „The One Best Way“, S. 131.

³⁰⁴ Vgl. Hans-Christian von Herrmann: „Pensum – Spur – Code. Register der Arbeitswissenschaft bei Taylor, Gilbreth und Bernstein“, in: *Anthropologie der Arbeit*, hrsg. v. Ulrich Bröckling/Eva Horn, Tübingen: Gunter Narr 2002, S. 197-199.



Abb. 44

kontraproduktiv, wie Florian Hoof gezeigt hat.³⁰⁵ Zum anderen ist die Filmaufnahme in Gilbreths Programm nicht der radikalste mediale Weg zur Gewinnung von Bewegungsnormen. Den Versuch, Bewegung vom Körper abzulösen, treibt er mit anderen Mitteln weiter: Einerseits stellt er unbewegte Darstellungen von Bewegungsbahnen her – als fotografische Lichtlinien auf schwarzem Grund oder als dreidimensionale Drahtmodelle von Bewegungskurven –, andererseits konzipiert er ein abstraktes System diskreter, invariabler Elementarbewegungen – siebzehn sogenannte ‚Therbligs‘ mit je zugeordneter Zeitspanne, in die empirische Bewegungen zu zerlegen sind.³⁰⁶

„Getting facts from films“, für diese von Frank und Lillian Gilbreth deklarierte Übertragung braucht es anscheinend den Medienübergang von der kinematografischen Bewegungsstudie zum Setzkastensystem der Therbligs.³⁰⁷ Fakten aus Filmen holen, diese Forderung benennt eine Kluft an Operationalisierung und Abstraktion, die zwischen filmischer Aufzeichnung – auch mit gerastertem Messhintergrund und Gilbreth-Uhr – und der Gewinnung prozessierbarer Daten liegt. Notwendig für eine exakte wissenschaftliche Auswertung ist die Uhr im Bild als Kontrollinstrument nicht nur wegen der Unzulänglichkeit des menschlichen Auges, sondern schon aus einem basalen medientechnischen Grund: weil Gilbreths Kamera wie in den 1910er Jahren üblich von Hand gekurbelt wurde und damit keine regelmäßige Aufzeichnungsgeschwindigkeit gewährleistete.³⁰⁸

Objektivität, Sichtbarmachung, Anschaulichkeit

So entschieden sich einige Stränge der Natur- und Humanwissenschaften fotografische Verfahren ab Mitte des 19. Jahrhunderts zunutze machen, so unterschiedlich sind die epistemologischen Vorzüge, die dabei für die Fotografie geltend gemacht werden: Die Verfasser wissenschaftlicher Atlanten setzen die automatisierte *Objektivität* fotografischer Aufzeichnung

³⁰⁵ Vgl. Florian Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting. Mediale Kristallisationspunkte moderner Managementtheorie“, in: *Medien in Raum und Zeit. Maßverhältnisse des Medialen*, hrsg. v. Ingo Köster/Kai Schubert, Bielefeld: Transcript 2009, S. 245-248.

³⁰⁶ Vgl. von Herrmann: „Pensum – Spur – Code“, S. 199-201; Claus Pias: „Wie die Arbeit zum Spiel wird“, in: *Anthropologie der Arbeit*, hrsg. v. Ulrich Bröckling/Eva Horn, Tübingen: Gunter Narr 2002, S. 213-215; Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting“, S. 260-262.

³⁰⁷ Frank B. Gilbreth/Lillian M. Gilbreth: „Classifying the Elements of Work. Methods of Analyzing Work into Seventeen Subdivisions“, in: *Management and Administration* Jg. 7 (8/1924), S. 131, zitiert nach Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting“, S. 260.

³⁰⁸ Zum Handkurbeln bei Gilbreth, vgl. die einleitenden Titel der folgenden Kompilation: THE ORIGINAL FILMS OF FRANK B. GILBRETH, 1968, presented by James S. Perkins in collaboration with Dr. Lillian M. Gilbreth and Dr. Ralph M. Barnes, Sponsored by the Chicago Chapter of the Society for the Advancement of Management. Quelle: Archive.org, SW, stumm, Video auf <https://archive.org/details/OriginalFilm> (Zugriff: 26.06.2016), 15'23" und https://archive.org/details/OriginalFilm_2 (Zugriff: 26.06.2016), 16'42".

moralisch von der Anmaßung subjektiver Deutung und Typisierung ab.³⁰⁹ Die Chronofotografie des Physiologen Étienne-Jules Marey lässt sich dagegen bereits zu jenen Messtechniken rechnen, die jenseits der Dichotomie subjektiv vs. objektiv Sichtbarkeit überhaupt erst maschinell *herstellen*, wo sie der menschlichen Wahrnehmung nicht zugänglich ist.³¹⁰ Der deutsche Anthropologe Gustav Fritsch wiederum bringt als Vorteil der Fotografie gegenüber Zeichnung und Statistik nicht ihre größere Objektivität ins Spiel, sondern ihr Mehr an *Anschaulichkeit* und *Lebendigkeit*, das den differenzierten Expertenblick des (ausdrücklich männlichen) Physiognomikers erfordert und belohnt.³¹¹

In der beträchtlichen Spannweite zwischen maschineller Nicht-Intervention, apparativer Sichtbarmachung und Anschaulichkeit bewegen sich auch die Einsätze des kinematografischen Bewegtbilds in der wissenschaftlichen Forschung ab Ende des 19. Jahrhunderts. In verschiedenen Forschungskulturen wird Film mit wechselnden Konjunkturen³¹² und höchst unterschiedlich eingesetzt: Während sich der Hamburger Physiker Max Sedding 1907 gerade den Abstand zwischen den filmischen Einzelbildern – „die *analytische*, die zerlegende Fähigkeit des Films“ – zunutze macht, um der Brownschen Bewegung nachzugehen, nutzen die Biologen Alexis Carrel oder Hermann Braus in ihren Zeitraffer-Studien zu Zellwachstum „die *Synthese* der Bilder“ im Ablauf des Filmstreifens.³¹³ Und wie Ute Holl an Filmen der Neuropathologie ausführte, setzt der Forschungs- und Lehrfilm nicht nur auf maschinelle Objektivität, sondern manchmal auch deutende Expertise wieder als oberste Autorität ein.³¹⁴

Was als Messung und Datensammlung im Forschungszusammenhang entstand, wird darüber hinaus häufig in anderen Zusammenhängen als Lehrmittel und/oder Schaustück ausgewertet. So zerlegen Aufnahmen des ballistischen Laboratoriums der Militärtechnischen Akademie in Berlin-Charlottenburg ab 1909 nicht nur Geschossflugbahnen in Einzelbilder. „Sie synthetisieren dieselben auch wieder, zu Werbezwecken, Pädagogik oder flugpornographischer

³⁰⁹ Vgl. Lorraine Daston/Peter Galison: „Das Bild der Objektivität“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 88-99.

³¹⁰ Vgl. Joel Snyder: „Sichtbarmachung und Sichtbarkeit“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 142-167.

³¹¹ Vgl. Michael Hagner: „Mikro-Anthropologie und Fotografie. Gustav Fritschs Haarspaltreien und die Klassifizierung der Rassen“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 263-265, 282-284.

³¹² Beispielsweise wird die Stellung des Films innerhalb der europäischen und US-amerikanischen Ethnografie in den 1910er und 1920er Jahren angesichts eines verstärkt textfokussierten Forschungsparadigmas problematisch. Vgl. Alison Griffiths: *Wondrous Difference. Cinema, Anthropology, & Turn-of-the-Century Visual Culture*, New York: Columbia University Press 2002, S. xxv-xxvi.

³¹³ Scott Curtis: „Die kinematographische Methode. Das ‚Bewegte Bild‘ und die Brownsche Bewegung“, in: *montage AV*, 14. Jg. (2/2005), S. 39f.

³¹⁴ Vgl. Ute Holl: „Neuropathologie als filmische Inszenierung“, in: *Konstruierte Sichtbarkeiten. Wissenschafts- und Technikbilder seit der Frühen Neuzeit*, hrsg. v. Martina Heßler, München: Fink 2006, S. 232-233.

Belustigung Allerhöchster Kriegsherrn.“³¹⁵ Analyseoperationen aus dem physikalisch-technischen „*Universum der Präzision*“³¹⁶ wandern als Extremzeitlupenfilme in Kinoprogramme und populäre Laufbildikonografien. Dem Laienpublikum wird die wissenschaftliche Durchdringung der Welt durch die Kinematografie vielfach nicht mehr belegt, sondern unter Rückgriff auf „visuelle, poetische, erzählerische Konventionen“ bedeutet.³¹⁷

Zuschreibungen der Präzision

Dieses Kapitel untersucht Szenen des Messens und Prüfens in einer Reihe von Industrie- und Wirtschaftswerbefilmen. Die besprochenen Vorgänge – manchmal vor der Kamera, manchmal durch die Kamera – finden durchwegs nicht in wissenschaftlichen, sondern in wirtschaftlichen Zusammenhängen statt. Das gilt freilich bereits für Gilbreths Arbeitsstudienfilme. Auf der Basis von Taylors Anspruch eines *Scientific Management* überträgt Gilbreth das chronofotografische Verfahren des Physiologen Marey in einen betriebswirtschaftlichen Zusammenhang und wandelt es dabei spezifisch ab. Die Pointe der Übertragung besteht in der Homologie zwischen dem seriellen Charakter von Fabrikarbeit und der hermetischen Abgeschlossenheit eines Labors und seiner Kontrollbedingungen.³¹⁸

Wurde auf dem Weg von Arbeitsstudien (mit oder ohne Filmkamera)³¹⁹ Wissen über die effizienteste Arbeitsmethode, den *one best way*, hergestellt, muss diese allerdings erst gegen bestehende Betriebspraktiken durchgesetzt werden. Zur Überzeugung der Belegschaften versuchte Gilbreth vielfach ebenfalls seine Arbeitsstudienfilme einzusetzen: Sie schienen geeignet, die oft minimalen Bewegungsdifferenzen zwischen alten und neuen Arbeitsroutinen sinnfällig zu machen und Selbstführungsprozesse zur Schärfung des Bewegungsbewusstseins in den Arbeiterinnen und Arbeitern auszulösen.³²⁰ Zugleich sollten sie ein Versprechen der Objektivität abgeben: „Die Evidenz der Bilder würde für Transparenz bei Fragen nach Entlohnung und Umfang des Arbeitspensums sorgen und damit beiden Seiten faire Bedingungen

³¹⁵ Peter Berz: *08/15. Ein Standard des 20. Jahrhunderts*, München: Fink 2001, S. 491.

³¹⁶ Ebd., S. 13.

³¹⁷ Alexander Horwath: „Blitz (Energie-Umwandlung beim modernen Kinematographen). Nur ein Film ist. von Gustav Deutsch. Aber jetzt gehören ihm auch die anderen“, in: *Gustav Deutsch*, <http://www.gustavdeutsch.net/index.php/de/filme-a-videos/85-blitz-energie-umwandlung-beim-modernen-kinematographen.html> (Zugriff: 25.06.2016).

³¹⁸ Vgl. Hoof: „The One Best Way“, S. 131-132.

³¹⁹ Auch Gilbreth führt seine Arbeitsstudien oft ohne Kamera, mit freiem Auge durch. Vgl. Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting“, S. 253.

³²⁰ Vgl. Hoof: „The One Best Way“, S. 133-134.

garantieren.“³²¹ Florian Hoof ist zum Ergebnis gekommen, dass diese Programmatik in Gilbreths Arbeit als Unternehmensberater selten erfolgreich war. Die Belegschaft der deutschen Auer-Gesellschaft beispielsweise „akzeptierte die Filmaufzeichnungen zu keiner Zeit als neutralen Vermittler zwischen den Beschäftigten und der Fabrikleitung“.³²²

Den Erfolg von Gilbreths Filmeinsatz sieht Hoof nicht auf der Ebene konkreter Effizienz- und Rationalisierungsmaßnahmen, sondern in ihrem öffentlichkeitswirksamen Beitrag sowohl zu Gilbreths Selbstbewerbung am Rationalisierungsberatungsmarkt seiner Zeit³²³ als auch zu einem Konzept modernen Management-Wissens. Er setzte das Labor, Schauplatz der meisten seiner kinematografischen und chronofotografischen Medienproduktionen, als „zentralisierten und isolierten Wissensrau[m] innerhalb wirtschaftlicher Organisationen“ ein, an dem betriebliches Wissen außerhalb der Fabrikhallen gesammelt, wissenschaftlich formatiert und durch die Leitung verwaltet werden sollte.³²⁴ „Erst indem Gilbreth den Film mit der kontrollierten Umgebung des Labors koppelte, wurde Film [für die Betriebswirtschaft, Anmerkung JS] zu einer wissenschaftlich relevanten, weil objektiven Registrierapparatur.“³²⁵ Zusätzlich hatte Film Anfang der 1910er Jahre – über Medien wie Fotografie und Chronofotografie, die als Vorgänger wahrgenommen wurden, aber auch aus vorangegangenen Filmeinsätzen in Forschungszusammenhängen – bereits ausreichend „kulturelle Aufladung“ als wissenschaftliches Messinstrument, um diese Kopplung plausibel zu machen.³²⁶

Von dieser Kopplung ‚Fabrik – Film – Labor‘ machen die in diesem Kapitel im Fokus stehenden Filme und Einzelsequenzen unterschiedlichen Gebrauch. Gemeinsam ist ihnen, dass sie nicht Forschungsdaten sammeln, sondern ihre Publika bereits mit werbendem oder pädagogischem Interesse adressieren. Der erste Abschnitt nimmt die Spur der Gilbreth’schen Bewegungsstudien auf in Filmen, die im Österreich der 1950er und frühen 1960er Jahre im Rahmen einer breit geführten wirtschaftlichen Produktivitätssteigerungskampagne zirkulierten. Im zweiten Abschnitt wird nicht mehr *mittels* der Kamera gemessen und geprüft, sondern *für* die Kamera. Szenen der Objektmessung und Materialprüfung in österreichischen Industriefilmen entfalten

³²¹ Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting“, S. 244.

³²² Ebd., S. 246.

³²³ Zum Aspekt der – auch patentrechtlich abgesicherten – Eigenwerbung Gilbreths über seine Einsätze fotografischer Medien, vgl. ebd., S. 248-250.

³²⁴ Ebd., S. 254.

³²⁵ Ebd., S. 253.

³²⁶ Florian Hoof: „Ist jetzt alles ‚Netzwerk‘? Mediale ‚Schwellen- und Grenzobjekte“, in: *Jenseits des Labors. Transformationen von Wissen zwischen Entstehungs- und Anwendungskontext*, hrsg. v. Florian Hoof/Eva-Maria Jung/Ulrich Salaschek, Bielefeld: Transcript 2011, S. 58.

Mikrodramen, erheben Evidenzansprüche. Das Abfilmen von Prüfungsprozeduren und Messanzeigen prüft aber auch das Filmbild, seine spezifische Verknüpfung von deiktischem Zeigegestus, indexikalischer Aufzeichnung und ikonischer Wiedererkennbarkeit.

Die Bezugnahme der Filme auf ein kinematografisches Vermögen zur exakten Messung wird im Übergang vom ersten zum zweiten Abschnitt rhetorischer: abhängiger von motivischen und filmsyntaktischen Behauptungen (Laborkittel! Interieurs in strahlendem Weiß! Detailaufnahmen!) als von einer „gezielte[n] Operationalisierung der Bildparameter“, wie sie einige der untersuchten Bewegungsstudien zumindest in Ansätzen zeigen.³²⁷ Es liegt nahe, diese Bewegung als Vulgarisierung zu begreifen: vom medienontologischen Potenzial des Filmbilds zu visuellen Floskeln von ‚Wissenschaftlichkeit‘ und ‚Präzision‘.

Gerade das Ausrinnen der Laufbildtypen wissenschaftlicher Betriebsführung in populäre Motive und Bildattraktionen bezeugt aber die bemerkenswerte Position, die Film in wirtschaftlichen Zusammenhängen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts einnahm: Besonders in den 1910er und 1920er Jahren sind die „Verwendungsmöglichkeiten und damit zusammenhängenden Definitionen des neuen Mediums [...] noch nicht fixiert, sondern unterliegen einem kontinuierlichen Aushandlungsprozess.“³²⁸ Für Betriebsleitung und Belegschaft, Effizienzexpertinnen und -experten und Konsumierende kann Film sehr Unterschiedliches konnotieren. Hoof argumentiert – in einer Art methodischen Erweiterung seiner Gilbreth-Studien –, dass gerade dieses Verschiedene bis Konträre die „lose Kopplung der verschiedenen Bezugssysteme des wirtschaftlichen Bereichs“ ermöglicht.³²⁹ Film heißt für alle etwas, ob Freizeitvergnügung oder Messinstrument der Physiologie, und kann deshalb – als notwendig unscharfes, inkongruentes mediales *boundary object*, Grenzobjekt an der Schwelle verschiedener Verwendungen und Zuschreibungen – einen gemeinsamen Bezugspunkt bieten, um Verständigung, vielleicht sogar Einverständnis zwischen verschiedenen Beteiligten anzustoßen.³³⁰

Aus einem Begriff von Industriefilm als medialem *boundary object* ergibt sich für die folgende Studie von Szenen des Prüfens und Messens dieses: Ziel ist es nicht, Aufführungen von Objektivität, Präzision, Wissenschaftlichkeit als kulturell gesetzt und häufig rhetorisch

³²⁷ Hoof: „The One Best Way“, S. 127.

³²⁸ Hoof: „Ist jetzt alles ‚Netzwerk‘?“, S. 57.

³²⁹ Ebd., S. 58.

³³⁰ Vgl. ebd., S. 52-60. Das Konzept des *boundary object* entlehnt Florian Hoof bei der Wissenschaftsforschung von Susan L. Star und James R. Griesemer. Im Gegensatz zu Bruno Latours Netzwerk-Terminologie setzt es, so Hoof, „Kooperation und Kommunikation“ nicht bereits als im Interesse aller Beteiligten voraus, sondern fragt gerade danach, wie eine Umgebung beschaffen ist, „die eine Kompatibilität zwischen den unterschiedlichen Interessen ermöglicht“. Ebd., S. 53.

codiert zu ‚entlarven‘. Aufschlussreicher ist es, diese Aufführungen in ihren hybriden Verständigungsangeboten aufzuschlüsseln, in denen Wissenschaftlichkeit, populäre Wiedererkennbarkeit und der spektakuläre Reiz des So-noch-nicht-Gesehenen sich vermengen. Der abschließende Splitscreen in HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN mag beispielsweise keine belastbare Leistungsprobe der Motorenstärke der präsentierten Lok abgeben. (Dazu fehlen die Vergleichswerte im jeweiligen Bildabschnitt.) Aber vorgeführt werden schließlich nicht nur die drei Fahrgeschwindigkeiten einer Lok, sondern zweitens auch die formale und filmtechnische Extravaganz, dem Publikum einen (wie auch immer vermittelten) direkten Vergleich auf gleicher Strecke anzubieten (das Publikum als Prüfer), und drittens der *Seheindruck* von Geschwindigkeit, der sich dem vertikalen Bildausschnitt, der diagonalen Komposition, der frontal auf die Kamera zulaufenden Fahrtrichtung sowie den beiden langsameren Vergleichszügen verdankt (das Publikum als Probanden von Medientechnik).

III.2. In Bewegung

Wie Bewegung nicht nur festhalten, sondern analysierbar aufschlüsseln? Die Detailfülle, mit der Fotografie Bewegungsabläufe wiedergeben kann, fasste der Physiologe Marey zugleich als Erkenntnisgewinn und als Herausforderung an die Leserlichkeit auf. Zwar konnten im fotografischen Bild Nuancen der Bewegung im Raum entdeckt werden, die weder dem freien Auge noch anderen grafischen Aufzeichnungsmethoden (etwa durch Druckkontakt) zugänglich waren. Je stärker das Erkenntnisinteresse aber auf der zeitlichen Abfolge der Bewegung lag, je dichter also die Intervalle zwischen den einzelnen Phasen der chronofotografischen Aufzeichnung wurden – die Marey im Gegensatz zu Eadward Muybridge auf einer einzigen Photoplatte sammelte –, desto größer wurde die Gefahr einer Überfülle an Details im Bild, die ins Unleserliche umschlug.

Marey löste dieses Problem, indem er das fotografische Bild durch die Auswahl weniger sichtbarer Lichtpunkte und -streifen abstrahierte und in wenige Grafen rückübersetzte. Die zeitliche Abfolge wurde auf Kosten räumlicher Details bewahrt, die indexikalische Aufzeichnungsfunktion der Fotografie von ihrer ikonischen Ähnlichkeitsfunktion getrennt.³⁵¹ Ähnlich ging Gilbreth später in seinen eigenen chronofotografischen (in seiner Terminologie: zylografischen) Verfahren vor, die ebenfalls Bewegungsabläufe zu Lichtbahnen abstrahierten.³⁵² Wenn Gilbreth dagegen Film zum Bewegungsstudium einsetzte, zeugten im Bildraum lediglich (und auch das nicht immer) die Gilbreth-Uhr und quadratisch gerasterte Messhintergründe von wissenschaftlicher Operationalisierung.

Sobald sie außerhalb des Forschungszusammenhangs verwendet wurden, setzten die Arbeitsstudienfilme von Gilbreth und nachfolgenden Effizienzexpertinnen und -experten auf andere Verfahren der Beglaubigung. Diese sollten über das Labor und die Management-Ebene hinaus wirken und die Bewegungsstudie vom Bereich der zentralisierten Rationalisierung in jenen einer persuasiven Rhetorik überführen.³⁵³ Die Verfahren, die Ramón Reichert für den stummen Arbeitsstudienfilm bündig gesammelt hat, reichen von strukturellen Setzungen – Vorher/Nachher-Vergleiche zwischen mehr und weniger effizienten Arbeitsmethoden,

³⁵¹ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 47-59.

³⁵² Vgl. von Herrmann: „Pensum – Spur – Code“, S. 197-200.

³⁵³ Vgl. Hoof: „The One Best Way“, S. 133-135.

Vereindeutigung des Gezeigten durch Zwischentitel, Einsatz eines Live-Kommentars bei der Projektion – zu weicheren Faktoren wie Casting, Kostümierung und Maske der gezeigten Arbeiterinnen und Arbeiter, Gestaltung des Arbeitssettings und rhetorischen und grafischen Finessen in den Zwischentiteln.³³⁴

III.2.1. Vergleichswerte: GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT; HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN (beide 1950)

Ihre weiteste Verbreitung in Österreich erfuhren Arbeitsstudienfilme im Rahmen der Produktivitätskampagne, die nach dem Zweiten Weltkrieg im Rahmen der US-amerikanischen ERP-Wirtschaftshilfe forciert und danach bis in die 1960er Jahre von den Sozialpartnern einvernehmlich getragen wurde.³³⁵ Als Instrument zur Betriebsberatung sowie zur Popularisierung einer verwissenschaftlichten Leistungsnorm wurde 1950 das Österreichische Produktivitätszentrum (ÖPZ) gegründet.³³⁶ Ein viel nachgefragter Schwerpunkt seiner Arbeit lag auf der *technical assistance*, der technischen Beratung von Betrieben und Arbeitskräften durch Konsultationsbesuche, Kurse, Studienreisen und Medienobjekte – anstelle etwa von direkter finanzieller Förderung, aber auch statt in den USA bereits verbreiteter verhaltenswissenschaftlicher Managementansätze.³³⁷

Von Anfang an betrieb der mit ERP-Mitteln unterstützte Verein auch einen Filmdienst. Binnen weniger Jahre entstand ein bundesweites Vertriebsnetz „mit Projektorenstandorten in sämtlichen sozialpartnerschaftlichen Bildungseinrichtungen“ sowie mobilem Wanderkinobetrieb.³³⁸ Die gegen eine geringe Spesenvergütung verliehenen Filme stellten Massenwohlstand in Aussicht, erzählten Erfolgsgeschichten, forderten dafür auch – wirtschaftlich, manchmal explizit (europa-)politisch – Aufbrüche aus dem Altgewohnten ein.

³³⁴ Vgl. Ramón Reichert: „Der Arbeitsstudienfilm. Eine verborgene Geschichte des Stummfilms“, in: *medien & zeit*, 17. Jg. (5/2002), S. 50-57.

³³⁵ Vgl. Sema Colpan: „Exakter, leichter, schneller. Betriebsberatung durch den Filmdienst des Wirtschaftsförderungsinstituts“, in: *Kulturen des Ökonomischen. Historisch-kulturwissenschaftliche Beiträge*, hrsg. v. Franz X. Eder/Oliver Kühschelm/Brigitta Schmidt-Lauber/Philipp Ther/Claudia Theune, Wien: Verlag des Instituts für Europäische Ethnologie 2013, S. 104-108.

³³⁶ Vgl. Ramón Reichert: „Die Filme des Österreichischen Produktivitätszentrums 1950-1987. Ein Beitrag zur Diskussion um den Film als historische Quelle“, in: *Relation*, 7. Jg. (1+2/2000), S. 95-97. Zur Gründung des ÖPZ, vgl. André Pfoertner: *Amerikanisierung der Betriebswirtschaftslehre im deutschsprachigen Raum. Versuch der Nachzeichnung eines historischen Prozesses unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse in Österreich und der Schweiz*, Egelsbach/Frankfurt am Main/München/New York: Dr. Hänsel-Hohenhausen 2001, S. 126f.

³³⁷ Zur Tätigkeit des ÖPZ, vgl. ebd., S. 127-134.

³³⁸ Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 442.

Das ÖPZ agierte als eigenständiger Filmproduzent, der Großteil seiner Sammlung bestand aber aus Fremdproduktionen ausländischer Herkunft, die teils zum Einsatz in Nachkriegseuropa konzipiert, teils dafür umfunktioniert wurden. In den 1950er Jahren dominierten US-amerikanische Produktionen den Katalog (657 von insgesamt 934 Filmtiteln bis 1959)³³⁹, wobei sich in der Auswahl durch die US-Administration deren Leitlinie der *technical assistance* durchprägte. „Annähernd 60 Prozent der [in der ersten Hälfte der 1950er Jahre, Anmerkung JS] [...] an das ÖPZ gelieferten US-Filme thematisierten betriebswirtschaftliche Kosten senkende Fertigungsmethoden und Rationalisierungspotenziale in der Metall verarbeitenden Industrie und in der Landwirtschaft.“³⁴⁰

„Haben Sie es erraten?“ – Produktionseifer anstacheln

Zu den US-Produktionen, die Empfehlungen zur Produktivitätssteigerung gaben, zählen auch GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT und HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!.³⁴¹ Für die Kameraarbeit bei beiden zeichnet Prof. Gideon A. Varga von der technischen Hochschule an der Columbia University, New York, verantwortlich, für die „technische Leitung“ Frank A. Baird, der als „Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich“ ausgewiesen wird. Eingesetzt wurden die beiden Filme vom ÖPZ ab 1950 mit deutschsprachigen Zwischentiteln. Wie viele Arbeitsstudienfilme hatten sie keine Tonspur. Die Vorführungen in Betrieben vor Ort – primärer Einsatzort dieser Art von Filmen durch das ÖPZ – kommentierte üblicherweise ein mitreisender Ingenieur live. Darüber hinaus war die 16mm-Filmprojektion eingebettet in eine elaborierte Rahmendramaturgie, die „Vorbesprechung, Betriebsbesichtigung, Filmvorführung, Diskussion“ umfasste.³⁴²

Der jeweilige argumentative Schwerpunkt der beiden Filme ist bereits mit dem Titel benannt: HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! will den Vorbehalt entkräften, Rationalisierung

³³⁹ Zu den Zahlen, vgl. Reichert: „Die Filme des Österreichischen Produktivitätszentrums 1950-1987“, S. 76-77, 88 und 104. Ab Anfang der 1960er Jahre verschob sich die Gewichtung zugunsten einer „Hegemonie der deutschen Privatunternehmen (BASF, Bayer, Siemens, IBM u.a.)“, mit der ein stärkerer Fokus auf den zuvor wenig prominenten „Produktivfaktor Forschung und Entwicklung“ verknüpft war. Ebd., S. 76f.

³⁴⁰ Ebd., S. 109-110.

³⁴¹ Reichert analysiert GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT unter dem Alternativtitel EINFALLE, DIE ARBEIT SPAREN. Vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 454-462. GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga, Technische Hochschule Columbia. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 7'10" (Position auf DVD-Videofile: 0:29:07,15-0:36:17,20); HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, ca. 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 8'47" (Position auf DVD-Videofile: 0:36:18,03-0:45:04,17).

³⁴² Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 454f.

führe zur Abschaffung von Arbeitsplätzen. GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT führt die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten arbeitserleichternder Geräte vor. Beide Filme beziehen sich auf die von Gilbreth etablierte Struktur filmischer Bewegungsstudien: direkte Vergleiche mehr und weniger effizienter Arbeit; Zeitmessung im Bildraum; statische Einstellungen, die einen Überblick über die relevanten Bewegungsfaktoren eines Arbeitsschritts geben sollen.³⁴³

Beide Filme variieren diese Muster aber auf eine Art und Weise, die nicht primär dem Nachweis von Kraftersparnis oder Output-Maximierung in einer Reihe spezifischer Einzelfälle verpflichtet ist, sondern der pädagogischen Absicht, die Wahrnehmung und Bewertung von Bewegungsabläufen unter das Primat der Produktivität zu stellen. In der technischen Beratung sind Verhaltensstandards bereits impliziert.³⁴⁴ Die Filme führen zwar konkrete Optimierungsanleitungen vor, die in manchen besuchten Betrieb direkt übertragbar gewesen sein können. (GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT entfaltet ein Panorama an Arbeitsvorgängen von Hausarbeit über Elektroteil-Montage bis zur Warenverpackung; HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! zeigt dagegen hochspezifische Lösungen in der Spielzeugproduktion.) Vor allem aber werden generelle Richtlinien der Effizienzsteigerung vermittelt, im Fall dieser Filme vor allem: die Vereinfachung und Beschleunigung von Arbeitsvorgängen durch eigens konstruierte Behelfsgeräte.

Statt ums Einlernen neuer Bewegungsabläufe geht es hier um das Anstacheln eines situationsspezifisch zu entfaltenden Produktivitätseifers der Betriebsgemeinschaft, der bastlerischen Einfallsreichtum ebenso erfordert („Jeder von uns hat auswertbare Einfälle – also helft alle mit!“ lautet der Schlussappell von GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT)³⁴⁵ wie ein geschärftes Sensorium für Bewegung (als potenziell überflüssige) und Zeit (als womöglich unnütz verstreichende). Schon Gilbreth sah es als ein wesentliches Ziel seiner Arbeitsstudienfilme an, das Bewegungsbewusstsein der Arbeitskräfte zu steigern, indem sie probeweise in die Position des wissenden Beobachtersubjekts namens Betriebsleitung versetzt wurden.³⁴⁶

Die Beschwörung einer geteilten Betriebsgemeinschaft, die Hierarchien beibehält, aber (im Gegensatz zu den Leitlinien des *Scientific Management*) keine strikte Trennung zwischen Arbeitswissen und Arbeitskraft ziehen will, ist bereits am Adressierungsmodus der Zwischen-

³⁴³ Vgl. THE ORIGINAL FILMS OF FRANK B. GILBRETH, sowie Hoof: „The One Best Way“, S. 130-135; Reichert: „Der Arbeitsstudienfilm“, S. 50-53.

³⁴⁴ Zur Unterscheidung der Förderung von *technical* und *social skills* im Rahmen der ERP-Hilfe, vgl. Pfoertner: *Amerikanisierung der Betriebswirtschaftslehre im deutschsprachigen Raum*, S. 161-164.

³⁴⁵ Vgl. GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 0:35:31,04-0:35:37,00.

³⁴⁶ Vgl. Ramón Reichert: *Im Kino der Humanwissenschaften. Studien zur Medialisierung wissenschaftlichen Wissens*, Bielefeld: Transcript 2007, S. 213; Reichert: „Der Arbeitsstudienfilm“, S. 50.

titel abzulesen: Der Film spricht das Publikum als seine Mitbeobachter an („Sehen wir uns einmal die bisher übliche Methode bei der Montage eines Spielzeugmotors an.“)³⁴⁷, gibt Anweisungen („Beachten Sie die Zeitkontrolle.“)³⁴⁸, stellt Fragen („Haben Sie es erraten?“)³⁴⁹ und reagiert auf Einwände („Sie werden denken: ‚Eine schlechte Verbesserung, die Menschen um ihren Arbeitsplatz bringt... !‘“)³⁵⁰. Diese Lenkung, so bestimmt wie werbend, demonstriert den beträchtlichen rhetorischen Aufwand, mit dem hier Unterschiede zwischen verschiedenen Arten, eine Arbeit zu verrichten, als solche erst markiert und dann mit Wertungen als mehr oder weniger effizient verknüpft werden.

Es empfiehlt sich, hier Rhetorik nicht in ihrer traditionellen Bedeutung als Überredungskunst zu verstehen. Weitet man den Fokus der Rhetorik aus von einer persuasiven Überzeugungsfunktion zu dem, was Seymour Chatman als „suasion“ bezeichnet, dann befasst sich Rhetorik mit der Kunst der Argumentation in einem weiteren Wortsinn: dem Gebrauch von (sprachlichen, filmischen...) Verfahren, nicht nur um darauf einzuwirken, dass eine Äußerung überzeugt, sondern grundlegender, dass eine Äußerung *als Äußerung* akzeptabel bleibt.³⁵¹ So gefasst, bezeichnet Rhetorik alle Verfahren, die Rezipierende dazu drängen, einer Äußerung weiterzufolgen.³⁵²

Diesen ausgeweiteten Rhetorik-Begriff hat Eef Masson als Analyseoptik für Lehrfilme in Anschlag gebracht. Eine ganze Reihe filmischer Verfahren, von denen viele auch in kommerziellen Kinofilmen üblich sind, werden so im Zusammenhang eines Lehrfilms für den Schulgebrauch anders lesbar: als Mittel, um Schülerinnen und Schüler im Klassenzimmer zum Dranbleiben und Erreichen der Lernziele zu motivieren. Dies kann durch stilistische oder erzählerische Abschweifungen, die auf lustbetontere Film-Erfahrungen anspielen, ebenso versucht werden wie durch klare Strukturierungen, die das ‚Mitkommen‘ erleichtern sollen.³⁵³

Als Lehrfilme rubriziert Reichert auch die Gesamtheit des ÖPZ-Filmdienst-Bestands.³⁵⁴ Unter dem Gesichtspunkt einer Rhetorik der Motivation gehen GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT und HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! mit ihren wenigen Grundelementen bemerkenswert variantenreich um. Konstant bleibt in beiden Filmen die Abfolge, wonach ein

³⁴⁷ HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, 0:36:46,01-0:36:51,18.

³⁴⁸ GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 0:33:16,03-0:33:27,05.

³⁴⁹ Ebd., 00:34:00,07-0:34:08,21.

³⁵⁰ HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, 0:39:45,15-0:39:56,19.

³⁵¹ Masson: *Watch and Learn*, S. 130.

³⁵² Vgl. ebd., S. 130f.

³⁵³ Ebd., S. 145-148.

³⁵⁴ Vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 473.

Zwischentitel erst beschreibt, was die folgenden Einstellungen zeigen, sowie die Reihung, wonach zuerst die ‚alte‘, dann die neuere, effizientere Arbeitsmethode für dieselbe Aufgabe präsentiert wird.

HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! wandelt diese Struktur dahingehend ab, dass zu Filmbeginn die „bisher übliche Methode bei der Montage eines Spielzeugmotors“ noch ohne explizite Bewertung eingeführt und gezeigt wird. Erst der Zwischentitel nach der beobachtenden Einstellung stellt den Befund aus, wonach die linke Hand hier „eine ermüdende und wenig produktive Arbeit“ leiste. Auf dieses Urteil folgt nicht die verbesserte Methode, sondern noch einmal die eben Gesehene, in einer doppelt so langen Einstellung: ein Angebot, die eigene Bewertung des bereits Beobachteten zu revidieren, die Hilfstätigkeit der linken Hand in ihrer Mühsamkeit studieren. Die entsprechende optimierte Arbeitsmethode wird ebenfalls allmählich mit kommentierenden Zwischentiteln angereichert. Sie ist vier Mal zu sehen, wobei die Einstellungsdauer dieser schnelleren Methode von Mal zu Mal kürzer wird.³⁵⁵

Die Schrift der Zwischentitel lenkt so die potenzielle Unbestimmtheit des Bildes in eindeutige Bahnen, wie Reichert feststellt.³⁵⁶ Aber diese Macht der Schrift über das Bild wirkt eher produktiv als repressiv, setzt Potenziale im Bild und im Beobachtungsverhalten frei, anstatt sie zur Illustration zu reduzieren, wie eine Sequenz aus GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT zeigt. Wird in HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, wie eben ausgeführt, die gewünschte Betrachtung den Einstellungen ein- und den Zusehenden vorgeschrieben, so bietet GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT in einer Einstellungsfolge das Training des Blicks in Rätselform an: „Überlegen Sie einen Moment“, fordert ein Zwischentitel auf, „Wie würden SIE diese Arbeitsmethode verbessern?“ Noch einmal wird die Montage eines Elektrobstandteils dem Blick vorgeführt, bevor die Lösung folgt: „Haben Sie es erraten? Ein Fußhebel betätigt diese einfache Konstruktion, die viele überflüssige Handgriffe ausschaltet.“ Diese Auflösung kommt überraschend, da sie in das Off des bisher etablierten Bildraums vorstößt: Das Bein, das in der folgenden Einstellung tätig und sichtbar wird, war in vorangegangenen Einstellungen sitzender Arbeitskräfte durchgehend im *hors-champs*, verborgen unter der raumgreifend aufgenommenen Tischplatte (**Abb. 45-49**).³⁵⁷ Um Arbeitsverfahren zu optimieren, gilt es also, auch filmsyntaktisch außerhalb des vertrauten Rahmens zu denken.

³⁵⁵ Vgl. HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, 0:36:46,01-0:40:16,23.

³⁵⁶ Vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 458.

³⁵⁷ Vgl. GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 0:33:34,11-0:34:13,15.

Diese mit Hand und Fuß betriebene Vorrichtung wird anschließend mit einer Einstellungsserie gezeigt, in der sich auch der tätige Arbeiterkörper erst allmählich zu seiner optimierten Leistungsfähigkeit zusammensetzt: Zu Beginn ist der Fuß zu sehen, dann eine Hand (**Abb. 50**), dann beide Hände, die zwei identische Apparaturen parallel bedienen.³⁵⁸ Der Rationalisierungsgewinn einer solchen parallelen Montage mit rechts und links, ermöglicht durch hölzerne Haltekonstruktionen, wird in beiden Filmen wiederholt herausgestrichen. „Die Erfahrung hat gelehrt, daß die gleichmäßige rhythmische Bewegung beider Hände weit weniger anstrengend ist“, erläutert ein Zwischentitel in GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT.³⁵⁹ Die beidhändige Arbeit ist also, um eine Zeit- und Kraftersparnis zu erwirtschaften, an eine gleichmäßige Taktung gebunden. (Asynchron würde das parallele Arbeiten eine weit höhere Konzentration erfordern.) Für das gelehrige Filmpublikum fügt diese Vorgabe dem beobachtenden Vergleich zwischen zwei aufeinanderfolgenden Arbeitsweisen (alt/neu) den simultanen Abgleich zwischen den beiden Händen innerhalb der ‚optimierten‘ Einstellungen hinzu: Das Publikum ist angehalten, zu studieren, wie Linke und Rechte im Gleichtakt arbeiten, wann eine wegen geringfügiger Materialwiderstände minimal zurückfällt, oder in welchen Momenten doch beide an der gleichen Stelle gebraucht werden.

Für eine Analyse von Bewegung durch das Publikum geben die Hinweise in den Zwischentiteln konkretere Ansatzpunkte als die sporadisch ins Bild gesetzten Uhren. Gelegentlich wird der Zeitgewinn der optimierten Verfahren in den Zwischentiteln in Sekunden beziffert. Der einmal in GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT erfolgende Befehl „Beachten Sie die Zeitkontrolle“ dagegen wird vom Film selbst nicht systematisch weiterverfolgt: Zwar ist daraufhin zum ersten Mal im Film eine Uhr mit im Bild, die auch später wiederkehrt. Aber in diesem Fall werden die Zeiten nicht mehr explizit miteinander verglichen. Wer will, muss sie selbst abzählen und dann vergleichen. Andernfalls markiert der Zähler einzig, *dass* hier Zeit gemessen wird.³⁶⁰

Expertise und Betriebsgemeinschaft

Die Ansätze einer spielfilmischen Narrativierung, die Reichert für GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT und viele andere zeitgenössische Industrielehrfilme konstatiert, finden sich in den beiden Filmen am ehesten in knappen Auftritten unterschiedlicher Funktionsträgerinnen

³⁵⁸ Vgl. ebd., 0:34:09,04-0:35:01,22.

³⁵⁹ Vgl. ebd., 0:30:23,00-0:30:31,03.

³⁶⁰ Vgl., ebd., 0:33:16,02-0:35:01,22.

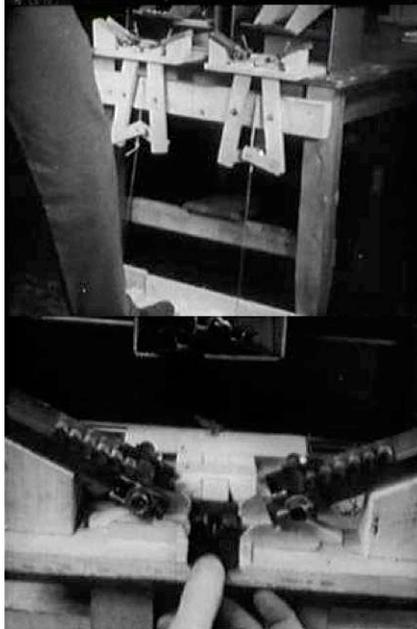
Abb. 45-50



Überlegen Sie einen Moment: Wie würden SIE diese Arbeitsmethode verbessern?



Haben Sie es erraten? Ein Fußhebel betätigt diese einfache Konstruktion, die viele überflüssige Handgriffe ausschaltet.



und -träger, die alle über ihr Verhältnis zur vorgeführten Produktivitätssteigerung definiert werden. Am Ende von GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, der an der technischen Hochschule der Columbia University, New York, entstand, wird eine Gruppe männlicher Studenten als Urheber der arbeitserleichternden Gerätschaften vorgestellt. Das Gruppenbild zeigt sie beim gemeinsamen Hantieren mit einem der zuvor demonstrierten Geräte. Die Handgriffe sind schwer leserlich – wird hier eine Einstellung vorbereitet oder herumgeblödel oder beides? – und ganz und gar nicht rhythmisch abgestimmt. Danach werden alle verbesserten Arbeitsvorgänge aus dem Film in einer Montage summiert. In deren letzter Einstellung hat die Arbeit bereits aufgehört. Zwei Männer spielen mit Drehrahmen herum, an denen zuvor das Zusammenlegen von Tischtüchern demonstriert wurde (**Abb. 51-52**).³⁶¹

In HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! werden die Produktivitätssteigerungen dagegen – dem Titel entsprechend – nicht in den Zusammenhang spielerischer Innovation, sondern innerbetrieblicher Gehaltsverhandlungen überführt.³⁶² Im Anschluss an die Demonstration eines optimierten Verfahrens wird direkt an der Werkbank ein Gespräch zwischen Ingenieur und Betriebsrat über eine dadurch ermöglichte Lohnerhöhung in Szene gesetzt (**Abb. 53**).³⁶³ Schematisch wird hier ein Einverständnis der Arbeitnehmervertretung mit der Produktivitätskampagne formuliert, das für Österreich weitgehend zutrif: Nach anfänglichem Protest trat im Frühjahr 1952 der Österreichische Arbeitskammertag in den Vorstand des ÖPZ ein.³⁶⁴

Die Kurzauftritte von Betriebsrat und Effizienzexperten machen kein Angebot zur Empathie nach Spielfilm-Muster. Eher referenzieren sie schlaglichtartig innerbetriebliche Kontexte der vorgeführten Optimierung – und das auf durchaus brisante Weise. Die Studenten, die in GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT so demonstrativ vor der Kamera keine Arbeit leisten und ihre arbeitstechnischen Verbesserungen laut einführendem Zwischentitel „ohne jede Voreingenommenheit durch langjährige Praxis“ entwickeln konnten, widersprechen auf den ersten Blick der Botschaft des Films. Als angehende Wissenschaftler-Experten von außerhalb der Fabrikhalle stehen sie quer zum finalen Appell – *alle* hätten verwertbare Einfälle –, der sich bei inner-

³⁶¹ Vgl. ebd., 0:35:02,04-0:36:06,12.

³⁶² Ein Zwischentitel informiert: „Dieser Film verdankt sein Entstehen dem Entgegenkommen der Firmen J. Chein & Co. – Burlington (N.J.) U.S.A. und S.G. Yulke Comp. New York, N.Y.“ Vgl. HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, 0:36:23,04-0:36:30,19.

³⁶³ Vgl. ebd., 0:41:51,10-0:42:27,19.

³⁶⁴ Vgl. Ramón Reichert: „Film und Rationalisierung. Die Industriefilme des Österreichischen Produktivitäts-Zentrums während des European Recovery Program“, in: *Blätter für Technikgeschichte*, 62 (2000), S. 97.



Abb. 51



Abb. 52



Abb. 53

betrieblichen Vorführungen des ÖPZ-Wanderkinos an die versammelte Betriebsbelegschaft richtete.³⁶⁵

Einen ähnlichen Kontrast zwischen externem, Arbeitskraftexpertise enteignendem Expertenwissen und einem Aufruf zu Innovationen aus dem Inneren der Belegschaft findet sich unter den vom ÖPZ zeitgleich eingesetzten Arbeitsstudienfilmen etwa auch in GUTE IDEEN, einer britischen Marshallplan-Produktion.³⁶⁶ Dieser Film betont im Voice-over-Kommentar wie in Spielszenen die Optimierungskompetenzen von Fabrikbelegschaften, setzt aber gegen Ende zunehmend einen kritisch beobachtenden Effizienzexperten als Subjekt der Produktivitätssteigerung in Szene.

Diese Inkongruenz in den ÖPZ-Filmen, die von ihnen nicht explizit thematisiert wird, rührt an eine zentrale Spannung im betrieblichen Ordnungsdenken ab Beginn des Ersten Weltkriegs: Unter Legitimationsdruck geriet das alte paternalistische Fabrikregime nicht nur von Seiten einer neuen Managementexpertise, die informell gelagertes, uneinsichtiges Produktionswissen systematisieren und zentral verfügbar machen wollte.³⁶⁷ Politische Interventionen von Seiten des Staates wie der organisierten Arbeiterschaft beanspruchten den Bereich des Betriebs, der ehemals öffentlicher Aushandlung entzogen gewesen war, zunehmend als soziale Ordnung.³⁶⁸ Im industriebetrieblichen Ordnungsdenken des 20. Jahrhunderts sind die Einsetzung von Expertenautorität nach dem Gebot der Produktivität und das Bemühen um die Herstellung eines harmonischen Sozialen als Betriebsgemeinschaft eng verknüpft.³⁶⁹ Wie Timo Luks an den von Daimler zwischen 1918 und 1922 eingesetzten Industrieexperten ausgeführt hat, äußert sich dieser Spagat auch im Bemühen, das Wissen der Belegschaft in verwissenschaftlichter Form an sie und den Betrieb rückzuübersetzen, ohne dabei die Kluft zwischen dem Blick von Innen und dem (für die Experten unzweifelhaft überlegenen) von Außen zu kaschieren: „Das programmatische *Sprechen-Machen* der Praktiker, die *Übersetzung* ihrer Perspektive zielt auf eine Transformation des akademischen Blicks in etwas Drittes, in einen eigentümlichen Zwischenraum.“³⁷⁰

³⁶⁵ Vgl. GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 0:35:02,05-.0:35:11,04.

³⁶⁶ GUTE IDEEN, 1950, Crown Film Unit, Central Office of Information, London, für die ECA-Mission UK und die Economic Information Unit of the British Treasury. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, Ton, 13'36'' (Position auf DVD-Videofile: 1:13:56,00-1:27:32,03). Zu den filmografischen Angaben, vgl. Reichert: „Die Filme des Österreichischen Produktivitätszentrums 1950-1987, S. 128f.

³⁶⁷ Vgl. Hoof: „Film – Labor – Flow-Charting“, S. 239-242.

³⁶⁸ Vgl. Timo Luks: *Der Betrieb als Ort der Moderne. Zur Geschichte von Industriearbeit, Ordnungsdenken und Social Engineering im 20. Jahrhundert*, Bielefeld: Transcript 2010, S. 10-12.

³⁶⁹ Vgl. ebd., S. 12-17.

³⁷⁰ Ebd., S. 25.

Wenn sich dieser in GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT sehr abrupt auftut – exakt im Schnitt von den Studenten der Technischen Hochschule zum Zwischentitel-Appell an alle, „auswertbare Einfälle“ zu liefern –, dann muss in Rechnung gestellt werden, dass bereits die Vorführsituation mit eingeplanter Diskussion und Fragebogen-Feedback den Zwischenraum ansteuert und dem Kontrast wohl einiges von seiner Härte nehmen konnte.³⁷¹

Das Gespräch zwischen Ingenieur und Betriebsrat in HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN! formuliert die Verbindung zwischen Optimierung und Gemeinwohl hochverdichtet. In der Mise-en-scène dieser Einstellung klingt unbeabsichtigt aber auch an, dass der neue ‚organisierte Kapitalismus‘ mit seiner „bürokratischen Organisation kollektiver Interessenskonflikte“ und seiner zunehmenden „Verschränkung der sozialökonomischen mit der staatlichen und politischen Sphäre“ seinen eigenen Paternalismus produziert.³⁷² Die Besprechung der beiden Männer im weißen Hemd findet im Rücken einer im linken Bilddrittel unausgesetzt weiter montierenden Frau im Arbeitskittel statt. Die Szene reimt sich auf zwei andere herausgehobene Einstellungen des Films, in denen weibliche Arbeitskräfte erscheinen – diesmal nicht als Objekte der Rationalisierung, sondern als deren Produkte: Das Zwischentitel-Argument, wonach Effizienzsteigerung neue Stellen sichern würde, wird an zwei Stellen filmisch unterstrichen durch Schwenks, die eine Werkhalle mit dicht an dicht sitzenden Arbeiterinnen entlangschweifen.³⁷³

III.2.2. Mikrodramen: TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN (1960)

In GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT laufen die synchron arbeitenden Hände meist gleichauf nebeneinander her. In dem Arbeitsstudienfilm SIX PACKAGING STUDIES dagegen (ab 1954 ebenfalls vom ÖPZ vertrieben) bewirken komplexere Verpackungsprozesse kurze Zwischenspiele zitternder Hände und widerständiger Materialien. Durch die Blicklenkung der Zwischentitel auf die Vorteile parallelen beidhändigen Arbeitens fallen diese umso mehr ins Auge.³⁷⁴ Präzision zu

³⁷¹ Vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 454f.

³⁷² Luks: *Der Betrieb als Ort der Moderne*, S. 11.

³⁷³ Vgl. HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, 0:40:17,07-0:40:23,23; 0:44:52,17-0:44:59,16.

³⁷⁴ SIX PACKAGING STUDIES, 1942, Department of Administrative Engineering at New York University. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 11'19" (Position auf DVD-Videofile: 0:30:25,22-0:41:46,01). Zum Einsatz des Films durch das ÖPZ, vgl. *Der Schlüssel*, 4. Jg. (9/1954), S. 7. Zu den erwähnten Momenten, vgl. SIX PACKAGING STUDIES, 0:33:08,00-0:33:13,00, 0:33:26,00-0:33:32,00, 0:38:20,00-0:38:30,00, 0:41:16,00-0:41:22,00.

bewerben heißt auch den Blick für Abweichungen sensibilisieren. „Wir sehen im offenen Gehäuse des Lebens die kleinsten Räder gehen.“³⁷⁵ So beschreibt Béla Balász die Freilegung von „Mikrodramatik“ durch die Großaufnahme, sogar in Situationen, in denen sich kaum etwas bewegt.³⁷⁶ Der Begriff der Mikrodramatik bezeichnet eine Übergangszone von der Beobachtung zur Erzählung. Aus der geringsten wahrnehmbaren Bewegung kann benennbare Handlung werden: „Entscheidende Wendungen des Schicksals werden präzise lokalisiert auf ein Zucken der Augenbrauen oder auf eine verirrte Bewegung der Hand. Auf den ersten, kleinsten Keim des Geschehens.“³⁷⁷

Diesen Übergang hat die kinematografische Bewegungsstudie zu lenken und dabei zu unterscheiden, welche Bewegung im Sinne des Herstellungsauftrags bedeutsam, welche unbedeutend ist. Das gilt erst recht, wenn ein Film dem Sehen ungewohnte Bedingungen stellt. TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, eine Produktion des Deutschen Verbandes für Schweißtechnik, die über den Filmdienst des Wirtschaftsförderungsinstituts der Bundeshandelskammer auch in Österreich verliehen wurde, ist in dieser Hinsicht erhellend.³⁷⁸ „Der Film zeigt in 270-facher Zeitdehnung und ca. 200-facher Vergrößerung den Tropfenübergang verschiedenster Elektrodensorten für die offene Lichtbogenhandschweißung, den Werkstoffübergang zweier Argonac-Schweißungen sowie den Tropfenübergang bei SIGMA- und CO₂-Verfahren.“³⁷⁹ Aufbau und Gestaltung sind denkbar schmucklos: Weiße Zwischentitel auf schwarzem Grund geben Abschnitstitel und Bildrate der folgenden Einstellungen („Offenes Lichtbogenschweißen von Hand – 6500 B/s“; „Schutzgas-Lichtbogenschweißen (WIG) – 6500 B/s“) oder die nackten technischen Daten der je anschließend gezeigten Elektrodensorte („Elektrotyp 0 – 4mm Ø; G⁻; 150A; w“; „Elektrotyp Kb – austenitischer Kerndraht – 4mm Ø; G⁺; 125A; w“) an.³⁸⁰

Dennoch sind die Filmaufnahmen eingebunden in eine mehrspurige Dramaturgie des Zeigens, wohl auch, weil sie sogar für das adressierte Fachpublikum nicht ohne Weiteres zu entziffern sind. In der Bildmitte fluktuiert, oft als einzige wahrnehmbare Lichtquelle, das grelle

³⁷⁵ Béla Balász: *Der Geist des Films*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 27 [Orig. 1930].

³⁷⁶ Ebd., S. 26.

³⁷⁷ Ebd., S. 27.

³⁷⁸ TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, 1960, Deutscher Verband f. Schweißtechnik e.V. (Düsseldorf) für die Farbenfabriken Bayer A.G. (Leverkusen). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 18'12" (25 fps).

³⁷⁹ N.N.: „TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 78. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

³⁸⁰ Vgl. TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, 0:00:00,00-0:00:12,04, 0:10:34,17-0:10:45,22, 0:00:13,05-0:00:18,00, 0:08:16,23-0:08:23,14.



Abb. 54

Weiß des Schweißlichtbogens. (Bei Kurzschluss verdunkelt sich das Bild.) Am oberen Bildrand ist meist die abschmelzende Elektrode positioniert, am unteren das Schmelzbad des Werkstücks. Dazwischen wabert, in verschiedenen Tempi, Aggregatzuständen und Größenordnungen, eine Fülle von Formen in Bewegung, die mitunter an das Innere einer Lavalampe gemahnt (**Abb. 54**). Der Text des Voice-over-Kommentars arbeitet an der Sichtbarkeit des Gezeigten mit, indem er, Fachbegriffe voraussetzend, Unterscheidungen trifft: zwischen kleinteiligem Sprühregen, großen Randtropfen und Spritzern; zwischen Metall und Schlacke innerhalb des Schmelzbades oder auch innerhalb eines einzelnen Tropfens (Schlacke lagert sich am Rand ab und ist dunkler gefärbt)³⁸¹; zwischen regelmäßigem und unregelmäßigem Tropfenübergang, leichter und schwieriger Tropfenbildung³⁸² und dem Austritt von Tropfen entweder von der Elektrode oder vom Werkstück.³⁸³ Beurteilungen (wie ruhig oder unruhig war der Schweißvorgang?) werten Einstellungen aus. Gelegentlich werden explizite Vergleiche zwischen Elektrodensorten gezogen: „Die Art und Form des Tropfenüberganges ist etwa zwischen normaler CO₂- und Falzdrahtschweißung einzuordnen, denn er erfolgt sowohl sprühregenartig als auch in kleinen Einzeltropfen vollkommen kurzschlussfrei und spritzerarm.“³⁸⁴

Wo sich ein ungeschulter Blick – und erst recht ein zur zweckentbundenen ästhetischen Wahrnehmung erzogener Blick, wie ihn Stan Brakhage romantisch als „untutored eye“ proklamiert hat – gelegentlich in ein orientierungsarmes Werden und Vergehen von Formen gestoßen sähe, gibt der Kommentar Haltepunkte.³⁸⁵ Er konturiert durch Benennung und sortiert durch Nicht-Nennen jene bewegten Formen aus, die im Sinne der Demonstration *keine* Aufmerksamkeit benötigen: Rauchschwaden, Lichtreflexe, wechselnde Verformungen im Schmelzbad. Diese Mikrodramen bleiben ohne Anspruch auf Handlungsrelevanz.

Zusätzlich stabilisiert wird die Bewegungsstudie durch die formale Entscheidung, früh im Film – bei der dritten und vierten Demonstration – ausnahmsweise statt einer je zwei Einstellungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu zeigen. Der jeweilige Wechsel der Sichtverhältnisse wird durch den Kommentar moderiert: Erst lässt der Wechsel vom Auflicht zu einer näheren Einstellung im Gegenlicht die Vorgänge des Tropfenübergangs klarer hervortreten. Bei der folgenden Demonstration sind die technischen Parameter ähnlich, die

³⁸¹ Vgl. ebd., 0:03:53,00-0:04:30,04.

³⁸² Vgl. ebd., 0:08:23,15-0:09:15,22.

³⁸³ Vgl. ebd., 0:01:00,00-0:01:41,17.

³⁸⁴ Ebd. 0:17:38,12-0:18:12,09.

³⁸⁵ Zum „untutored eye“, vgl. Stan Brakhage: *Metaphors on Vision*, New York: Film Culture 1963, <https://archive.org/details/metaphorsonvisio00brak> (Zugriff: 25.06.2016); William C. Wees: *Light Moving in Time. Studies in the Visual Aesthetics of Avant-Garde Film*, Berkeley/Los Angeles/Oxford: University of California Press 1992, S. 56-77, <http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft438nb2fr;brand=ucpress> (Zugriff: 25.06.2016).

Blickperspektive ist aber eine andere: Die Kamera blickt frontal durch eine Naht, die eben verschweißt wird, hindurch in den Lichtbogen. Schnitt zu einer Einstellung aus der gleichen Perspektive: „Die Schärfeneinstellung der Kamera ist nunmehr auf die Schweißöse gerichtet.“ Unter den erschwerten Sichtbarkeitsbedingungen des Schweißens werden so vier Einstellungen, die durchwegs Unterschiedliches zu erkennen geben, zu einem ansatzweise zusammenhängenden Bildraum integriert.³⁸⁶ (Dies ist die einzige Stelle der weitgehend vollständigen erhaltenen Kopie, in der je zwei Einstellungen ohne Zwischentitel aufeinander folgen.)

Das Zuviel an Bildbewegung in TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, das erst durch die Anordnung der Einstellungen und den Kommentartext zum Sprechen gebracht wird, legt nahe, dass filmische Bewegungsstudien ihre fotografischen Messergebnisse zwar als Normen präsentieren – so funktioniert dieses Verpackungsverfahren nachweislich besser, so sehen jene Schweißprozesse üblicherweise aus –, aber notwendig mit Grenzwerten arbeiten. Eine Hinwendung zu Grenzwerten, Toleranzen, revolutionierte um 1900 den industriellen Maschinenbau. Die Herstellung von Maschinenelementen, die in ihren Eigenschaften normiert, also „identisch, austauschbar und modular“ sind, wird erst gewährleistet, wenn die Produktion sich nicht mehr einem als absolut gesetzten Normwert anzunähern versucht, sondern einen Bereich von Grenzwerten definiert.³⁸⁷

Toleranzsysteme [...] generieren einen neuen Typ von Kontrolle. Er organisiert real Lücken statt sie scheinbar abzuschaffen, legt mathematisch genau Ungenauigkeit fest statt Fiktionen absoluter Genauigkeit zu verwalten, setzt an die Stelle eines *lückenlosen Systems* [...] ein *System der Spielräume*.³⁸⁸

Es spricht viel dafür, dass Film, als Messinstrument präsentiert, mehr einem System der Toleranzen als der Normwerte zuneigt. Die Norm – Reichert verwendet für den Arbeitsstudienfilm synonym den Begriff „Normalie“, der in der Technik ein vereinheitlichtes Bauelement bezeichnet –³⁸⁹ wird im Film zum anschaulichen Beispiel und fotografischen Beleg beziehungsweise in Fällen wie der extremen raumzeitliche Vergrößerung von TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN überhaupt erst sichtbar. Aber die Präsentation als Filmbild geschieht um den Preis von Wahrnehmungsschwierigkeiten, ablenkenden Zusatzinformationen

³⁸⁶ Vgl. TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, 0:03:11,13-0:04:30,04.

³⁸⁷ Berz: 08/15, S. 50.

³⁸⁸ Ebd., S. 52.

³⁸⁹ Reichert: Marshallplan und Film, S. 459.

und geringfügigen Abweichungen, die eine schematische Animation nicht in Kauf nehmen müsste. Wie für den Fabrikarbeiter nach Einführung des Toleranzsystems ist für den Kameramann im Gegensatz zum Zeichner bei Abweichung kein „*Nacharbeiten* und *Retten*“ vorgesehen, sondern der Ausschluss des Werkstücks.³⁹⁰ Die zulässigen Grenzwerte reichen soweit, wie Voice-over-Kommentar, Zwischentitel, Schnitt das Bewegtbild zum abstrakten Vorbild hin vereindeutigen. Diese Mittel können zwar „den semantischen Überschuss des Bildmediums [...] disziplinieren“, ihn aber nicht beliebig überschreiben.³⁹¹

³⁹⁰ Berz: 08/15, S. 60.

³⁹¹ Reichert: *Im Kino der Humanwissenschaften*, S. 128.

III.3. Am Material

Die kinematografische Bewegungsstudie präsentiert die filmische Aufzeichnung als unverzichtbaren Bestandteil ihrer Untersuchungsanordnung. An sie ist der – bestreitbare – Anspruch Gilbreths an seine Arbeitsstudienfilme als Fortschritte der Präzisionsmessung geknüpft. Im Fall der Materialmikrodramen im Schweißlichtbogen wird der Augenschein tatsächlich erst durch die Möglichkeiten der Bewegtfotografie zu gleichzeitiger räumlicher Vergrößerung und zeitlicher Dehnung möglich. Meist allerdings, wenn in Industriefilmen geprüft oder gemessen wird, geschieht dies nicht *durch* die, sondern *vor* der Kamera. Dieser Abschnitt fokussiert auf Sequenzen, in denen Verfahren der Messung und Prüfung von Objekten für die Kamera vorgeführt werden. Zwei voneinander unabhängige Registraturen stehen sich gegenüber. Der Transfer der Präzisionsverfahren ins Filmbild lässt viel von ihrem Funktionieren verlorengelassen und behauptet trotzdem eine Evidenz, die sich sowohl auf das Gezeigte als auch auf seine filmische Aufzeichnung stützt. Etwas soll belegt sein.

Dem Prüfen und dem Messen kommen innerhalb der Filme unterschiedene Schauwerte und Erzählbarkeiten zu. Das Deutsche Institut für Normung e.V. (DIN) definiert Messung als die „Ausführung von geplanten Tätigkeiten zum quantitativen Vergleich der Meßgröße mit einer Einheit“, Prüfung dagegen als das „Feststellen, inwieweit ein Prüfobjekt eine Forderung erfüllt“.³⁹² Im Gegensatz zum Messen, das die Messgröße schlicht erhebt, erzeugt das Prüfen also ein Urteil: das Objekt entspricht der normativen Vorgabe in einem ausreichenden Maß oder eben nicht. Abgesehen davon, dass dies klarer erzählbar ist als eine Messung, bieten Prozeduren der Prüfung häufig mehr visuelle Abwechslung als Messanzeigen mit ihrer standardisierten Lesbarkeit.

Beide – Prüfverfahren wie Messanzeigen – lassen sich dem indexikalischen Zeichentyp zurechnen, dem spätestens seit Peter Wollens *Signs and Meaning in the Cinema* von 1969 auch der Film in wesentlichen Eigenschaften zugeordnet wird.³⁹³ Indexzeichen nennt Charles S. Peirce in seiner semiotischen Systematik jene Zeichen, die mit dem Objekt, auf das sie

³⁹² Martin Klein: *Einführung in die DIN-Normen*, 12. Auflage, Stuttgart/Leipzig/Berlin/Wien/Zürich: B.G. Teubner/Beuth 1997, S. 310. Zu dieser Unterscheidung zwischen Messen und Prüfen, vgl. auch: Rudolf Klinger: *Messen und Prüfen im Maschinenbau. Lehr- und Handbuch mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis*, Zürich: Schweizer Druck- und Verlagshaus Zürich 8 1946, S. 28.

³⁹³ Vgl. Peter Wollen: *Signs and Meaning in the Cinema*. 5th edition, London/New York: BFI/Palgrave MacMillan 2013, S. 102-105 [Orig. 1969].

verweisen, in existenzieller, etwa kausaler Verbindung stehen: eine Wetterfahne, ein Fußabdruck, die Säule eines Fieberthermometers, aber auch Zeigewörter.³⁹⁴ Die Prüfverfahren und Messanzeigen, um die es im Folgenden geht, bespielen unterschiedliche Aspekte dessen, was am Filmbild Index ist: nicht allein seine (in Theorien des Fotografischen viel strapazierte) Eigenschaft als Spur oder ‚Lichtabdruck‘ eines Realitätsabschnitts, dem häufig Evidenzkraft zugesprochen wird, sondern auch seine deiktischen Zeigegesten und damit die Affinitäten zu dem anderen Bewegtbild namens Messanzeige.³⁹⁵ Diese Nähe zwischen den *screens* des Films und den *displays* der Messung ist in der gegenwärtigen Medienapplikationsgegenwart der Armbanduhr-Touchscreens selbst evident, offensichtlich geworden.

III.3.1 Prüfverfahren: DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES (1916); METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT (1964)

Wie die Bewegungsstudie setzt auch die Prüfung von Material häufig subtile Mikrodramen in Aktion. Gegen Ende von DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES werden zwei Prüfungsverfahren der Kamera in je einer ungebrochenen Einstellung frontal präsentiert. Die „Erprobung einer Eisenbahntraggfeder“ beginnt damit, dass das Objekt symmetrisch in einer hydraulischen Presse *und* im Bildraum platziert wird. Ein Arbeiter richtet die Balance ein und verlässt dann das geometrische Arrangement. Die bogenförmige Stahlplatte, deren Enden je ein Wagen auf Gleisen stabilisiert, wird gedehnt und dabei sichtbar gebogen, dann folgt die Entlastung. Der Arbeiter kehrt zurück, nimmt eine Messung ab. Dem Publikum werden indes keine Bezugspunkte gegeben, um Verlauf und Ergebnis der Prüfung zu beurteilen – einzig die normalisierende Seh-Erwartung, ein im Industriefilm unkommentiert gezeigter Test müsse ein bestandener sein. So wird die Stahlfeder „Gegenstand einer meditativen Installation“, das langsam sich steigernde und wieder abklingende Kräftespiel zum Objekttheater.³⁹⁶ „The effect

³⁹⁴ Für eine kompakte Zusammenschau von Peirces diversen Definitionen des Index-Zeichens, vgl. N.N.: „Index“, in: *Commens. Digital Companion to C.S. Peirce*, created and maintained by Mats Bergman/Sami Paavola/João Queiroz, <http://www.commens.org/dictionary/term/index> (Zugriff: 25.06.2016).

³⁹⁵ Zur Kritik am Sprachbild von Fotografie als ‚Lichtabdruck‘, vgl. Peter Geimer: „Image as Trace: Speculations about an Undead Paradigm“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 16f.

³⁹⁶ Büttner/Dewald: *Das tägliche Brennen*, S. 145.

of this procedure is not a greater knowledge of the engineering involved, but rather a sense of wonder as the three players, press, carts and steel achieve a kind of harmonic intercourse.“³⁹⁷

Statt dieses schmiegsamen Ineinanders läuft die zweite Materialprüfung als destruktiver Akt ab. „Ein Stahlstab wird zur Untersuchung seiner Festigkeitseigenschaften zerrissen“, erläutert der Zwischentitel. Wie die Stahlfeder zuvor wird der Stab durch den Prüfapparat und die Kadrierung doppelt eingefasst und zentriert. Angespannt und einem Belastungstest ausgesetzt wird hier auch, knapp vor dem Ende, die den ganzen Film über variantenreich adressierte Aufmerksamkeit des Publikums für materielle Prozesse: Lange bleibt das Tableau unbewegt. Das Zerreißen künden nur, kurz bevor es schon passiert ist, minimale Verformungen an der dunklen Umrandung des Metallstücks an.³⁹⁸

Zweifel-Bilder

Mit DIN-Fachterminologie lässt sich der Unterschied zwischen diesen beiden Szenen als einer zwischen ‚zerstörenden‘ und ‚zerstörungsfreien‘ Prüfverfahren einordnen.³⁹⁹ Der Kontrast in der filmischen Erscheinung – hier ein „harmonic intercourse“, der Objekte zu Mitspielern ermächtigt, dort eine starre Kraftprobe mit dem Ziel der Zerstörung – rührt aber auch an die radikale Dualität, die Philosophin Avital Ronell im Akt der Prüfung gefunden hat. Prüfungsverfahren klopfen die Welt Einzelfall für Einzelfall darauf ab, was ist. Sie sind involviert in die Sicherung von Wissen, Normen, Verbindlichkeiten. Zugleich droht der von Ronell konstatierte Prüfungstrieb (*test drive*), der die Institution wie das Intimsubjekt umtreibt („Drum prüfe, wer sich ewig bindet“), sich auch skeptisch gegen das Gewisse und Gewusste zu wenden, das er gewährleisten soll.⁴⁰⁰

Mit Nietzsches’ *Die fröhliche Wissenschaft* sieht Ronell in der Prüfung die Bestätigung und die Verunsicherung nebeneinander, ineinander verschränkt, am Werk: „[T]he test at once affirms and deprives the world of confidence; it belongs to a specific sequence of forces that not so much annihilates as it disqualifies.“⁴⁰¹ Aussagekräftig für das negierende, entgründende Potenzial der Prüfung ist demnach an der Stahlstangenprüfung in *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES* nicht so sehr die physische Zerstörung (auch wenn Ronell von

³⁹⁷ Kimberley O’Quinn: „The Reason and Magic of Steel: Industrial and Urban Discourses in *DIE POLDIHÜTTE*“, in: *A Second Life. German Cinema’s First Decades*, hrsg. v. Thomas Elsaesser, Amsterdam: Amsterdam University Press 1996, S. 196. Vgl. *DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES*, 0:36:14-0:38:16.

³⁹⁸ Vgl. ebd., 0:46:55-0:47:14.

³⁹⁹ Vgl. Klein: *Einführung in die DIN-Normen*, S. 584.

⁴⁰⁰ Vgl. Avital Ronell: *The Test Drive*, Urbana/Chicago: University of Illinois Press 2005, S. 5-14.

⁴⁰¹ Ebd., S. 14.

„the luxury of destruction“ schwärmt, der sich in bestimmten Formen der Prüfung manifestiere).⁴⁰² Disqualifizierend, die eigenen Belegbehauptungen verunsichernd, wirkt das Prüfverfahren viel eher dahingehend, dass der im Film durchgehend demonstrierten Qualität und Stärke der österreichischen Rüstungsfabrikation und der damit verknüpften Faszination der Inszenierung für gleißende, schimmernde, wuchtige Materialität hier einmalig entgegengehalten wird, wofür das Kriegsgerät hergestellt wird: den schnellen Verbrauch zur und durch Destruktion.

Eine vergleichbare Einstellung in METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT (1964), einem 25-minütigen Betriebswerbefilm für die Metallwerke Plansee in Tirol, unterzieht durch das Zerstören von Material sogar den eigenen Schaufenster-Charakter einer Nagelprobe.⁴⁰³ „Hier wird bewiesen, dass ein gepresstes Stück noch zerbrechlich ist wie Kreide, bevor es im Sinterofen festbrennt“, erklärt das Voice-over. Eine Hand fasst Werkstücke aus Metallpulver von einem Stapel und zerdrückt sie, die Handfläche der Kamera zugewandt, ohne merkliche Anstrengung in Bruchstücke (**Abb. 55-56**).⁴⁰⁴ Wenn augenscheinlich Solides so leicht zerbröseln, wie kann das Zeigen von Produkten dann überhaupt deren hohe Qualität bezeugen?

Der Film bemüht sich gleich anschließend, diesen Verdacht zu zerstreuen. Er beharrt erst recht auf dem Belegcharakter der Oberflächenerscheinungen, wenn direkt anschließend die gleichen Werkteile in gesinterter Form zu sehen sind. Die Druckprobe wird ihnen und der Hand erspart. Ihre Solidität wird signalisiert durch die statuenhafte Platzierung auf einem rotierenden Podest sowie durch eine auf- und abdimmende Beleuchtung, die – im Kontrast zur matten Textur der ungesinterten Teile zuvor – das Glänzen der Metallstücke zur Geltung bringt. Die visuellen Reize erhalten zusätzlich akustische Rückendeckung, nicht nur durch den von Ernst Grisse mann gesprochenen Kommentar. Wo vorher eine abwärts huschende Fagott-Melodie den Moment des Zerbrechens kommentierte, erklingt nun eine triumphale Siegerehrungs-Fanfare.⁴⁰⁵

⁴⁰² Ebd.

⁴⁰³ METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT, 1964, Theo Hörmann (Innsbruck) für die Metallwerke Plansee (Reutte), Regie: Theo Hörmann. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 19'02" (25 fps).

⁴⁰⁴ Vgl. ebd., 0:06:45,02-0:07:04,11.

⁴⁰⁵ Vgl. ebd., 0:07:18,19-0:07:29,00.



Abb. 55-56



Abb. 57

Zeige-Gesten

Der Vergleich soll sicher machen, das gilt auch für einen weiteren Belastungstest später im Film, der aus Objekten mit ähnlichem Äußeren sichtbare Unterscheidungen gewinnt: Eine Reihe kurzer Metallstifte – „aus Aluminium, Kupfer, Eisen, Molybdän und Wolfram“, so das Voice-over – wird einer nach dem anderen mit einem Schweißbrenner erhitzt. Nur die beiden letzteren Metalle, auf die Plansee spezialisiert ist, halten der Hitze stand: das Molybdän zumindest eine Weile und das letztgereichte Wolfram bis zum Ende der Einstellung (**Abb. 57**).⁴⁰⁶

Dieses „Experiment“ (Voice-over) gehört nicht – wie die beiden im Poldihütten-Film – zur Qualitätssicherung des Industriebetriebs, sondern richtet sich werbend an ein Publikum außerhalb. Wohl auch deshalb fällt es hier leichter, den Prüfungscharakter in einen Film zu übertragen, zumal einen, der wie *METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT* kein Fachwissen voraussetzt, sondern mit Tirol-Kolorit (die Spezialität von Regisseur und Produzent Theo Hörmann) und Firmengeschichtsschreibung ein allgemeines Publikum adressiert. Das Prüfungskriterium – schmilzt das Metall oder nicht? – ist im Gegensatz zu den kryptisch bleibenden Prüfungen in der Poldihütte anschaulich; und die Versammlung verschieden erfolgreicher Prüfobjekte im selben Bildraum macht deren Vergleich glaubhafter als die Split-Screen-Betriebsdemonstration in *HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN*.

Das Bewegtbild vom glühenden, aber eben nicht schmelzenden Wolfram lässt die Überlegenheit des Werkstoffs gegenüber den anderen gezeigten einleuchten. Diese Evidenzwirkung der Leistungsdemonstration wird noch gestärkt durch die Spannungsdramaturgie, die diese Einstellung mittels kontinuierlicher Steigerung *und* Verlangsamung ins Werk setzt: Jedes Metall bleibt länger hitzeresistent als das vorige, aber alle außer dem letzten verformen sich dann doch. Bei diesem Spannung-Schinden hilft die Begleitmusik wieder tatkräftig mit. Tempo und Dauer eines Holzbläsermotivs verdoppeln sich zum Ende hin.

Was ist evident in dieser Einstellung? Nachgewiesen wird, dass fünf zur selben Zeit im selben Raum versammelte Metallobjekte unterschiedlich lange der Hitze eines Schweißbrenners widerstehen – zumindest wenn die Möglichkeit räumlicher, zeitlicher oder materieller Manipulationen als unwahrscheinlich eingeschätzt wird. Auch ohne Verfälschungsskepsis bleibt der Belegcharakter der Einstellung problematisch, weil abhängig von Aussagen, die von der Probe als einer möglichst unabhängigen Instanz doch erst gestützt werden sollen. Nur das Voice-over

⁴⁰⁶ Vgl. ebd., 0:15:22,04-0:16:02,11.

sagt, welcher Stift aus welchem Metall besteht. Nur der Kommentar und die Wahl, Inszenierung und Setzung der Szene im Film bedeuten dem Publikum, dass die demonstrierte Hitzebelastbarkeit der vom Metallwerk Plansee produzierten Metalle einen wesentlichen Vorteil für ihre Verwendungszwecke darstellt und dass der am Wolfram sichtbare *Grad* an Hitzebelastbarkeit – es schmilzt nicht, glüht aber grell – für diese Zwecke bereits ausreicht.

Der Medienwissenschaftler Rolf F. Nohr unterscheidet eine solche „diskursive Evidenz“ als Ergebnis intersubjektiver und kommunikativer Prozesse vom Ideal einer unmittelbaren, subjektiv erlebten „epistemischen Evidenz“. Die diskursive Evidenz, die „nützliche Bilder“ der Populärwissenschaft wie die genannten Prüfungen ausstrahlen, beschreibt Nohr als eine Imitation der Referenzfunktion von Zeichen. Im Gegensatz zu Zeichen verweisen diese Evidenzbilder in ihrer vermeintlichen Belegkraft aber nicht auf ein Objekt, sondern suggerieren dies bloß erfolgreich. „Sie verweisen gestenreich auf ein anderes Symbolisches, welches eigentlich Teil ihrer selbst ist.“⁴⁰⁷ Die Bezüglichkeit ist eine durch Wiederholung konventionalisierte. Sie wird durch die Koppelung an Spezial- wie verknüpfende Interdiskurse hervorgebracht.

Darin erschöpft sich das Wirken diskursiver Evidenz aber für Nohr nicht. Ihre genuine Referenz hat die diskursive Evidenz in der Berufung auf Evidenzerfahrungen, wie sie in außerdiskursiven Praktiken subjektiv *gemacht*, aber eben nicht intersubjektiv geteilt werden können.⁴⁰⁸ Nohrs Beispiel für eine solche unmittelbare Wahrnehmungsevidenz ist aufschlussreicherweise ein technisch vermitteltes: das Pedoskop, ein Röntgengerät, mit dem die Kundschaft von Schuhgeschäften sich in den 1920er bis 1950er Jahren selbst ein Bild vom Passen des Schuhwerks machen konnte. Auch Evidenzbilder zielen aufs Unmittelbare hin, indem sie ihre Mittelbarkeit auf bestimmte Art ins Spiel bringen. „Eine Aussage ist evident“, lautet eine von Nohrs Thesen, „wenn sie *eine Handlung (Geste) ist*.“⁴⁰⁹ Dieses Gestische des Evidenzbilds ortet er in dessen Charakter als „*Zeigehandlung*“⁴¹⁰, als „Hochhalten eines Bildes“⁴¹¹, wodurch Freiheit von diskursiver Verstrickung markiert wird.

Welche Art von Handlung ist die Geste? Giorgio Agamben unterscheidet sie als Drittes von der Handlung, die etwas ausführt, und der Handlung, die etwas hervorbringt: Die Handlung, die etwas hervorbringt (*poeisis*), ist Mittel zu einem Zweck; die Handlung, die etwas

⁴⁰⁷ Rolf F. Nohr: *Nützliche Bilder. Bild, Diskurs, Evidenz*, Münster/Hamburg/Berlin/London: Lit 2014, S. 304.

⁴⁰⁸ Vgl. ebd., S. 311.

⁴⁰⁹ Ebd., S. 298.

⁴¹⁰ Ebd.

⁴¹¹ Ebd., S. 292.

ausführt (praxis), ist sich selbst Zweck. Die Geste dagegen ist „*die Darbietung einer Mittelbarkeit [medialità], das Sichtbarmachen eines Mittels [mezzo] als solchem.*“ Im strengen Sinn gestisch ist eine Bewegung demnach, insofern sie nicht auf Zwecke (etwa den Transport von A nach B) ausgerichtet ist und auch nicht (wie beim Tanz, wenn er als ästhetische Darbietung wahrgenommen wird) ihren Zweck in sich selbst findet. „Wenn der Tanz Geste ist, dann indes nur, weil er nichts anderes ist als die Austragung und Darbietung des medialen Charakters der Körperbewegungen.“⁴¹²

Über dieses Raster gelegt ist der von Nohr analysierte ‚Trick‘ diskursiver Evidenz (die vermeintliche Auslagerung aus dem vorgängigen symbolischen Zusammenhang) so einzuordnen, dass Evidenz durch das Bild hergestellt und gleichzeitig vollzogen wird.⁴¹³ Als notwendiges Drittes zur Herstellung diskursiver Evidenzeffekte bleibt aber das Zeigen als *Geste* von Evidenz, die auch die Medialität dieses Zeigens anzeigt.

Besonders prononciert kommt dieser Zeigegestus in dem ersten Beispiel aus METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT zur Geltung, der Zerstörung gepresster, nicht-gesinterter Werkstücke durch den Druck der Hand. Der Arm erscheint als einziges Agens der Bewegung von links oben im Bild wie ein Lehrstab, die Hand isoliert ein Werkstück aus dem Stapel. Die zur Kamera hin geöffnete Handfläche präsentiert das unversehrte Halbfabrikat, das schnelle Schließen der Hand, mit wenig Muskelspannung, zeigt die geringe Kraft an, die zur Zerstörung der Halbfabrikate nötig ist. Darauf dreht sich die Handfläche, sodass die zerbrochenen Teile auf den Tisch fallen, und fasst – die beiden Bewegungen gehen ohne Unterbrechung ineinander über – das zweite Stück. Die Bruchstücke bleiben parallel weiterhin sichtbar, so wie bei der Hitzeprobe die bereits geschmolzenen Metallstifte: Keine Spur wird getilgt. Die Kamera assistiert der Hand, indem sie – ansonsten unbewegt – näher rückt, den Bildausschnitt ein kleines bisschen verengt, wenn das erste Stück zerpresst und abgeworfen wird.

Während der Hitzeprobe wiederum dienen die beiden Gerätedüsen des Schweißbrenners zugleich als mitschwingender Zeigestab und Scheinwerfer für die Wandlungen, die sie am Material auslösen. Wie die Hand senken sie sich zu Beginn von links oben in die Kadrierung und arbeiten sich dann Stift für Stift durch die unbewegte Einstellung auf deren klar demarkiertes Ende zu. Dass sie das nach dem Modell der lateinischen Schrift in der eingeübten

⁴¹² Giorgio Agamben: „Noten zur Geste“, in: *Mittel ohne Zweck. Noten zur Politik*, Freiburg/Berlin: diaphanes 2001, S. 60. Hervorhebungen im Original.

⁴¹³ Vgl. Nohr: *Nützliche Bilder*, S. 298.

Leserichtung von links nach rechts tun, verweist zugleich darauf, dass sich die ‚reine‘ Zeigegeste und ihre Medialität der Evidenz eben nur bedingt aus dem Gewebe des Symbolischen herauslösen lassen. Die einleuchtende Kraft der Geste kann in viele Richtungen ausstrahlen, dabei sogar die Glaubwürdigkeit der filmischen Präsentation bröseln lassen wie ungesinterte Werkstücke, aber auch damit ist der Bereich des Diskursiven bereits betreten.

III.3.2 Messanzeige: WIR HABEN HERZ (1936); METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT (1964)

Ein Aspekt von Mittelbarkeit, Medialität, den diese Zeigegesten hervorkehren, ist der Zeigecharakter des Filmbilds. Mary Ann Doane hat darauf hingewiesen, dass die Indexikalität des fotografischen Bewegtbilds sich nicht in seinem Charakter als Spur des Vergangenen erschöpft, sondern auch an der zweiten zentralen Peirce’schen Definition des Indexikalischen teilhat: der Index als deiktisches Zeichen, das – etwa in der Gestalt eines Zeigefingers oder eines Verweisworts („hier“) – sich von der Präsenz eines Zentrums aus (ich, hier, jetzt) auf Umliegendes bezieht.⁴¹⁴ Die Filmwissenschaft hat das Konzept der Deixis vor allem aufgenommen (oder zurückgewiesen) in Auseinandersetzungen um die filmische Enunziation sowie – rezenter – um das leiblich-spatiale Erleben von kinematischen Projektionen.⁴¹⁵

Doane blendet die Frage nach den Implikationen eines deiktischen Zentrums (auf Seiten des Films oder der Zuseherin) aus und skizziert einige Aspekte einer deiktischen *Zeichenhaftigkeit* des Films nach Peirce. Wo der Index als Spur Direktkontakt und Detailfülle des Abdrucks konnotiert, bleibt das Zeigewort, der Zeigefinger, die hinweisende Geste für sich leer und auf einen augenblicklichen Kontext angewiesen.⁴¹⁶ Prononciert deiktisch ist die Kadrierung, die aus dem Feld des Sichtbaren auswählt, wobei die durch die Komposition veranschlagte Dringlichkeit der Zeigegeste – ‚Schau!‘ – sowohl innerhalb einer Einstellung (durch Fahrten, Zooms, profilmische Bewegung, Blenden) wie durch den Schnitt gesteigert oder gedämpft werden kann. Auch die Einstellungsdauer kann deiktische Markierungen setzen, Präsentiertes unterstreichen oder einen Anblick so schnell wieder entziehen, dass die Abhängigkeit der Zeigegeste von einer

⁴¹⁴ Vgl. Doane: „The Indexical and the Concept of Medium Specificity“, S. 136.

⁴¹⁵ Vgl. Pepita Hesselberth: *Cinematic Chronotopes: Affective Encounters in Space-Time*, Diss., Universität van Amsterdam 2012, S. 21-25; Robin Curtis: „Deixis, Imagination und Perzeption. Bestandteile einer performativen Theorie des Films“, in: *Deixis und Evidenz*, hrsg. v. Horst Wenzel/Ludwig Jäger in Zusammenarbeit mit Robin Curtis/Christina Leuchtermann, Freiburg i.Br./Berlin/Wien: Rombach 2008, S. 241-260.

⁴¹⁶ Vgl. Doane: „The Indexical and the Concept of Medium Specificity“, S. 136.

verstreichenden Gegenwart bewusst wird.⁴¹⁷ Erst die Verschränkung der beiden Index-Profile Spur und Deixis erzielt für Doane die medienspezifische Überzeugungskraft des fotografischen Bewegtbilds: „The frame directs the spectator to look here, now, while the trace reconfirms that something exists to be looked at.“⁴¹⁸

Zu den Indexzeichen zählt die Peirce'sche Zeichenlehre auch Messgeräte wie Thermometer, Messstab oder Wasserwaage.⁴¹⁹ Die analoge Messanzeige verweist auf das Gemessene, und sie tut das in der Regel deiktisch: Die Bewegung eines Zeigers belegt möglichst zeitnah Eigenschaften eines jetzt anwesenden Messobjekts (beziehungsweise, im Fall der Uhr, den ununterbrochenen Verlauf der Zeit selbst). Wie das Filmbild ist auch die Messanzeige kein reiner Index, sondern elementar mit dem Bildtypus der Ikonizität (Referenz durch Ähnlichkeit) verbunden. Während das Filmbild der Ikon-Gruppe der „Bilder“ zugehört, die mit einem Objekt bestimmte sensorische Qualitäten teilen, lassen sich Messgeräte dem Ikon-Typus der Metapher zurechnen. Sie repräsentiert das Messobjekt durch die vermittelte Ähnlichkeit eines Parallelismus, der sich quantifiziert im Messwert ausdrückt: beispielsweise als Parallele zwischen dem Gewicht eines Wäschesacks und dem Ausschlag des Zeigers auf einer Skala.⁴²⁰

Genau dieser Fall einer Messung steht im Zentrum einer Szene von WIR HABEN HERZ, die so knapp wie präzise Unterschiede und Ähnlichkeiten zwischen Filmbild und Messanzeige herausarbeitet. Zu Beginn ihrer Führung durch die Großwäscherei Habsburg sieht die Kundin-Protagonistin, wie einkommende Wäsche gewogen wird. Eine Totale setzt sie und ihren Begleiter zuerst in räumlichen Zusammenhang mit einem Messvorgang, der anschließend in einzelne Einstellungen aufgebrochen wird. Der Zeiger der Waage wird darin eingebunden in eine Abfolge blicklenkender Zeigegesten, die im Zickzack die Richtung wechseln: Erst zeigt der Führer im weißen Mantel von links nach rechts auf die Waage (**Abb. 58**), dann legen Arbeiterhände von rechts oben einen Sack auf die Waage (**Abb. 59**), worauf der Zeiger der Messanzeige von links nach rechts schnellert (**Abb. 60**). Eine Hand trägt mit Füllfeder – die Spitze wie ein Pfeil von rechts nach links zeigend – den Messwert in ein Dokument ein (**Abb.**

⁴¹⁷ Vgl. ebd., S. 137-140.

⁴¹⁸ Ebd., S. 140.

⁴¹⁹ Vgl. Charles S. Peirce, „Of Reasoning in General“, in: *The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings. Volume 2 (1893-1913)*, hrsg. v. Peirce Edition Project, Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press 1998, S. 14 [Orig. 1895].

⁴²⁰ Vgl. Jorgen Dines Johansen/Svend Erik Larsen: *Signs in Use: An Introduction to Semiotics*, London/New York: Routledge 2005, S. 37, 40-41.



Abb. 58-62

61), und während eines abschließenden Dialogs zeigt der Firmenrepräsentant noch einmal nach rechts auf die nunmehr im Off befindliche Waage (**Abb. 62**).⁴²¹

Der Ausschlag der Messanzeige wird in dieser Szene als eine Zeigegeste unter anderen eingeordnet. Auf der Inhaltsebene springt dabei ein Unterschied zwischen Filmbild und Messanzeige ins Auge: Fallen im Filmbild Deixis und Spur in eins, so werden sie an der Waage hintereinander gesetzt – erst die Messanzeige, dann die Aufzeichnung (hier: mit Stift auf Papier). Auf der Ebene einer filmischen Deixis dagegen unterstreicht der ständige Richtungswechsel zwischen links und rechts die von Doane betonte Mischung aus Lenkungsmacht und Entleerung des deiktischen Zeichens: Der Blick wird jedes Mal wieder in die Gegenrichtung gelenkt, in einer Art Überspitzung jener Vielzahl von Verfahren, die in jedem Bild zwischen mehr und weniger wichtigen Bildpartien und Details unterscheiden. Das nachdrücklich als bedeutsam markierte ‚Da!‘ im Bildraum bleibt allerdings angewiesen auf einen Verweiszusammenhang, den hier erst der Schnitt stiftet. Der Stift trägt ein, was vorher die Waage angezeigt hat, was davor auf die Wiegefläche gelegt wurde.

Dass die letzte Einstellung mit den beiden Protagonisten merklich andernorts vor einer weißen Wand gedreht wurde, lässt die Zeigegeste in Richtung Off noch deutlicher in ihrer Mittelhaftigkeit hervortreten. Wenn die Handbewegung offensichtlich auf nichts in der profilmischen Realität gerichtet ist, dann verweist sie umso bestimmter auch auf den Bildrahmen selbst als elementare Zeigeanstanz des Films. „What is being indicated, indexed, brought to our attention is the frame itself, as the border between everything and nothing, as the cinematic equivalent of ‚this‘“, schreibt Doane über einen ähnlich hervorgehobenen Einsatz des Zeigefingers in Fritz Langs *M – EINE STADT SUCHT EINEN MÖRDER* (1931).⁴²²

Drei Messungen: Übersetzung, Ersatz, Zeigertanz

Wie schon die Innovation der Gilbreth-Uhr demonstrierte, eignen sich Messanzeigen genauso wie Materialprüfungen für die Herstellung von Evidenzeffekten im Film, ob nun als abgefilmtes *display* eines Messgeräts oder als Zahlenwert in einem Zwischentitel. Andere Industriefilm-szenen mit Messanzeigen heben aber nicht auf Evidenz ab, sondern eher auf den Kontrast zwischen einer Vielfalt an filmisch aufgezeichneten Formen, Objekten und Prozessen und dem

⁴²¹ Vgl. *WIR HABEN HERZ*, 0:01:59-0:02:26.

⁴²² Doane: „The Indexical and the Concept of Medium Specificity“, S. 140.

Präsentationsmodus von Zeigerbewegungen auf Skalen. Die Detailmenge ist hier ausgedünnt, dafür jedes Zucken eines Zeigers mikro-dramatisch mit Bedeutung aufgeladen.

Diesen Abstand zwischen Filmbild und Messanzeige – mit Peirce: zwischen Bild und Metapher – bearbeitet *METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT*, ein auf Messanzeigen versessener Film, in drei Varianten: einmal durch einen Angleich der beiden Typen von Ikonizität, einmal mit der Substitution eines nicht verfügbaren ‚direkten‘ Filmbilds durch eine Messanzeige, schließlich durch deren Ablöse vom Evidenzcharakter hin zu einem Ornament. Zu Beginn, wenn das Pressen von Metallpulver gezeigt wird, lassen sich wahrnehmbare Maschinenbewegung und das Ausschlagen der Messanzeige noch ineinander übersetzen: Die Abwärtsbewegung der hydraulischen Presse auf das Material übersetzt sich in den aufsteigenden Zeiger eines Druckmessgeräts.⁴²³ Die Messanzeige bietet in dieser Schnittfolge eine Reduktion des gezeigten maschinellen Verfahrens auf seine Krafteinwirkung an, die der Maschinenbewegung trotzdem wahrnehmbar korrespondiert.

Wenn später Materialprüfungen im Mittelpunkt stehen, dann geben Anzeigen und grafische Auslesungen von Messwerten aber gelegentlich die einzige visuelle Information über deren Verlauf. Sie stellen eine Sichtbarkeit überhaupt erst her, die der Kamera unter Werksbedingungen nicht zugänglich ist: so beispielsweise bei der Prüfung der Zerreißfestigkeit eines Werkstücks bei hohen Temperaturen und niedrigem Atomsphärendruck, einer Simulation von Weltall-Bedingungen. Zu Beginn der Szene wird die Tür der Prüfanlage zugeschraubt, die getesteten Objekte bekommt das Filmpublikum nicht mehr zu sehen. Sie sind nur über die Messanzeige präsent. Zwei Schalter werden betätigt, dann saust der Anzeiger eine nicht weiter erläuterten Skala nach oben (von 0 auf 8 von insgesamt 10). Die Prüfanlage ist zu sehen, keine Bewegung, nur ein Knall auf der Tonspur signalisiert nach einer Sekunde, dass die Belastbarkeitsgrenze des Testobjekts überschritten wurde. Es folgt ein Schnitt zur Skala, wo der Zeiger nun wieder auf Null hinuntergleitet. Der konkrete Testverlauf bleibt vom Voice-over unkommentiert, er wird allein durch die Bewegung des Zeigers und – dazwischen – durch eine bewegungslose Einstellung mit Knall skizziert.⁴²⁴

Hier, in der Reduktion aller Bildbewegung auf das Auf und Ab eines Zeigers auf einer Skala, berührt sich Film über den Umweg der Messanzeige mit der von Frank B. Gilbreth beworbenen Idee einer exakt messbaren Bildspur von Bewegung.⁴²⁵ Die Bewegung des Filmbilds

⁴²³ Vgl. *METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT*, 0:03:58,02-0:04:21,18.

⁴²⁴ Vgl. ebd., 0:14:48,24-0:15:22,03.

⁴²⁵ Vgl. von Herrmann: „Pensum – Spur – Code“, S. 199.

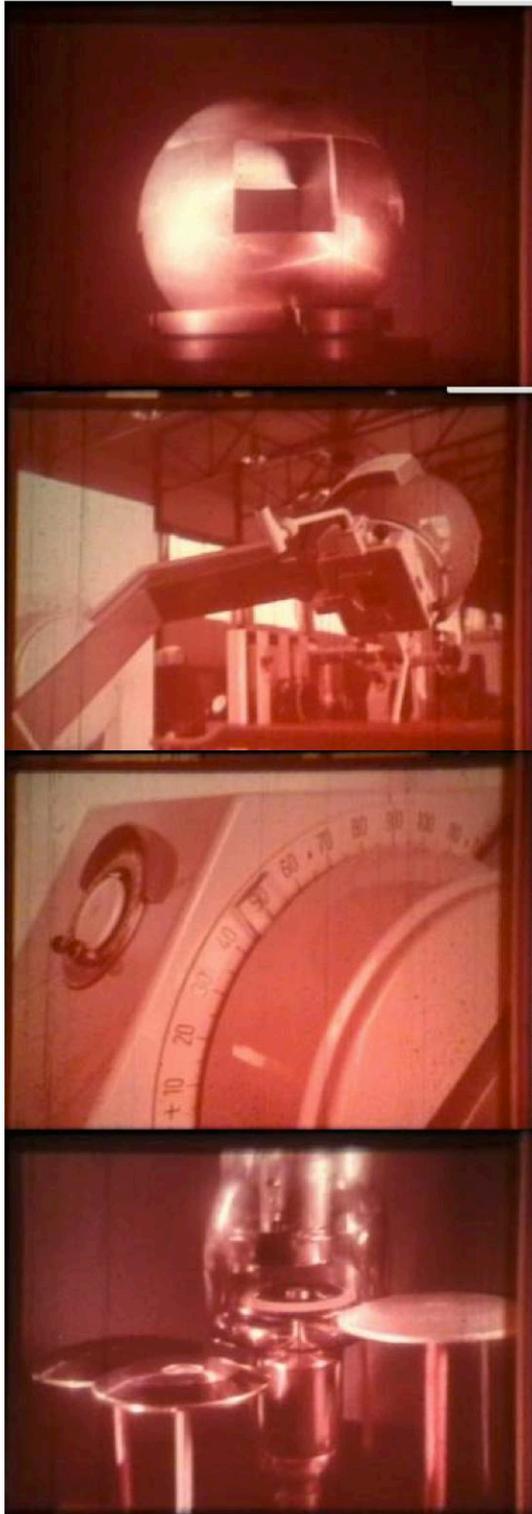
verliert in der Messanzeige weitgehend ihr Überschüssiges, Kontingentes und Kontinuierliches. Sie abstrahiert sich zur Abfolge auslesbarer diskreter Werte. Dass die genannte Sequenz nicht einmal verrät, in welchen Maßeinheiten gemessen wird, erinnert aber daran, dass diese Behauptung der Überführbarkeit von Formen- und Bewegungsvielfalt in Messbares im Zusammenhang dieses populärwissenschaftlichen Betriebswerbefilms eine Geste des Vertrauens in Wissenschaft ist, kein Versuch der wissenschaftlichen Arbeit mit Bildern.

Gegen Ende von METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT gibt die inszenierte Messanzeige den Eindruck einer instrumentellen Referenz ganz auf und wird zum Ornament. Die Reduktion von Bewegung zu klaren Vektoren richtet sich hier, in einer für Industriefilme um 1960 typischen Wende, offen an das ästhetische Wohlgefallen. Diese letzte Messanzeige im Film erscheint im Zusammenhang einer Montage, welche die vielgestaltige Produktionspalette des Metallwerks Plansee visuell durch die Betonung von Kreisbewegungen bündelt: Erst werden diverse runde Produkte auf einer rotierenden Plattform präsentiert (**Abb. 63**), dann trägt eine nuklearmedizinische Anlage die Bewegung weiter, indem sie ihren Isotopenbehälter durch den Raum kreisen lässt (**Abb. 64**). Die kreisrunde Anzeige am Ende des Dreharms variiert diese Bewegung (**Abb. 65**), die anschließend von Drehanoden weitergeführt wird (**Abb. 66**).⁴²⁶ Hier wird die reine Mittelbarkeit des bewegten Zeigers nicht dem Zweck einer Demonstration von Präzision unterworfen, sondern in den Selbstzweck einer kreiselnden Tanzchoreografie überführt.

Die Trennung des Indexzeichens in Deixis und Spur, wie sie in diesem Abschnitt unternommen wurde, lässt sich auch in eine Unterscheidung von Zeitformen übersetzen: Der deiktische Zeigegestus des Filmbilds ist mit der Gegenwart, dem ‚hier und jetzt‘ des Bildgeschehens verknüpft, sein Spurcharakter dagegen mit der Vergangenheit der Aufzeichnung. Dagegen geht es im nächsten Kapitel um das Filmbild in seiner Orientierung auf Zukunft hin. Genauer: Film wird hier in seiner Teilhabe an Praktiken des Entwerfens und Modellierens von Risiken, Räumen und Verhaltensformen eines fordistischen Regulationsregimes untersucht.

⁴²⁶ Vgl. METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT, 0:16:58,24-0:18:19,15.

Abb. 63-66



IV. PLANEN

IV.1. Statistik und Entwurf

Ein Mann sitzt auf der Terrasse eines Cafés, nimmt einen belgischen 100-Franken-Schein aus seinem Portemonnaie und denkt darüber nach, was er für diesen Betrag bekommen könnte. Diverse Konsum-Optionen werden in knappen Szenen durchgespielt. Die Betonung liegt dabei auf inhärenten Risiken und unerwünschten Nachwirkungen: Auf den Abend im Wirtshaus folgt der morgendliche Kater. Beim Pferdewetten ist der Schein schnell verspielt. Den Autoausflug aufs Land kann ein platter Reifen stören, das Picknick der Regen. Und wer ein Ruderboot kauft, muss damit rechnen, beim Kentern nass zu werden. Ein Radio, darauf läuft der fünfminütige Werbefilm hinaus, ist die vernünftigste Investition für den Mann und seine Familie, die schließlich daheim um die Neuerwerbung versammelt ist.

CENT FRANCS⁴²⁷ wirbt in Belgien 1936 für die Radiomarkte Aristona und appelliert in diesem Sinn an die planende Ratio von Konsumentin und Konsument. Die Serie von Freizeitszenarien im Konjunktiv – zugleich Tagträumerei und deren nüchterne Durchmusterung auf Gebrauchswerte und Nutzungsrisiken – gibt hochverdichtet die Mischung aus Kaufimpulsen und zukunftsorientierter Sparvernunft wieder, die für das Funktionieren fordistischer Massenkonsumökonomien erst erlernt werden musste. Wer den Wochenlohn in der Kneipe vertrinkt oder zum Pferderennen trägt, kann sich die bleibenden Werte der Unterhaltungselektronik nicht leisten.

Vor jedem neuen Szenario, das CENT FRANCS vorführt, rollt sich der titelgebende Geldschein erneut allmählich auf, als bräuchte es diese kurze Pause zur Besinnung, bevor das Geld ausgegeben wird. Für den Philosophen Rudolf M. Lüscher ist die Reibung zwischen Wunschproduktion und Gratifikationsaufschub konstitutiv für den „fordistischen Sozialcharakter“. Die Kernfamilie, wie sie sich am Ende von CENT FRANCS um das Radio vereint, identifiziert Lüscher als ein wesentliches Instrument zur Disziplinierung dieses

⁴²⁷ CENT FRANCS, 1936, Puvabi (Belgien) für Aristona Radio (Niederlande). Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg von 35mm, 5'19". Zu den filmografischen Angaben, vgl. N.N.: „CENT FRANCS (Aristona reclame)“, in: *Beeld en Geluidwiki*, [http://beeldengeluidwiki.nl/index.php/Cent_francs_\(Aristona_reclame\)](http://beeldengeluidwiki.nl/index.php/Cent_francs_(Aristona_reclame)) (Zugriff: 02.10.2016).

Sozialcharakters im Sinne anhaltender „Konsumorientierung, Produktionsbereitschaft und Lohnbudgetierung“.⁴²⁸

Die abwägende und antizipierende Vernunft mündiger Konsumentinnen und Konsumenten, der CENT FRANCS schmeichelt, ist freilich nur einer von vielen Bereichen, in denen Film an fordistischem Planungsdenken teilhat. Das Akkumulationsregime des Fordismus zeichnet sich für den Wirtschaftshistoriker Otto Hwaletz gerade dadurch aus, dass „nicht nur der herkömmlich als ‚Industrie‘ bezeichnete Produktionssektor, sondern tendenziell die gesamte Gesellschaft mit den technischen und organisatorischen Mitteln des industriellen Zeitalters durchorganisiert und seiner Rationalität unterworfen wird.“⁴²⁹

Mit der Zukunft rechnen: Statistik und Fordismus

Damit hat der Fordismus teil an einer über ihn hinaus wirkmächtigen Ideologie der Planung als politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Gestaltung von Zukunft, die weltweit im 20. Jahrhundert – und besonders seit den synergetischen planerischen Bemühungen im Ersten Weltkrieg – Industrieländer kennzeichnete, und zwar „ungeachtet ihres technischen-wirtschaftlichen Entwicklungsgrads und ungeachtet ihrer politischen und gesellschaftlichen Verfasstheit“.⁴³⁰ Planung in diesem Sinn ist für den Historiker Dirk van Laak „ein öffentlicher, verfahrensgestützter Vorgriff auf die Zukunft“, der von Expertinnen- und Expertenebenen getragen wird. Laak unterscheidet zwei miteinander verknüpfte Ebenen der Planung: Neben der „Ebene des konkreten *Raumordnungs-, Wirtschafts- und Verwaltungshandelns*“ steht „Planung als geschichtsphilosophisch untermauerter Entwurf der gesellschaftlichen Zukunft, mit dem Leitbilder, bisweilen sogar ‚Weltbilder‘ durchgesetzt werden.“⁴³¹

Zukunft als steuer- und gestaltbaren Fortschritt zu denken, dieser historisch genuin neue Zukunftshorizont, auf den planerische Rationalität im 20. Jahrhundert sich beziehen kann, wird nicht zuletzt geprägt durch die steile Karriere des Probabilismus in den Wissenschaften des 19. Jahrhunderts.⁴³² Zwischen 1800 und 1930, so Wissenschaftsphilosoph Ian Hacking, weiten sich die Anwendungsgebiete der Wahrscheinlichkeitsrechnung aus. Umbrüche in Physik wie

⁴²⁸ Vgl. Rudolf M. Lüscher: *Henry und die Krümelmonster. Versuch über den fordistischen Sozialcharakter*, Tübingen: konkursbuch Verlag Claudia Gehrke 1988, S. 191.

⁴²⁹ Hwaletz: „Austrofordismus“, S. 101.

⁴³⁰ Anselm Doering-Manteuffel: „Ordnung jenseits der politischen Systeme: Planung im 20. Jahrhundert“, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 34. Jg. (3/2008), S. 398.

⁴³¹ Dirk van Laak: „Planung. Geschichte und Gegenwart des Vorgriffs auf die Zukunft“, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 34. Jg. (3/2008), S. 306f.

⁴³² Vgl. ebd., S. 308.

Soziologie sind die Folge. An die Stelle deterministischer Erklärungsmodelle, die Wissenschaft auf die Basis universaler Gesetze stellen, tritt der Zufall. Die Statistik setzt den Einzelfall in seiner unhintergehbaren Positivität ins Recht, öffnet damit die Zukunft ins Ungewisse. Zugleich gewinnt die Statistik aus der Masse vermessener Einzelfälle aber wiederum Regelmäßigkeiten neuen Charakters, die sich prognostisch nutzen lassen.⁴³³ Hacking: „[D]eterminism was eroded precisely by making chance manageable, intelligible, existent, and governed by laws of probability.“⁴³⁴

Das Streben nach „Kontingenzbegrenzung durch gezielte Kontingenznutzung“, das Michael Makropoulos als „allgemeine strategische Disposition“ von Moderne überhaupt ausmacht, findet im Probabilismus des 19. Jahrhunderts einen vorläufigen Höhepunkt, über den erst die Kybernetik Mitte des 20. Jahrhunderts hinausgehen wird.⁴³⁵ Der Probabilismus prägt viele der neuen Informations- und Steuerungsverfahren, vor allem im Bereich der Marktbeobachtung, die zur Jahrhundertwende auf die ‚Kontrollkrise‘ industrieller Organisation antworten.⁴³⁶ Unter Berufung auf die statistische Konstanz von Unfallzahlen wird zur gleichen Zeit der Arbeitsunfall vom moralisch aufgeladenen und juridisch zu ermittelnden Verschuldensfall zur Herausforderung an kollektive Versicherung und staatliche Wohlfahrt umgedeutet.⁴³⁷

Beide eben genannten Entwicklungen – die Vorsorgeverpflichtungen, die Nationalstaaten übernehmen, und der Entwicklungsschub bei der Steuerung und gegenseitigen Abstimmung der Produktion und Zirkulation durch Unternehmen – bilden wichtige Eckpfeiler für die Durchsetzung und dauerhafte Stabilisierung eines fordistischen Akkumulationsregimes, die ab 1945 erst in den USA, dann in vielen Ländern Europas stattfindet.⁴³⁸ Auf der Basis statistischer Informationen, staatlicher Regulationen und korporatistischer Kompromissbildung malte der Fordismus Zukunft als zu planenden Fortschritt aus⁴³⁹ – einen Fortschritt allerdings, der nicht, wie im klassischen Liberalismus des 19. Jahrhunderts, „als Resultat geschichtlicher Entwicklung aus größtmöglicher individueller Entscheidungsfreiheit gedacht [wurde], sondern als

⁴³³ Vgl. Ian Hacking: „Was There a Probabilistic Revolution 1800-1930?“, in: *The Probabilistic Revolution. Volume 1: Ideas in History*, hrsg. v. Lorenz Krüger/Lorraine J. Daston/Michael Heidelberger, Cambridge [Mass.]/London: The MIT Press 1987, S. 52-54.

⁴³⁴ Ebd., S. 52.

⁴³⁵ Makropoulos: *Modernität und Kontingenz*, S. 32.

⁴³⁶ Vgl. Beniger: „The Control Revolution“, S. 309f.

⁴³⁷ Vgl. François Ewald: *Der Vorsorgestaat*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 15-35.

⁴³⁸ Vgl. David Harvey: *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origin of Cultural Change*, Cambridge (Mass.)/Oxford: Blackwell 1990, S. 125-140.

⁴³⁹ Vgl. Hwaletz: „Austrofordismus“, S. 100-115.

Resultat technischer Expertise.“⁴⁴⁰ In seinen US-amerikanischen und europäischen Varianten gab der Fordismus – bei Bürokratisierung der Arbeitsorganisation und Einschränkung der Entscheidungsoptionen am Arbeitsplatz – das Versprechen stabil ansteigenden Massenwohlstands. Tatsächlich etablierte er, auch in Österreich, „eine einzigartige Wachstumskonstellation, eine beispiellos kontinuierliche und gleichmäßig verlaufende Expansionsphase des Kapitalismus“.⁴⁴¹

Auswertung der Einzelfälle: Statistik und Film

Aus einer Masse von Einzelfällen Regelmäßigkeiten zu gewinnen, an diesem Projekt der Statistik haben für Mary Ann Doane auch fotografische Medien teil, und das in mehrfacher Hinsicht. Unabweisbar wird die Standfotografie etwa Teil statistisch informierter, eugenisch ausgerichteter Machttechniken des späten 19. Jahrhunderts, wenn der Kriminalist Alphonse Bertillon ein umfangreiches Fotoarchiv zur Identifizierung krimineller Menschentypen anlegt oder der Anthropologe Francis Galton durch Kompositfotografien vom Individualportrait zum mustergültigen Rassentypus vorzudringen versucht.⁴⁴²

Die strukturelle Affinität zur Statistik als einer Form der Verwaltung von und durch Zahlenmengen lässt sich dabei nicht nur in der Anhäufung und Anordnung verschiedener Bilder, sondern ebenso am *Reproduktionscharakter* fotografischer Medien festmachen. Doane führt hier Walter Benjamin an, der den Verlust der Aura in der potenziell beliebig vervielfältigten Fotografie explizit mit der Statistik engführt:

Die Entschälung des Gegenstandes aus seiner Hülle, die Zertrümmerung der Aura, ist die Signatur einer Wahrnehmung, deren ‚Sinn für das Gleichartige in der Welt‘ so gewachsen ist, daß sie es mittels der Reproduktion auch dem Einmaligen abgewinnt. So bekundet sich im anschaulichen Bereich was sich im Bereich der Theorie als die zunehmende Bedeutung der Statistik bemerkbar macht. Die Ausrichtung der Realität auf die Massen und der Massen auf sie ist ein Vorgang von unbegrenzter Tragweite sowohl für das Denken wie für die Anschauung.⁴⁴³

Gerade dass die Welt in all ihren Einzelheiten und Augenblicklichkeiten fotografierbar und als Fotografierte zirkulierbar geworden sei, nivelliere sie also im Zeichen der Statistik zu Gleichartigkeit. Diese Reproduzierbarkeit fotografischer Bildobjekte macht diese in bestimmten

⁴⁴⁰ Doering-Manteuffel: „Ordnung jenseits der politischen Systeme“, S. 401.

⁴⁴¹ Maderthaner/Musner: „Im Schatten des Fordismus“, S. 34. Vgl. Lüscher: *Henry und die Krümelmonster* S. 122-125.

⁴⁴² Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 127-129.

⁴⁴³ Walter Benjamin: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“, in: Ders.: *Illuminationen. Ausgewählte Schriften 1*, ausgewählt v. Siegfried Unseld, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 143.

Fällen zum tauglichen Instrument der Datensammlung. Vinzenz Hediger verweist diesbezüglich auf ein Experiment der Verhaltensforschung, das Makaken mit Videos von Artgenossinnen und Artgenossen konfrontierte. Untersucht wurde, ob das – mal häufigere, mal seltenere – Gähnen der je vorgeführten Makaken bei den Zuschauenden Ansteckungen auslöste.

Erst der Film, erst die Aufzeichnung des Gähnens im Bewegtbild, schafft die Möglichkeit, den selben Stimulus in derselben Form beliebig oft abzurufen und einzuspielen, und erst dadurch ist die Voraussetzung dafür geschaffen, dass der Versuch unter kontrollierten Bedingungen stattfinden kann und Daten ergibt, die als statistisch relevant gelten dürfen.⁴⁴⁴

Bei Galton, Bertillon und den gähnenden Makaken helfen fotografische Medien mit, Wissen über Typen und Normalwerte herzustellen und abzusichern: die Gesetzmäßigkeiten eines Zeitalters der Statistik. Für Mary Ann Doane ist aber nicht allein Film als Technologie, sondern Kino als massenkulturelle Unterhaltungsform ein Komplize der Statistik. Das frühe Kino habe eine Krise der Kausalität offen angezeigt und ausagiert: sowohl als Ansichtenkino ungeschnitten auslaufender Einstellungen (die nicht-fiktionale Linie der Lumière-Brüder) als auch in den Montage-Zaubertricks des Attraktionenkinos (die Méliès-Tradition). Dagegen würde das darauffolgende klassische Erzählkino aus dem Potenzial individueller Abweichungen neue Verbindlichkeiten schaffen: „The fully developed classical cinema, like statistics, acknowledges contingency and indeterminacy while at the same time offering the law of their regularity.“⁴⁴⁵

Konkret macht Doane diese Analogie zwischen klassischem Kino und Statistik einerseits an der Herausbildung bestimmter Genres fest, beispielhaft an den *chase pictures*, die ein und dieselbe Jagd-Bewegung durch den Bildraum Einstellung für Einstellung abweichend variieren und damit zugleich als formgebend befestigen.⁴⁴⁶ Zweitens, und stärker im Sinn ihrer übergreifenden Argumentation in *The Emergence of Cinematic Time*, zielt Doane darauf, wie das *continuity editing* des Erzählkinos die durchlaufende Echtzeit der einzelnen Einstellung gleichzeitig zähmt und bespielt. Die mit der Einstellungsdauer steigende Möglichkeit des Auftretens unintendierter Abweichungen oder erzählökonomisch ‚ineffizienter‘ Totzeit wird durch den Schnitt begrenzt.⁴⁴⁷ Zugleich dienen die Kontinuitätsregeln dazu, über Schnitte hinweg den Eindruck einer bruchlos weiterlaufenden Echtzeit erhalten zu können, welche

⁴⁴⁴ Hediger: „Dann sind Bilder also nichts!“, S. 18.

⁴⁴⁵ Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 31. Vgl. ebd., S. 134-139.

⁴⁴⁶ Vgl. ebd., S. 192f.

⁴⁴⁷ Vgl. ebd., S. 136f.

freilich höchst flexibel formbar ist.⁴⁴⁸ Gemeinsam mit der Statistik hätte das klassische Kino demnach ein Zeitverständnis, das den Einzelfall aus einer ereignisoffenen Gegenwart in eine durch Erzähl- und Formkonventionen abgesicherte Zukunft der Regelmäßigkeiten überführt.

Konkretion ins Offene: Entwürfe

An der Schematik der Gegenüberstellung ‚frühes versus klassisches Kino‘ lässt sich deutlich Doanes Verwurzelung in der ideologiekritischen *suture*- und Apparaturtheorie der 1970er Jahre ablesen, die sich am hegemonialen Erzähl- und Illusionskino abarbeitete, sowie die akademische Entdeckung des frühen Kinos als Gegenkino ab Ende desselben Jahrzehnts.⁴⁴⁹ Eben als Schema, das kulturhistorische Begriffe und filmästhetische Operationen in ein Verhältnis wechselseitiger Befragung statt gegenseitiger Auserklärung setzt, ist Doanes Entwurf anregend.

Für eine Untersuchung des Planens von Zukunft mit und durch Film ist diesem Schema allerdings die Dimension des Entwurfs hinzuzufügen. Denn wenn im fordistischen Akkumulationsregime allenthalben geplant werden soll – vom Nationalstaat bis zum Endverbraucher, vom Industrieverbund bis zur Kleinunternehmerin –, geschieht dies zwar unter Zuhilfenahme von Datensammlung und Stochastik. Aber, wie eine Publikation des Wirtschaftsförderungsinstituts der Bundeshandelskammer zur *Planung im Einzelhandel* anno 1964 einräumt: „Bei den Zukunftserwartungen steht man nicht auf sicherem Boden.“⁴⁵⁰ Jeder Plan ragt über das Vorhandene und Abgesicherte hinaus, kann also schiefgehen. Entsprechend ist das ‚fordistische Akkumulationsregime‘ selbst eine Begriffsfindung, die erst angesichts einer wahrgenommenen Krise des Fordismus entwickelt wurde.⁴⁵¹

Der Begriff des Entwurfs betont diesen in die Zukunft projizierten und Unvorhersehbarkeiten ausgesetzten Charakter des Plans. Aber er verankert ihn zugleich in medialen Praktiken, ob mit Bleistift auf Millimeterpapier oder mit Kamera, Schneidetisch und Projektor.

⁴⁴⁸ Vgl. ebd., S. 30-32, S. 138f.

⁴⁴⁹ Zum Fokus auf *suture* und Apparatus in der Filmtheorie der 1970er Jahre, vgl. exemplarisch die Anthologie *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, hrsg. v. Philip Rosen, New York: Columbia University Press 1986. Zur Besetzung des frühen Kinos als Gegenkino, vgl. Heide Schlüpmann: „Frühes Kino als Gegenkino – was ist aus seiner (Wieder-)Entdeckung heute geworden?“, in: *Screenwise. Film, Fernsehen, Feminismus*, hrsg. v. Monika Bernold/Andrea B. Braidt/Claudia Preschl, Marburg: Schüren 2004, S. 107-114.

⁴⁵⁰ *Planung im Einzelhandel*, hrsg. v. Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft, Wien: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft 1964, S. 4 (= *Schriftenreihe Rationalisieren*, Folge 27).

⁴⁵¹ Vgl. Robert Boyer: *The Regulation School: A Critical Introduction*, New York: Columbia University Press 1990, S. 1-24.

Der Entwurf als „kulturelle Basistechnik für Zukunftsgestaltungen“⁴⁵² stellt Ungreifbares, so noch nicht Vorhandenes dar (also eher: her), dies aber vermittelt historisch spezifischer handwerklicher Praktiken, Werkstattkulturen und Speichermedien.⁴⁵³ In seiner Skizze zur Idee der Planung im 20. Jahrhundert betont auch Dirk van Laak die Bedeutung, die der „Anschaulichkeit“ von Entwürfen – seien es Blaupausen und Diagramme oder „erzählte, bebilderte, gefilmte oder gebaute Szenarien einer geplanten Zukunft“ – in Durchsetzungskämpfen um Pläne zugekommen ist.⁴⁵⁴

Im Sinne einer Auffassung des filmischen Bewegtbildes als Entwurf, der über Vergangenheitsspeicherung und Präsenzeffekte hinaus in mögliche Fassungen von Zukunft vorgreift, verweist Vinzenz Hediger wieder auf den Wissenschaftsfilm. Er bringt dafür den Begriff der Simulation in Anschlag, nicht im Sinne Jean Baudrillards, sondern mit Wissenschaftsforscher Paul Humphreys, der „Simulationen nicht einfach nur auf Modellierungen vorhandener Gegenstände zurückführt, sondern als Wissensgegenstände eigenen Rechts behandelt.“⁴⁵⁵ Hedigers Konsequenz:

Filme – und zwar Wissenschaftsfilme ebenso wie Blockbuster – sind Zeitobjekte, die mögliche lebensweltliche Szenarien mit der Evidenz des Tatsächlichen durchspielen, wobei sich Differenzen vor allem hinsichtlich des projektiven Werts der Schlüsse ergeben, die man aus der Sichtung der Filme zieht.⁴⁵⁶

Ein solches Durchspielen möglicher lebensweltlicher Szenarien macht sich der Radio-Werbefilm CENT FRANCS zur expliziten Handlungsfolie. Die Stärke des Films als projektierendes, entwerfendes Medium macht CENT FRANCS nicht in den bewusst banal gehaltenen erzählerischen Verkettungen geltend, sondern eben im Lebensweltlichen, dessen Tücken in wenigen Einstellungen, Dekorationen und Gesten sinnliche Dichte gewinnen. Wiederholt sieht der Familienvater-Konsument bei der Wahl falscher Konsum-Optionen aus wie ein begossener Pudel, ob er sich nun verkatert Wasser auf das lichte Haupthaar schüttet, im Platzregen landet oder nach dem Bootsunfall durchnässt aus dem See auftaucht.

Eine andere Möglichkeit, Film als Entwurf zu denken, die weniger auf die „Illusion der Realpräsenz des Dargestellten“ abhebt als Hedigers Simulation, projiziert Siegfried

⁴⁵² Daniel Gethmann/Susanne Hauser: „Einleitung“, in: *Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science*, hrsg. v. Daniel Gethmann/Susanne Hauser, Bielefeld: Transcript 2009, S. 11.

⁴⁵³ Zur Medialität des Entwerfens, vgl. Lorenz Engell/Bernhard Siegert: „Editorial“, in: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*, Jg. 3 (1/2012), S. 5-7.

⁴⁵⁴ Van Laak: „Planung“, S. 324.

⁴⁵⁵ Vinzenz Hediger: „Vom Überhandnehmen der Fiktion“, S. 20.

⁴⁵⁶ Ebd., S. 22.

Kracauer.⁴⁵⁷ Am Ende seines Aufsatzes „Die Photographie“ erklärt er die massenhafte Verbreitung von Fotografien zum „*Vabanque-Spiel* der Geschichte“.⁴⁵⁸ Einsatz in diesem Glücksspiel um alles oder nichts ist die bestehende Ordnung der Dinge, die sich in der beliebigen Aneinanderreihung von Fotografien verschiedenster Weltpartikel in der Weimarer Illustriertenkultur als willkürliche, veränderbare und veränderungswürdige zu erkennen gibt. „Dem Bewußtsein läge also ob, die *Vorläufigkeit* aller gegebenen Konfigurationen nachzuweisen, wenn nicht gar die Ahnung der richtigen Ordnung des Naturbestands zu erwecken.“ Fragmente der Welt in ihrer offenkundigen Unordnung anders miteinander zu verknüpfen wäre „eine der Möglichkeiten des Films“.⁴⁵⁹

Die Filme, die im Folgenden untersucht werden, sind anderen Programmen verpflichtet als dem marxistischen Messianismus Kracauers von 1927. Aber auch sie entwerfen andere Ordnungen der Dinge – die manchmal, ganz vulgärmaterialistisch, neue Anordnungen der Waren im Lebensmittelgeschäft sind. Sie tun das, indem sie nicht nur zeigen, sondern montieren: Verbindungen und Trennungen herstellen. In CENT FRANCS geschieht das etwa nachdrücklich, wenn der Film – im Sinne des Auftraggebers – den Raum der Familie und ihrer geteilten Freizeit aus der freien Natur mit ihren Fähnrisen in das sichere Innere des Wohnzimmers holt. Das Außen des Picknickens, Ruderns oder Autofahrens unter freiem Himmel wird ersetzt durch das Außen der Radioöffentlichkeit, an der die Familie von daheim aus teilhat. Auch die kleinen Ungezogenheiten des Sohns, die bei den Ausflügen den Vater ärgern, finden hier keine Angriffsfläche, er sitzt gebannt unter der tätschelnden Vaterhand.

Das wiederholte bedächtige Aufrollen des Geldscheins vor den Fantasien in CENT FRANCS findet wiederum seine Entsprechung in der Produktwerbung am Ende. Langsam fährt die Kamera auf ein Radiomodell nach dem anderen zu. Hier wie dort suggeriert die allmähliche Annäherung an das Objekt, sein (einmal Tausch-, einmal Gebrauchs-)Wert würde erst so, in seiner verlangsamten Kontemplation, ganz zur Geltung kommen: Wert-Schätzung braucht Nachdenkpausen.

Wenn die hier untersuchten Industrie- und Werbefilme an Planungszusammenhängen teilhaben und dabei Möglichkeiten durchspielen, tun sie das in einem Spannungsfeld zwischen abgesicherten Regel- und Gesetzmäßigkeiten und der Ausgesetztheit des Entwurfs. Selbst

⁴⁵⁷ Ebd., S. 21.

⁴⁵⁸ Siegfried Kracauer: „Die Photographie“, in: Ders.: *Das Ornament der Masse. Essays*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 37 [Orig. 1927].

⁴⁵⁹ Ebd., S. 39.

wenn Vorschriften möglichst nackt und eindeutig präsentiert werden sollen, kann dies nur durch den Einzelfall der jeweils gewählten Einstellungen geschehen, die dem unstrittigen Wissen zwangsläufig etwas hinzufügen, es färben. Und wo Neues angekündigt wird, geschieht dies entlang den eingefahrenen Bahnen von Konventionen und Routinen. Exemplarisch werden im Folgenden zwei sehr unterschiedliche Formen des Modellierens von Zukunft in Unternehmenszusammenhängen untersucht, in denen Filme in Österreich eingesetzt wurden: Unfallverhütung am Arbeitsplatz und die Durchsetzung von Selbstbedienung im Lebensmittelhandel. Der Zeitraum der Untersuchung ist derselbe, nämlich die 1950er und 1960er Jahre, als die planende Vernunft in den Dienst eines allmählich durchgesetzten „Austrofordismus“ gestellt wird.⁴⁶⁰

Wie der Historiker François Ewald argumentiert hat, bringen erst Statistik und Versicherung im 19. Jahrhundert den Unfall als soziales Problem hervor. Er ist nicht mehr die Ausnahme, die auf individuelles Verschulden oder höhere Gewalt zurückgeführt werden kann, sondern ein Regelfall, der verlässlich Jahr für Jahr in vergleichbaren Zahlen auftritt.⁴⁶¹ Die Unfallverhütungswerbung in Plakaten, Vorträgen, Filmen generiert sich aus diesem Wissen und appelliert trotzdem an ein Verständnis individueller Handlungsfreiheit, dem die moralischen Begrifflichkeiten von Verantwortung und Schuld naheliegen. Das Formenarsenal präventiver Belehrung reicht dabei vom trockenen Vorführen von Sicherheitsregeln zur fantasievollen Polemik gegen den Schlendrian. Im Austausch mit anderen Medien und Genres prägen sich im Unfallverhütungsfilm Verfahren aus, um den Unfall in seiner vertrackten Zeitlichkeit zwischen zu rekonstruierender Vergangenheit und immer schon drohender Zukünftigkeit bildlich, narrativ und argumentativ verfügbar zu machen.⁴⁶² Diese Darstellungs- und Erzählmuster balancieren auf einem schmalen Grat. In begleitenden unfallpsychologischen Debatten werden Film und andere Bildmedien abwechselnd für ihre Eindringlichkeit gelobt oder aber verdächtigt, mögliche Schadensfälle zu einprägsam auszumalen.

Mit weniger Diskretion wird die Anschaulichkeit des Filmbilds in Anspruch genommen, wenn es gilt, die Vorzüge der Selbstbedienung im Lebensmittelhandel zu propagieren. Die folgenreiche Umstellung (von Ladeneinrichtungen, von Handelsstrukturen, von Einkaufsgewohnheiten) auf Selbstbedienung kam in Österreich erst in den frühen 1960er Jahren in

⁴⁶⁰ Zu diesem Begriff für die österreichische Variante eines fordistischen Akkumulationsregimes, vgl. Hwaletz: „Austrofordismus“, S. 100-209.

⁴⁶¹ Vgl. Ewald: *Der Vorsorgestaat*, S. 16-22.

⁴⁶² Zur Zeitlichkeit des Unfalls und den Verfahren seiner narrativen Erfassung, vgl. Eva Horn: „Die Zukunft der Dinge. Imaginationen von Unfall und Sicherheit“, in: *Behemoth*, 4. Jg. (2/2011), S. 27-32.

Fahrt.⁴⁶³ Filme aus dieser Zeit setzen unterschiedliche Akzente, je nachdem, ob Gewerbetreibende adressiert werden oder Konsumentinnen und Konsumenten. In beiden Fällen wird der Entwurf der Selbstbedienung nicht auf einer Tabula rasa eingetragen, sondern vor der Kontrastfolie eines bestehenden Verkaufsmodells, das von der Selbstbedienungs-Werbung mitproduziert wird: „Erst in der Folge der Erfindung und Einführung der Selbstbedienung muss die Verkaufsform, die abgelöst wird, einen Namen oder eine Umschreibung erhalten.“⁴⁶⁴

⁴⁶³ Vgl. Oliver Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte. Das Versprechen von Zeitersparnis, Wahlfreiheit und unerschöpflicher Fülle“, in: *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945*, hrsg. v. Susanne Breuss/Wien Museum, Wien: Czernin 2005, S. 51.

⁴⁶⁴ Sibylle Brändli: *Der Supermarkt im Kopf. Konsumkultur und Wohlstand in der Schweiz nach 1945*, Wien/Köln/Weimar: Böhlau 2000, S. 74.

IV.2. Vorbeugen

Wenn in einem österreichischen Kulturfilm der 1950er Jahre auf einem Fabrikgelände ein Unfall passiert, hat jemand schlecht geträumt. In *GIGANT UND MÄDCHEN*⁴⁶⁵ von Kurt Steinwendner schläft eine Unternehmenstelefonistin während des Nachtdienstes ein und erinnert den Sturz, der ihre Ballett-Karriere beendet hat. Das traumatische Ereignis wiederholt sich in einer Tanzfantasie quer durch die Fabrikanlagen als angedeuteter Fall von der Leiter eines Fabriksilos.⁴⁶⁶

Wendet man die Populär-Psychoanalytik, die *GIGANT UND MÄDCHEN* entfaltet, auf den Film selbst an, dann ist das Verdrängte, das sich hier im österreichischen Kulturfilm Bahn bricht, womöglich nicht so sehr die Vertreibung von der Bühne der Kunst, welche die Protagonistin in ihren anschließenden Brotberuf hinein verfolgt. (Wobei: Der ambitionierte Autorenfilmer Steinwendner, der sich nach dem selbst-initiierten Experimentalfilm *GIGANT UND MÄDCHEN* weitgehend in den Bereich des Auftragsfilms zurückzog, mag auch in dieser Hinsicht etwas für den österreichischen Kulturfilm seiner Zeit Wesentliches eingefangen haben.)⁴⁶⁷ In Anbetracht der großen Rolle, die Industrierwerbung für den österreichischen Kulturfilm der Ersten und Zweiten Republik spielte, ist mindestens so signifikant, wie hier das Motiv ‚Unfall am Arbeitsplatz‘ entschärft wird zur Durchlaufstation einer Träumerei mit hochkulturellem Gütesiegel (Musik: Gottfried von Einem, eingespielt von Musikern des Orchesters der Wiener Staatsoper; Choreografie: Rosalia Chladek).

Unfälle sollen nicht passieren, also passieren sie im Industriefilm so gut wie nie, wenn Sicherheit nicht sein Hauptthema ist. Werden technische Störungen (*NUR DER NEBEL IST GRAU*, 1965, Robert Menegoz)⁴⁶⁸ oder kleine Betriebsunfälle (*PHILIPS RADIO*)⁴⁶⁹ in einigen Imagefilmen mit hohem kulturellem Prestige noch gezeigt, so ist der Unfall mit Personenschaden in der Regel strikt ausgelagert auf den Unfallverhütungsfilm.

⁴⁶⁵ *GIGANT UND MÄDCHEN*, 1955, Hoela-Film (Wien), Regie: Kurt Steinwendner. Quelle: Filmarchiv Austria, SW, Ton, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 01.10.2016), 15'57".

⁴⁶⁶ Vgl. *GIGANT UND MÄDCHEN*, 0:12:15-0:12:33.

⁴⁶⁷ Vgl. Lukas Maurer: *Kurt Steinwendner*, Wien: Filmarchiv Austria 2011, S. 107, 149.

⁴⁶⁸ Vgl. Manfred Rasch: „Nur der Nebel ist grau. Impressionen aus dem neuen Werk der August Thyssen-Hütte“, in: *Ferrum*, 76 (2004), S. 96f.

⁴⁶⁹ Vgl. *PHILIPS RADIO*, 0:05:14,15-0:05:28,22.

Der Unfall, wie ihn die Technologie der Versicherung im 19. Jahrhundert neu denkt, konfrontiert moderne Gesellschaften mit der Tatsache ihrer selbst. Der Unfall repräsentiert, so François Ewald, den neuen Fall eines genuin sozialen Übels, das sich weder moralisch noch metaphysisch fassen lässt: „Das Paradox dieser Art von Übel besteht darin, dass es nicht durch ein Fehlverhalten des einen oder anderen, sondern aus dem Zusammenspiel der Tätigkeiten der einen und anderen entsteht.“⁴⁷⁰ Diesem sozialen Übel begegnete Österreich-Ungarn im selben Zeitrahmen wie das von Ewald untersuchte Frankreich mit Weichenstellungen hin zum Vorsorgestaat. Im Zuge des für die österreichische Reichshälfte der k.k. Monarchie beschlossenen Unfallversicherungsgesetzes von 1887 wurden Arbeiterunfallversicherungsanstalten gegründet, aus denen später die Allgemeine Unfallversicherung (AUVA) hervorging.⁴⁷¹ Die Verhütung von Unfällen war ihrer Versicherung eingegliedert: Um 1900 wurde in der AUVA eine Unfallverhütungskommission gegründet, nach ihrer Wiederherstellung anno 1945 ein Unfallverhütungsdienst eingerichtet.⁴⁷²

Für Sicherheit im Betrieb warb in den Jahrzehnten nach Ende des Zweiten Weltkriegs auch das ÖPZ. Mit der Botschaft, dass eine hohe Unfallhäufigkeit Unternehmen teurer käme als die Durchsetzung von Sicherheitsmaßnahmen, positionierte das ÖPZ seine Produktivitätsagenda als sozialpolitisch verantwortungsbewusst.⁴⁷³ Beim Verleih von Unfallverhütungsfilmen arbeiteten beide Institutionen, AUVA und ÖPZ, zusammen. Innerhalb des Filmdienstes des ÖPZ betrieben sie ab 1958 gemeinsam eine Zentralstelle für den Unfallverhütungsfilm, die vorhandene österreichische und (überwiegend) ausländische Filme zum Thema sammelte, begutachtete, bei Bedarf synchronisierte und verlieh.⁴⁷⁴

Beiträge zu Fragen des betrieblichen Unfallschutzes sammelte auch der Filmdienst des Wirtschaftsförderungsinstituts (kurz: WIFI) der Bundeshandelskammer, ebenfalls mit mehr ausländischen (hier vor allem: deutschen) Fabrikaten im Verleih. Dieser Abschnitt fokussiert

⁴⁷⁰ Ewald: *Der Vorsorgestaat*, S. 20.

⁴⁷¹ Vgl. N.N.: „Chronik“, in: *AUVA Soziale Unfallversicherung*, <https://www.auva.at/portal27/auvaportal/content?contentid=10007.670956&viewmode=content> (Zugriff: 30.09.2016).

⁴⁷² Vgl. N.N.: „Unfallverhütungskommission (1900)“ und N.N.: „Wiederherstellung der österreichischen Sozialversicherung (1945)“, beide in: *AUVA Geschichtsportal*, <http://geschichtsportal.auva.at/themen/> (Zugriff: 30.09.2016).

⁴⁷³ Vgl. M.: „Mensch und Betrieb. Verlustkonto Unfall“, in: *Der Schlüssel*, 3. Jg. (5/1953), S. 3; vgl. N.N.: „Wirtschaftlichkeit und Unfallverhütung“, in: *Der Schlüssel*, 6. Jg. (10/1956), S. 3.

⁴⁷⁴ Vgl. N.N.: „Filmdienst“, in: *Sichere Arbeit*, 11. Jg. (1/1958), S. 15f. Für eine Auswahl der Unfallverhütungsfilme im Sortiment des ÖPZ-Filmdienstes, vgl. N.N.: „Im Filmdienst des Österreichischen Produktivitätszentrums [...]“, in: *Der Schlüssel*, 14. Jg. (19/1964), S. 30-32.

auf drei Filme aus dem Katalog dieses WIFI-Filmdienstes: eine deutsche, eine österreichische und eine Schweizer Produktion.

Diese Filme stehen hier nicht exemplarisch für ihre nationalen Produktionskulturen ein. Stattdessen werden an ihnen zwei verschiedene Ebenen filmischer Unfallverhütungswerbung aufgefächert, denen im Folgenden jeweils ein Unterabschnitt gewidmet ist: erstens die Erläuterung von Sicherheitsregeln, zweitens das Beteuern der Dringlichkeit des Erklärten und der unmittelbaren Betroffenheit jedes Individuums im adressierten Kollektiv. Die Unterscheidung zwischen einem inhaltlichen Kern (erstens) und seiner rhetorischen Untermauerung (zweitens) lässt sich freilich für jede Form werbender Filmmutzung setzen. Aber was den zweiten Aspekt betrifft, sahen sich die Förderer der Unfallverhütungswerbung vor einer Hürde, die sie prinzipiell etwa von der Wirtschaftswerbung unterschied. Ein 1960 erschienener Band des Österreichischen Kuratoriums für Wirtschaftlichkeit (ÖKW) zur betrieblichen Unfallverhütung formuliert diese Differenz bündig:

Die Wirtschaftswerbung wendet sich an das Privatinteresse der Menschen und ihre Zielsetzung ist vor allem, den Menschen zu veranlassen, etwas zu erwerben, was ‚schön‘, ‚gut‘, ‚billig‘ u. dgl. m. ist. Die Appelle sind hier absolut positiv und werden darum sehr leicht bejaht.

In der Unfallverhütungswerbung dagegen wird dem Menschen gesagt, was er alles unterlassen und was er alles tun muß, um etwas zu erhalten, was er ohnedies bereits besitzt, nämlich seine Gesundheit.⁴⁷⁵

Kleiner ist der Abstand zwischen Unfallverhütungsfilmern und etwa Unterweisungsfilmern in effizientere Arbeitsmethoden (*siehe Abschnitt III.2.1.*), die ebenfalls nur bedingt an ein Begehren des Publikums appellieren konnten. Der Appell an die Unversehrtheit von Leib und Leben, der einen Großteil der Unfallverhütungsfilme rhetorisch grundiert, verschärft die Frage der Adressierung dennoch entscheidend. Viele Anregungen zeitgenössischer Unfallpsychologen und Sicherheitstechniker (kaum je: -innen) in einschlägigen Publikationen wie der AUVA-Zeitschrift *Sichere Arbeit* umkreisen einen *double-bind*: Entweder der Appell ans Eigeninteresse (den Erhalt vorhandener Gesundheit) gerät zu schwach, oder es wird eine Drastik bemüht, die in Unlust umschlägt und das Gezeigte erst recht abprallen lässt.⁴⁷⁶ Diese Dynamik

⁴⁷⁵ Österreichisches Kuratorium für Wirtschaftlichkeit, Ausschuss für Organisation für Unfallverhütung unter Leitung von Ing. Franz Maresch: *Organisation der betrieblichen Unfallverhütung*, Wien: Österreichischer Gewerbeverlag 1960, S. 75 (= *ÖKW-Veröffentlichungen*, Nr. 39).

⁴⁷⁶ Vgl. ebd. Vgl. weiters [Hans] Zechner: „Psychologische Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 2. Jg. (1/1949), S. 1-3; sowie die Fortsetzung: [Hans] Zechner: „Psychologische Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 2. Jg. (2/1949), S. 10; Erich Mittenecker: „Entstehung und Verhütung gefährlicher Fehlhandlungen“, in: *Sichere Arbeit*, 3. Jg. (2/1950), S. 1-5; K. Kettner: „Testung von Unfallverhütungspaketen“, in: *Sichere Arbeit*, 5. Jg. (3/1952), S. 5-7.

hat auch Konsequenzen für den ersten Aspekt, die Vermittlung von Sicherheitsregeln und ihre Bildstrategien.

IV.2.1. Regelwerk: UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) (1956); UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN (1959/60)

Wie so oft, wenn sich Filme an eine Fachöffentlichkeit richten, sind die Titel selbsterklärend: UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN)⁴⁷⁷ von 1956, in Auftrag gegeben vom Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten, und UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN⁴⁷⁸, hergestellt 1959/60 vom Deutschen Verband für Schweißtechnik, sind technische Schulungsfilme. Im Katalog des Filmdienstes des WIFI werden sie unter der Rubrik „Gesundheitswesen, Unfallverhütung, 1. Hilfe“ geführt.⁴⁷⁹

Typisch für Schulungsfilme, und ähnlich eindeutig wie die Titel, ist in beiden Filmen die *Mise-en-scène*, die auf wenige, zentrierte Bildelemente beschränkt bleibt. Diese Reduktion wird gesteigert bis hin zum zweimaligen Einsatz schematischer Zeichnungen statt Filmaufnahmen in UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN)⁴⁸⁰ und der Limitierung des Hintergrunds auf monochromes Schwarz in UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN.⁴⁸¹ In UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), den der Schweizer Auftragsfilmprofessionist Hans Zickendraht produzierte, zeigt sich inszenatorische Mehrarbeit in Form gelegentlicher Schwenks und Fahrten. Streng funktional verschieben diese in der Regel den Aufmerksamkeitsfokus oder folgen Objektbewegungen. Einmal, für eine Sekunde am Ende einer Einstellung, huscht ein Schwenk ohne ersichtliche

⁴⁷⁷ UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 1956, Dr. Hans Zickendraht (Zürich) für den Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten (Zürich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, SW, Ton, mp4 von 16mm, 19'41'' (25fps).

⁴⁷⁸ UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN, 1959/60, Deutscher Verband für Schweißtechnik für die Farbenfabriken Bayer A.G. (Leverkusen). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 14'06'' (25fps).

⁴⁷⁹ N.N.: „Gesundheitswesen, Unfallverhütung, 1. Hilfe“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 42. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

⁴⁸⁰ Vgl. UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 0:09:00,21-9:11,06, 0:13:50,05-0:13:57,19.

⁴⁸¹ Vgl. UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN, 0:01:41,03-0:02:16,01.

Zeige-Motivation von der Arbeit an der Kehlmaschine nach rechts weg: ein kleiner Bewegungsluxus, den der Film sich und seinem Publikum im Regelwerk der Filmsyntax leistet.⁴⁸²

Die Unfallprävention verquicken beide Filme mit dem Anspruch auf hohe Verarbeitungsqualität. Die korrekte Bedienung von Fräse oder Gas-Schweißgerät, die von den Filmen vermittelt werden soll, schließt beides ein. Zwischen den Registern sicheren Arbeitens und hochwertigen Handwerks wechseln die Vorgaben und Warnungen der männlichen Kommentarstimme fließend hin und her. Die vielen hölzernen Abdeckvorrichtungen, die in UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) den Säge- und Schneideelementen nur kleine Fenster freilassen, stehen schützend zwischen Hand und Maschine, werden vom Kommentar aber vor allem für ihre Vorzüge bei der Feinarbeit gelobt. Ein gelungenes Werkstück lässt sich der Kamera leichter als Ergebnis präsentieren als das Ausbleiben von Stör- und Unfällen.

Überhaupt bestimmt der Unfall in diesen Filmen vor allem als Negativum die Inszenierung: etwa in der geradezu bedächtigen Taktung, mit der hier – im Unterschied zum produktivitätsversessenen Bewegungsstudienfilm der Gilbreth-Tradition, der mit Tempo und Rhythmus vorgeführter Arbeitsschritte protzt – korrekte Handgriffe vorgeführt werden. Wenn es darum geht, Sicherheitsmaßnahmen anschaulich zu machen, spielt Zeit demonstrativ keine Rolle.

Gezeigt wird überwiegend, was und wie es funktioniert. Suboptimale Arbeitsweisen und erwartbare kleine Störungen (etwa die Zündung des Gasgemisches in einem Schweißbrenner) werden gelegentlich vorgeführt und/oder im Kommentar erwähnt.⁴⁸³ Die Möglichkeit von Unfällen wird seltener und an herausgehobenen Stellen explizit behandelt. UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) beginnt mit einem Appell der Kommentarstimme gegen den fahrlässigen „falsche[n] Heldenmut“ des Arbeitens ohne Schutzvorrichtungen. Ein Unfallszenario wird etwa in der Mitte des Films entworfen. Im Gegensatz zum Vorzeigen korrekten Arbeitens ist dies notwendig eine fiktionale Szene, und die gewählten Mittel betonen das Hypothetische des Gezeigten: Die Demonstration einer falschen Arbeitsposition wird in eine schematische Animationszeichnung überführt, in der Finger abgeschnitten werden. Bei der verstümmelten Hand, die gleich darauf wieder im Realfilm zu

⁴⁸² Vgl. UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 0:06:38,07-0:6:40,00.

⁴⁸³ Vgl. ebd., 0:02:18,16-0:02:40,01, 0:05:19,07-0:05:35,12; UMGANG MIT GAS-, SCHWEIß- UND SCHNEIDEGERÄTEN, 0:05:36,24-0:05:57,03, 06:41,18-0:07:04,21, 0:10:03,00-0:10:21,17.

sehen ist, handelt es sich, ganz offensichtlich, um ein Modell aus Gips oder Kunststoff (**Abb. 67-69**).⁴⁸⁴

Für den abschließenden Aufruf zur Vorsicht kommt dieses noch einmal zu Ehren. Text und Tonfall der Kommentirstimme bleiben bis zum letzten Satz – „Es wird sicher nicht mehr zu solchen Unfällen kommen, wenn Sie so arbeiten, wie Sie es eben in diesem Film gesehen haben.“ – um Freundlichkeit bemüht. Die letzten beiden Einstellungen, die so eingeleitet werden, sind grimmiger: Erst fährt die Kamera auf die lädierte Hand zu, dann erscheint nach einer Schwarzblende die rotierende Messerwelle der Kehlmaschine.⁴⁸⁵

Bilder abwendbarer Zukunft

Die Kluft, die sich hier zwischen zuversichtlichem Kommentar und mahnenden Bildern öffnet, verweist auf Schwierigkeiten der Nuancierung, die in zeitgenössischen Diskussionen gerade der visuellen Unfallverhütungswerbung konstatiert wurden. In der Zeitschrift *Sichere Arbeit*, die der Unfallverhütungsdienst der AUVA seit 1948 vierteljährlich herausgab, wird die „Darstellung krasser und blutiger Unfälle“ bei der visuellen Unfallverhütungswerbung einhellig abgelehnt.⁴⁸⁶ Das gilt für Filme wie für Plakate, und es betrifft nicht so sehr die Wahl der dargestellten Vorfälle als die Form ihrer Präsentation.

In einer Studie zur psychologischen „Testung von Unfallverhütungsplakaten“ an Arbeiterinnen und Arbeitern, von der dort 1952 berichtet wird, schneidet am schlechtesten ein drastisches Motiv ab, das den letzten Bildern von UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) ähnelt: eine Hand mit abgeschnittenen Fingern vor einem Kreissägeblatt (**Abb. 70**). Das Plakat sei durch „seine krass realistische Darstellung“ ungeeignet für die Unfallverhütungswerbung.⁴⁸⁷ Der Autor des Textes, Diplom-Psychologe K. Kettner, gibt aber abschließend einen Vorschlag zur Verbesserung, statt das Motiv schlicht zu verwerfen: „Ein durchscheinender Papierstreifen wird über die blutige Hand angebracht, so dass man die Verletzung zwar noch erkennen kann, die Hand jedoch praktisch in den Hintergrund tritt. Auf dem Streifen stehe: ‚Bestehe auf der Schutzvorrichtung!‘“⁴⁸⁸

Dieser Vorschlag bekräftigt, dass effektive Unfallverhütungswerbung im zeitgenössischen Verständnis abhängt von einer Kunst der Dosierung und der Verknüpfung: Der Unfall, der

⁴⁸⁴ Vgl. UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 0:08:57,14-0:09:19,02.

⁴⁸⁵ Vgl. ebd., 0:19:21,08-0:19:37,14.

⁴⁸⁶ Vgl. N.N.: „Unfallverhütungsfilm ‚Der Große und der Kleine‘“, in: *Sichere Arbeit*, 10. Jg. (4/1957), S. 18.

⁴⁸⁷ Kettner: „Testung von Unfallverhütungsplakaten“, S. 6.

⁴⁸⁸ Kettner: „Testung von Unfallverhütungsplakaten“, S. 6f.



Abb. 67-69



Abb. 70

droht, muss so ausgemalt werden, dass er die Handlungsanweisung nicht überdeckt. Wie der halbdurchlässige Papierstreifen im Plakat legt sich der verbindliche Kommentar am Ende von UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) über die verunfallte Hand und das verursachende Gerät.

In einem Aufsatz über „Psychologische Unfallverhütung“ (1949 ebenfalls in *Sichere Arbeit* erschienen) betont Hans Zechner, Professor für Bergbaukunde an der Montanistischen Hochschule Leoben, visuelle Sicherheitswerbung müsste Unfälle als mögliche, aber abwendbare Zukunft zeigen: „Die Bilder sollen dem Arbeiter anschauliche Beispiele über die Entstehung von Unglücksfällen vorführen und gleichzeitig die Maßnahmen zu ihrer Verhütung zeigen. Es muss ein Moment des Unfallgeschehens herausgegriffen werden, der beides ermöglicht.“⁴⁸⁹ Viele Unfallverhütungsfilm beherzigen diesen Rat, indem sie die Spannung zwischen dem Unfall und seiner Vermeidung in Form von Gefahrensituationen erzählen, die glimpflich enden: Feuer werden rechtzeitig im Entstehen gelöscht, riskante Überholmanöver gehen gerade noch gut aus.⁴⁹⁰

Dass wiederum UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) für seine einzige Darstellung eines Unfalls vom Realfilm in schematische Animation wechselt, mag sich Kostengründen verdanken, unterstreicht aber den Entwurfscharakter einer nicht unumgänglichen Zukunft, bevor die korrekte Handhabung der Kehlmaschine wieder als fotografische Aufnahme gezeigt wird. UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDGERÄTEN, eine sparsame Produktion, sucht für Möglichkeitsoffenheit gar keine eigenen Bilder, sondern zeigt abschließend einschlägige Unfallverhütungsplakate.

Als kontraproduktiv wurden drastische Unfalldarstellungen nicht nur deshalb eingeschätzt, weil sie „negative Gefühle und Fluchtendenzen“ erwecken würden, die gegen die unterbreiteten Botschaften unempfindlich machen würden. Darüber hinaus könnten sie, hieß es gelegentlich, die Unfallwahrscheinlichkeit sogar erhöhen, indem sie „Angstvorstellungen“ auslösen würden.⁴⁹¹ In diesem Sinne breitet der österreichische Psychologe Erich Mittenecker

⁴⁸⁹ Zechner: „Psychologische Unfallverhütung“ (1/1949), S. 3.

⁴⁹⁰ Aus dem Topos angetäuschter, dann doch vereitelter Unfälle baut der US-Unfallverhütungsfilm *SAFE AS YOU THINK* (1950) eine Suspense-Dramaturgie: Ein Engel (Hollywood-Charakterdarsteller Ernest Truex) hält Sekunden vor dem Eintreffen eines potenziell tödlichen Unfalls die Zeit an. Der Betroffene und der Engel erkunden als unsichtbare Beobachter eine Reihe anderer im Entstehen begriffener Unfallsituationen, die der Mensch durch das Einflüstern von Sicherheitshinweisen vereitelt. Vgl. *SAFE AS YOU THINK*, 1950, Jam Handy Organization (Detroit) for General Motors (Detroit), Regie: Haford Kerbawy. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, mp4 auf https://archive.org/details/0403_Safe_As_You_Think_02_29_00_00 (Zugriff: 02.10.2016), 26'45".

⁴⁹¹ Kettner: „Testung von Unfallverhütungsplakaten“, S. 6.

1950 in *Sichere Arbeit* seine Theorie unwillkürlichen Handelns aus. Mittenecker führt viele Unfälle im Betrieb auf ideomotorische Handlungen zurück, also Handlungen, die „bloß durch die Wahrnehmung oder Vorstellung einer Bewegung ausgelöst“ werden.⁴⁹² Durch die lebhaftere Vorstellung eines Unfalls könnten Unfälle ausgelöst werden, was Unfallserien in Betrieben erkläre. Und da „ein ideometrischer Impuls umso stärker ist, je lebhafter die ihn auslösende Vorstellung ist“, müsse sich die Unfallverhütungswerbung weg von der Abschreckung durch Unfalldarstellungen hin „zur sogenannten positiven Werbung“ entwickeln.⁴⁹³

Exkurs: Zur Poetik des Unfalls im Unfallverhütungsfilm 1943-1961

Die Anschaulichkeit von Bildmedien wird in der zeitgenössischen Diskussion der Unfallverhütungswerbung also gleichzeitig als Vorzug und als Manko diskutiert. Für Inszenierungsentscheidungen in Unfallverhütungsfilmen mögen solche Erwägungen oft weniger bestimmend gewesen sein als andere Faktoren: Produktionsbudget, Sicherheit beim Dreh, Zensurregelungen und zeitgenössische Inszenierungskonventionen von körperlicher Verletzung und Tod. Dennoch haben all diese Elemente zu einer wiedererkennbaren Ikonografie des Unfalls zumindest im Unfallverhütungsfilm der 1940er bis 1960er Jahre beigetragen, die dem unfallpsychologisch informierten Diktat einer eingehegten, nicht-obszönen Anschaulichkeit entspricht.

Für diese Ikonografie lassen sich in einer Filmauswahl, die zusätzlich zu den beiden hier analysierten Filmen acht internationale Unfallverhütungsfilme von circa 1943 bis 1961 hinzuzieht, folgende Kennzeichen feststellen:⁴⁹⁴ Vielfach werden Verfahren der Verdichtung

⁴⁹² Mittenecker: „Entstehung und Verhütung gefährlicher Fehlhandlungen“, S. 1.

⁴⁹³ Ebd., S. 4.

⁴⁹⁴ Die Filme sind (in alphabetischer Reihenfolge): DANGER – WOMEN AT WORK!, circa 1943, Vision Educational (New York City), Regie: J.A. Yovin. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, m4v auf https://archive.org/details/danger-women_at_work (Zugriff: 01.10.2016), 9'31". THE DAYS OF OUR YEARS, 1955, Dudley Pictures Corporation (New York/Beverly Hills) für Union Pacific Railroad (USA), Regie: Allen Miner. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), Farbe, Ton, mp4 auf <https://archive.org/details/DaysofOu1955> (Zugriff: 01.10.2016), 20'02". A GAME OF CHANCE, 1961, British Films (Großbritannien) für das Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (London). Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Four. Stop! Look! Listen!*, London: British Film Institute 2010, Disc 2, Farbe, Ton, 9'26". DAS GESETZ DER STRASSE, 1946, Gloriafilm A.G. (Zürich) für die Polizeidirektion des Kantons Zürich, Regie: Max Hafler. Quelle: DVD *Zeitreisen in die Vergangenheit der Schweiz – Auftragsfilme 1939-1959, Folge 1*, Zürich: Praesens 2007, SW, Ton, 18'25". THE JOKER, 1952, Mode-Art Pictures (USA) für American Bridge Division of United States Steel (USA). Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), Farbe, Ton, m4v auf https://archive.org/details/0424_Joker_The_01_47_20_00 (Zugriff: 01.10.2016), 30'55". MR. JONES TAKES THE AIR, 1946, Crown Film Unit (London) für die Royal Society for the Prevention of Accidents. Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Six. Worth the Risk*, London: British Film Institute 2011, Disc 1, SW, Ton, 9'39". SIX MURDEROUS BELIEFS, 1955, Emerson Film Corporation (USA) für National Safety Council (USA). Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, m4v auf http://archive.org/details/0419_Six_Murderous_Beliefs_07_44_28_00 (Zugriff: 01.10.2016), 11'37". WORTH THE RISK?, 1948, Crown Film Unit (London) für das Ministry of Transport (London).

und Verschiebung aufgegriffen, wie sie auch im Spielfilm zeitgleich zur Andeutung von Gewalteinwirkung üblich sind. Eine Pfeife rutscht aus einer zu Boden fallenden Hand, Milch tritt aus einer eingequetschten Proviantbüchse, wenn eine Stahlplatte auf einen Arbeiter fällt.⁴⁹⁵ Statt einer Hand verfängt sich ein leerer Handschuh, statt Frauenhaar eine Perücke in einem Drehbohrer und rotiert mit.⁴⁹⁶ Kollisionsmomente bleiben häufig ausgeblendet, spiegeln sich nur in entsetzten Augenzeugengesichtern⁴⁹⁷ oder lassen Bilder bis an den Rand der Unleserlichkeit verwickeln oder unscharf werden.⁴⁹⁸

Formal weniger ehrgeizig, aber ebenso typisch ist, nach geschehenem Unfall, der Anblick von Menschenkörpern, die neben oder unter Objekten liegen – reglos, aber ohne sichtbare Verwundungen, Verrenkungen oder ausgetretenes Blut.⁴⁹⁹ Die Tableaus mit liegenden Körpern entsprechen dem Gebot sparsamer Filmproduktion ebenso wie den unfallpädagogisch ratsamen Grenzen der Darstellung. Sie fungieren – wie die verstümmelte Hand in UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) – als Modelle, in denen sich Plastizität und eine deutlich gehaltene Künstlichkeit die Waage halten.

IV.2.2. Überzeugungsarbeit: TÖDLICHES ALIBI (1965)

Wenn sich der Unfall, wie François Ewald schreibt, „genau dadurch definiert, dass er an der Schnittstelle von statistischer Regelmäßigkeit und individueller Freiheit liegt“, dann ist es die Aufgabe der Unfallverhütungswerbung, aus einem Wissen um diese Regelmäßigkeit an jene Freiheit des Handelns zu appellieren.⁵⁰⁰ Handlungsanweisungen und Verbote reichen dazu aber nicht aus, werden die Expertenmänner in *Sichere Arbeit* nicht müde zu betonen. Um „den arbeitenden Menschen planmäßig zu gestalten“, so Hans Zechner, müsse ihm vor allem eine „positive Einstellung zur Unfallverhütung“ anezogen werden.⁵⁰¹ Für den Unfallpsychologen

Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Six. Worth the Risk*, London: British Film Institute 2011, Disc 1, SW, Ton, 9'04''.

⁴⁹⁵ Vgl. *THE JOKER*, 0:08:35,17-0:08:59,08.

⁴⁹⁶ Vgl. ebd., 0:24:02,14-0:24:23,17; *DANGER – WOMEN AT WORK!*, 0:02:26,15-0:03:04,24.

⁴⁹⁷ Vgl. *SIX MURDEROUS BELIEFS*, 0:04:32,14-0:04:36,21; *A GAME OF CHANCE*, 0:06:37,01-0:06:39,24.

⁴⁹⁸ Vgl. *SIX MURDEROUS BELIEFS*, 0:10:25,09-0:10:31,12; *THE DAYS OF OUR YEARS*, 0:09:05,01-0:09:07,02, 0:13:27,03-0:13:29,15, 0:18:08,14-0:18:15,09; *WORTH THE RISK?*, 0:06:45,21-0:06:47,02; *MR. JONES TAKES THE AIR*, 0:08:38,00-0:08:43,13.

⁴⁹⁹ Vgl. *THE DAYS OF OUR YEARS*, 13:30-13:35; *A GAME OF CHANCE*, 0:04:47,01-0:04:50,24; 0:06:39,01-0:06:44,24; *DAS GESETZ DER STRASSE*, 0:03:20,21-0:03:24,10, 0:04:23,06-0:04:34,11.

⁵⁰⁰ Ewald: *Der Vorsorgestaat*, S. 202.

⁵⁰¹ Zechner: „Psychologische Unfallverhütung“ (1/1949), S. 1-2.

Hartmann ist dazu zweierlei notwendig. Erstens müsse der Mensch soweit gebracht werden, dass er nicht nur „rein verständlich sich selbst als das Opfer eines Arbeitsunfalles sehen kann“, sondern diese Möglichkeit auch „gefühlsmäßig“ erfasst. Zweitens könne eine Unfallverhütung am Arbeitsplatz nur erfolgreich sein, wenn sie auf einer breiteren, alle Lebensbereiche durchdringenden „Grundhaltung“ der Unfallprävention als „Gemeinschaftsaufgabe“ aufbaue.⁵⁰²

Sowohl die affektive Besetzung von Unfallverhütung als auch ihre Entgrenzung zur allgegenwärtigen Herausforderung macht sich der Film TÖDLICHES ALIBI⁵⁰³ zur Aufgabe, der 1965 für den Unfallverhütungsdienst der AUVA produziert wurde. Regelwerke, wie sie mit Schulungsfilmen und Unfallverhütungsplakaten verbreitet werden, setzt er als bekannt voraus. Laut TÖDLICHES ALIBI wirken diese aber nicht nur schützend, sondern würden oft nur halbherzig vorgeschützt, als Feigenblätter für den vertrauten Schlendrian. In solchen Fällen hätten sie – daher der reißerische Filmtitel – bloßen Alibi-Charakter, würden Gefahren unter Umständen sogar verschärfen.

Die begrenzte Wirksamkeit von Unfallverhütungswerbung, die TÖDLICHES ALIBI postuliert, verweist auf ein Problem in der Vermittlung zwischen Masse und Einzelfall, die den Unfall als soziales Übel und seine Prävention als Gemeinschaftsaufgabe ausmacht. Das Unfallwissen, das aus der Masse der Einzelfälle gewonnen wurde, wird über massenmediale Kanäle an diese zurückgespielt. Dabei stellt sich die Schwierigkeit ein, alle in dieser Werktätigen- und Publikumsmasse Versammelten wieder als je potenziell betroffene Einzelne zu adressieren: sei es, weil sie sich in der großen Zahl vor der geringen Wahrscheinlichkeit des Unfalls geschützt fühlen; sei es, weil sie sich nicht als Teil dieser Masse sehen wollen.

Mit seinen Zweifeln an der Wirksamkeit von Unfallverhütungswerbung ist TÖDLICHES ALIBI nicht allein: Ein britischer Verkehrssicherheitsfilm namens WORTH THE RISK? von 1948 malt sie in einem bemerkenswert selbstreflexiven Manöver aus. Kurz vor Ende gibt sich der bislang gelaufenen Film als Film-im-Film zu erkennen, der in einem Kinosaal läuft. Ein Mann tritt aus dem Kino auf die Straße, denkt über das Gesehene nach, schüttelt es aber schnell ab: „Accidents only happen to *other people*. [...] You know that *you* will always get home safe and sound.“ Prompt wird er beim Überqueren der Straße überfahren.⁵⁰⁴

⁵⁰² Dr. Th. Hartmann: „Methoden psychologischer Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 8. Jg. (2/1955), S. 6-7.

⁵⁰³ TÖDLICHES ALIBI, 1965, Minke-Film (Wien) für den Unfallverhütungsdienst der AUVA (Wien). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 21'22'' (25 fps).

⁵⁰⁴ Vgl. WORTH THE RISK?, 0:07:58,13-0:08:56,09.

Der Unfall als Schuldfall (Krimi) und Fehlverhalten (Satire)

Die Erzählmanöver, mit denen TÖDLICHES ALIBI aufwartet, sind ähnlich elaboriert. Statt auf seine dispositive Rahmung und Rezeption, wie sie WORTH THE RISK? ins Spiel bringt, bezieht sich dieser Film aber auf populäre Genres, um Unfallpsychologie erzählbar zu machen. Zuletzt hat die Germanistin Eva Horn Horrorfilm und Slapstickkomödie als die beiden Filmgenres hervorgehoben, in denen die Tücke des Objekts, sein unheimlicher, unfallerzeugender Eigenwillen, ihren ästhetischen Ort hat.⁵⁰⁵ An beiden Genres partizipiert auch TÖDLICHES ALIBI für Momente, wenn etwa eine Latte beim Transport durch die Werkstatt nur knapp einen Arbeiterücken verfehlt (Slapstick) oder ein schauriger Schrei aus dem Off einen versehentlich ausgelösten Stromschlag signalisiert (Horror).⁵⁰⁶

Das Interesse des Films gilt allerdings gar nicht so sehr der Tücke des Objekts, vor der regelversessene Schulungsfilm wie UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN) und UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDEGERÄTEN warnen, sondern vielmehr den Verkennungen des Subjekts. In den Unfallszenarien, die TÖDLICHES ALIBI über 23 Minuten hinweg ausbreitet, wird das soziale Übel des Unfalls auf ein moralisches, namentlich auf Gedankenlosigkeit und Bequemlichkeit zurückgeführt. Vorschriften würden nachlässig ausgelegt oder (auch mit beträchtlichem Aufwand) falsch erfüllt, Verantwortlichkeiten in der Hierarchie nach unten abgewälzt, Gefahren nicht bekämpft, sondern verdeckt. Diesem verschobenen Fokus entspricht eine andere erzählerische Modellierung des Unfalls: als Krimi statt als Horrorfilm, und als Satire statt als Slapstickkomödie.

Der Bezug zum Kriminalfilm ist schon durch den Titel gesetzt und wird gleich im Prolog forciert, der anhand zweier Polizeiermittlungen zu Straftaten den Unterschied zwischen echten und erkaufte Alibis erläutert. Wenn der Film sich anschließend Unfallszenarien zwischen Verkehrs-, Betriebs- und Haushaltssicherheit zuwendet, wird der Off-Kommentar nicht müde zu betonen, dass den Unfallverursachenden keine kriminellen Absichten unterstellt würden. Ungeachtet dessen zielt die Metapher des Alibis freilich genau darauf ab, Schuld zu benennen. Die Versicherungslogik der Unfallwahrscheinlichkeit wird zugunsten einer Suche nach moralischer (fallweise auch: explizit benannter rechtlicher) Verantwortlichkeit beiseitegelassen. Wer fahrlässig handelt und etwa ein tiefes Baustellenloch mit einer wenig belastbaren

⁵⁰⁵ Vgl. Horn: „Die Zukunft der Dinge“, S. 39

⁵⁰⁶ Vgl. TÖDLICHES ALIBI, 0:17:09,11-0:17:21,06, 0:11:22,00-0:11:32,14.

Dämmplatte überdeckt, setzt die Umwelt keinem kalkulier- und zumutbaren Risiko aus, sondern verschärft eine bestehende Gefahr noch weiter.

Mit seiner zentralen Setzung des Alibis gehört TÖDLICHES ALIBI zu einer Reihe von Unfallfilmen, die diese Schuld zwar mit kriminalfilmischen Wort- und Bildfindungen anzeigen, dabei aber zugleich von den einzelnen Betroffenen auf übergeordnete Abstrakta verschieben: Da wird die Faulheit oder Geistesabwesenheit von Fabrikarbeitern in der Gestalt eines einflüsternden Übeltäters personifiziert (THE JOKER), werden schädliche Überzeugungen zu Mördern erklärt (SIX MURDEROUS BELIEFS) oder eben die fadenscheinigen Alibis zur eigentlichen tödlichen Bedrohung.

In der Inszenierung der einzelnen Unfallgefahr-Szenen ist der Krimi-Bezug allerdings weniger stilprägend als die sketchartige Zuspitzung, in der Verhaltensmuster überdeutlich wiedererkennbar werden sollen: Eine einzige Einstellung zeigt, wie auf einer Baustelle ein unfallgefährdender Arbeitsauftrag vom Polier bis herunter zum Hilfsarbeiter weitergereicht wird. Die Hierarchiekette und ihr Missbrauch bleiben dabei so ununterbrochen wie die folgerichtig eingesetzte Plansequenz.⁵⁰⁷ Eine andere szenische Vignette denunziert die formelhaften Erklärungen eines Vorgesetzten über Betriebssicherheit durch die chaotischen Zustände in seiner Werkstätte als leeren Formalakt.⁵⁰⁸

Demonstrative Aufschriften und Gesten verstärken noch den (entschieden präbrentischen) Lehrstückcharakter der Satire: Ein Arbeiter, der Giftflaschen unzureichend markiert, wäscht sich danach die Hände aus einer Wasserflasche, die mit „Unschuld extraweiß“ beschriftet ist.⁵⁰⁹ Auf der Baustelle finden die Arbeiter, an denen eine Aufgabe hängen bleibt, ein Schild mit der Aufschrift „Einer muss der Novak sein“ (umgangssprachlich für „Einer muss der Letzte sein“). Ein Schwenk verbindet das Schild mit den Vorgesetzten, die daneben sitzen und sich symbolisch die Hände abputzen.⁵¹⁰

Flexibilisierungen des Risikos

Das Kenntlichmachen von Verhaltensweisen und Motivationen, die effektivem Unfallschutz entgegenstehen, ist auch das Hauptanliegen eines Textes in *Sichere Arbeit*, auf dessen Thesen

⁵⁰⁷ Vgl. ebd., 0:13:57,15-0:15:33,17.

⁵⁰⁸ Vgl. ebd., 0:15:42,18-0:17:21,06.

⁵⁰⁹ Vgl. ebd., 0:8:02,14-0:8:18,20.

⁵¹⁰ Vgl. ebd., 0:15:33,18-0:15:42,06.

TÖDLICHES ALIBI basiert. F. Schaffer vom Unfallverhütungsdienst der AUVA betont in dem ebenfalls 1965 erschienen Text „Alibihandlungen' in der Unfallverhütung“, dass diese auf „einen ziemlich komplizierten seelisch-gedanklichen Vorgang“ zurückgehen.⁵¹¹ Die Alibihandlung muss nicht Faulheit oder Geiz anzeigen, kann sich auch „unter einer üblen Vielgeschäftigkeit verstecken, die zwar viel tut, vielleicht sogar viel kostet, dennoch aber nicht die gewünschte Gefahrenbeseitigung zur Folge hat.“ Genauso kann „die rein formale Erfüllung einer gesetzlichen Bestimmung [...] schließlich eine Alibihandlung darstellen.“⁵¹² Mit diesem Beharren auf der Vielgestaltigkeit von Alibihandlungen und ihren Motivationen zielt Schaffer ab auf die Situationsspezifität sowohl gelungener Unfallverhütung als auch der Gewohnheiten, Selbsttäuschungen, organisatorischen Gegebenheiten, die dieser jeweils entgegenstehen.

Die zitierten Stellen finden sich sinngemäß auch im Off-Kommentar von TÖDLICHES ALIBI. Der Film adaptiert das flexibilisierte, über Regelwerke hinaus verinnerlichte Unfalldenken, das Schaffer einfordert, aber auch in anderer Hinsicht. Der Film beginnt beim Verkehr, wechselt zur Arbeitsplatzsicherheit und weitet seinen Beobachtungsbereich immer stärker aus, in den Haushalt und schließlich sogar auf den Konsumentenschutz. Über die Dauer des Films verdichten sich die (laut Voice-over-Kommentar durchwegs faktenbasierten) Einzelbeispiele von unbedachten Überholmanövern, verstellten Notausgängen und leichtsinnigem Fensterputz zum globalen Befund einer Alltagswelt in permanenter, permanent geleugneter Lebensgefahr. „Hier ist alles verboten / Alles auf eigene Gefahr“, steht in der letzten Einstellung vor dem Abspann auf einem Verbotsschild mit zwei Totenköpfen.⁵¹³ Das parodiert den exzessiven Gebrauch von Verbotsschildern zum Schutz vor Verantwortlichkeit. Die Formulierung trifft aber zu einem Teil auch die universalisierte Mahnung, die der Film selbst vorträgt.

Fordern die im letzten Abschnitt besprochenen Instruktionfilme das Einhalten vorgeführter Regeln zum Schutz vor der Abweichung Unfall, so ist für TÖDLICHES ALIBI auch die Anwendung der Regel in Einzelfälle zerfallen. Die „Kontingenzbegrenzung durch gezielte Kontingenznutzung“,⁵¹⁴ die der Film und Schaffers Artikel lehren, hat sich immer neu zwischen mehreren Faktoren einzupendeln, zu denen neben gesetzlichen Bestimmungen und den „allgemeinen Regeln der Sicherheitstechnik“ auch die „technologischen, psychologischen und organisatorischen Gegebenheiten des Betriebsmilieus“ zählen.⁵¹⁵

⁵¹¹ F. Schaffer: „Alibihandlungen' in der Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 18. Jg. (2/1965), S. 9.

⁵¹² Ebd., S. 10.

⁵¹³ Vgl. TÖDLICHES ALIBI, 0:20:54,09-0:21:03,15.

⁵¹⁴ Makropoulos: *Modernität und Kontingenz*, S. 32.

⁵¹⁵ Schaffer: „Alibihandlungen' in der Unfallverhütung“, S. 10.

Es ginge zu weit, in solcher flexibilisierten Vorsicht Anzeichen für jenen Umbruch von Industrie- zu Risikogesellschaften sehen zu wollen, den der Soziologe Ulrich Beck für die Mitte des 20. Jahrhunderts ansetzt. Die Frage der Verteilung gesellschaftlich hergestellter Risiken, die Beck in der „reflexiven Modernisierung“ von Risikogesellschaften zum zentralen Gegenstand politischer Streitverhältnisse werden sieht, bleibt hier außen vor.⁵¹⁶ Prävention ist auch in diesem Unfallverhütungsfilm die Verantwortung der Einzelperson, die dem Risiko als einer Gefahr begegnen soll.

In ein reflexives Verhältnis tritt TÖDLICHES ALIBI allerdings – darin die Prämissen von Schaffers Text fortschreibend, aber über diesen hinausgehend – zum Bildhaushalt der Unfallprävention. Wiederholt wird im Film die exzessive und alibimäßige Verwendung von Unfallverhütungspaketen angeprangert, folgerichtig setzt er deren gängige Tropen als bekannt voraus, hat mit ihnen gelegentlich seinen Spaß. Auch in dieser Hinsicht ist das Unfallwissen, das der Film in Szene setzt, flexibilisiert, zu den Regeln in ein Bescheid wissendes, abwägendes Verhältnis gesetzt. Wenn an zwei Lehrlingen, die ihre Schweißerbrillen nicht verwenden, ein Blinder vorbeimarschiert, dann wird zwar eine bekannte Formel der Mahnung zur Sicherheit bemüht.⁵¹⁷ Aber der zügige, unmotiviert Marsch des Blinden in den Bildvordergrund und die jazzig polternde Begleitmusik treiben der Bildidee das Melodramatische aus. Sie wirkt eher wie ein absurder Witz, was die Warnung allerdings nicht durchstreicht.

Der Off-Kommentar ist häufig damit beschäftigt, die plötzlichen Übergänge des Films zwischen grimmigem Ernst und schwarzem Humor zu moderieren: „Was wir Ihnen jetzt zeigen, lässt sich allerdings nicht mehr mit Humor ertragen.“⁵¹⁸ Manche Bilder sind trotzdem dem Kalkül der Unfallverhütung nur schwer einzuverleiben. So wird etwa ein konventionelles Bild der Warnung in einen makabren Witz umgewandelt: Ein Mann trinkt aus einer Flasche mit Gift. Es bestehe aber kein Grund zur Sorge, legt der Film nahe. Ein Schwenk zu einem Abschiedsbrief weist den Mann als Selbstmörder aus, als den ihn der Voice-over-Kommentar schon angekündigt hatte. Dank korrekter Markierung hat er den giftigen Flascheninhalt richtig identifiziert – Ende der Sequenz.⁵¹⁹ Die radikale Verneinung von Zukunft, die ein Suizid setzt, das Ende des Ringens mit den Dingen und ihrer Verkennung, stellt der Film sich und seinem

⁵¹⁶ Vgl. Ulrich Beck: „Risikogesellschaft und Vorsorgestaat – Zwischenbilanz einer Diskussion“, in: Ewald: *Der Vorsorgestaat*, S. 535-542.

⁵¹⁷ Vgl. TÖDLICHES ALIBI, 0:06:53,09-0:07:03,24.

⁵¹⁸ Vgl. ebd., 0:10:29,00-0:10:33,04.

⁵¹⁹ Vgl. ebd., 0:08:41,12-0:08:51,00.

Publikum als Abwendung von Verantwortung vor, nämlich als Zerrbild infantilen Vergnügens:
Mit freudig aufgerissenen Augen saugt der hagere Mann an seiner Giftflasche.

IV.3. Umstellen

Die spartenübergreifende Durchsetzung der Selbstbedienung im Einzelhandel stellt die „prägnanteste Umwälzung in der Handelsstruktur (nicht nur) Österreichs nach dem Zweiten Weltkrieg“ dar.⁵²⁰ Entgegen einer langen Tradition protektionistischer Gewerbepolitik breitete sich ab Anfang der 1960er Jahre auch in Österreich das Selbstbedienungssystem im Lebensmittelhandel schnell aus und machte den Übergang von einer Wirtschaft des Mangels zu einem angekündigten Massenwohlstand in Warenregalen anschaulich. Gab es in Wien, dem Spitzenreiter unter den Bundesländern, 1958 nur 23 Selbstbedienungsgeschäfte, davon 17 im Besitz der Konsumgenossenschaft Wien und Umgebung (KGW),⁵²¹ so holte ganz Österreich in den folgenden Jahren bemerkenswert mit der Entwicklung hin zur Selbstbedienung auf, die vorher bereits Schweden, die Schweiz und die BRD erfasst hatte.⁵²² Anteilsmäßig voran lagen nun die westlichen Bundesländer Tirol und Vorarlberg, wo Selbstbedienungsgeschäfte 1967 bereits einen Anteil von 34 und 45 Prozent des Lebensmittel-Einzelhandels ausmachten.⁵²³

Von den vier wesentlichen Strängen einer Planungspraxis des 20. Jahrhunderts, die Dirk van Laak nennt, sind drei in die Durchsetzung der Selbstbedienung involviert: Raumplanung, Wirtschaftsplanung und Gesellschaftsplanung im Sinne von ‚social engineering‘. (Vom vierten Strang, der Gefahrenvorsorge, war im letzten Abschnitt ausführlich die Rede.)⁵²⁴ Die Durchsetzung der Selbstbedienung veränderte nicht nur im Ladenraum die Logistik des Detail-, in den 1960er Jahren vor allem: Lebensmittelhandels. Sie ermöglichte großflächige Betriebs-

⁵²⁰ Peter Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert. Die Geschichte einer Wechselbeziehung“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 43.

⁵²¹ Vgl. Erwin Labak: *Die Entwicklung des Selbstbedienungsbetriebes im Rahmen der österreichischen Konsumgenossenschaften!*, Diss., Hochschule für Welthandel, Wien 1959, S. 117, 119.

⁵²² Zur Einführung der Selbstbedienung in Deutschland, vgl. Karl Ditt: „Rationalisierung im Einzelhandel: Die Einführung und Entwicklung der Selbstbedienung in der Bundesrepublik Deutschland 1949-2000“, in: *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne*, hrsg. v. Michael Prinz, Paderborn [u.a.]: Ferdinand Schöningh 2003, S. 315-356; zur Schweiz, vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*; zu Schweden und der Schweiz, vgl. Labak: *Die Entwicklung des Selbstbedienungsbetriebes im Rahmen der österreichischen Konsumgenossenschaften!*, S. 13-20.

⁵²³ Vgl. Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 51. Zur protektionistischen oder „neomerkantilistischen“ Einzelhandelspolitik in Österreich in den 1930er Jahren, vgl. Victoria de Grazia: „Changing Consumption Regimes in Europe, 1930-1970. Comparative Perspectives on the Distribution Problem“, in: *Getting and Spending. European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*, hrsg. v. Susan Strasser/Charles McGovern/Matthias Judd, Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press 2010, S. 71-73, 75f.

⁵²⁴ Vgl. van Laak: „Planung“, S. 321f.

formen wie Super- und Verbrauchermarkt und verstärkte die Tendenz hin zur Bildung von Filialketten.

Damit vollzog der Handel, so Karl Ditt für die einige Jahre früher einsetzende Entwicklung in Deutschland, „die Wachstums- und Konzentrationsprozesse nach, mit denen die Industrie schon lange vorangegangen war.“⁵²⁵ Neben privatwirtschaftlichen Ketten wie Billa, Hofer und Löwa hatten an diesen Konzentrationsprozessen in Österreich auch genossenschaftliche Organisationen, allen voran die der Sozialdemokratie nahe stehenden Konsumgenossenschaften und deren Großeinkaufsgesellschaft österreichischer Consumvereine (kurz GöC) sowie Händlerzusammenschlüsse wie ADEG und Spar teil.⁵²⁶

Umgestellt wurde mit dem räumlichen Aufbau der Geschäfte aber auch die Beziehung der Kundschaft zu Raum, Personal und angebotenen Waren. Mit dem direkten Kontakt über die Theke des alten ‚Bedienungsladens‘ verschwinden jahrzehntelang eingeübte Gewohnheiten und Verbindlichkeiten: die in der Kriegszeit durch Lebensmittel-Rayonierung gestärkte Ladenbindung,⁵²⁷ flexible Preissetzungen⁵²⁸ und personalisierte Beratung sowie Formen sozialer Kontrolle durch Ladenpersonal und umstehende Kundinnen und Kunden bis hin zum (zumindest empfundenen) Kaufzwang.⁵²⁹

Für die Werbeindustrie stellte der Wegfall der Beratung durch die Kaufleute eine Chance dar, „die einzelnen Produkte jenseits ihres Gebrauchswerts mit einer breiten Palette von Werten [...] zu assoziieren.“⁵³⁰ In der Übergangszeit der 1950er und frühen 1960er Jahre musste allerdings die Selbstbedienung selbst beworben werden, in Spartenpublikationen wie der Konsum-Frauenzeitschrift *Haushalt und Heim*⁵³¹ oder mit Informationsveranstaltungen, in denen häufig Filme zum Einsatz kamen: Im Herbst 1953 machte ein „Musterladen auf Rädern“ halt vor der Wiener Votivkirche. Zur Wanderausstellung, die das ÖPZ gemeinsam mit dem Bundesgremium für Lebensmittelkleinhandel und der Sektion Handel der Bundeskammer für gewerbliche Wirtschaft ausrichtete, gehörte nicht nur ein begehrter Modell-Selbstbedienungsladen, sondern auch ein Filmzelt mit einschlägigem Informationsprogramm.⁵³² Für den konkreten Fall der Umwandlung eines Bedienungsladens in einen Selbst-

⁵²⁵ Ditt: „Rationalisierung im Einzelhandel“, S. 336.

⁵²⁶ Vgl. Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert“, S. 46f.

⁵²⁷ Vgl. Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 49.

⁵²⁸ Vgl. de Grazia: „Changing Consumption Regimes in Europe, 1930-1970“, S. 70f.

⁵²⁹ Vgl. Ditt: „Rationalisierung im Einzelhandel“, S. 330-332.

⁵³⁰ Ebd., S. 327.

⁵³¹ Vgl. Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 49, 53.

⁵³² Vgl. Monika Bernold: „Selbstbedienung und Sichtbarkeit: Bilder vom ‚zeitgemäßen Leben‘“, in: *Relation*, 7. Jg. (1+2/2000), S. 138.

bedienungsladen sahen die österreichischen Konsumgenossenschaften in den späten 1950er Jahren eine „Mitgliederversammlung“ mit dem vorhandenen Kundenstock vor, bei der unter Zuhilfenahme eines eigenproduzierten Werbefilms „über das Selbstbedienungssystem aufgeklärt werden“ sollte.⁵³³

Am Regal entlang: Modaler und medialer Raum

Ob sie nun für spezielle Anlässe oder als Werbung im kommerziellen Kinoprogramm produziert wurden; ob sie sich an Konsumentinnen und Konsumenten richteten oder an Kleinhandelsbetriebe, die am Bediensystem festhielten: Die Filme, die im Österreich der 1950er und frühen 1960er Jahre zum Einsatz kamen, um das Selbstbedienungssystem zu bewerben, vollzogen die Verschränkung von Raum- und Verhaltensmodellierung im Selbstbedienungsgeschäft mit, indem sie die Räume der Selbstbedienung als Handlungs- und Bewegungsräume vorstellten. Dazu setzten sie, wie so viele Werbefilme, Stellvertreterfiguren ein, aber mehr noch entwickelten sie ein ausdrucksstarkes Vokabular der Kameraoperationen – Schwenks und Fahrten, Regalausschnitte in Nahaufnahmen, Totalen mit Tiefenstaffelung zwischen Regalwänden und Wandspiegeln –, um in unterschiedlichen Akzentuierungen das Neue der Selbstbedienung vom Vorangegangenen abzuheben.

Um eine Unterscheidung des Filmwissenschaftlers Joachim Paech aufzunehmen: Der filmisch dargestellte, also *modale Raum* des Selbstbedienungsgeschäfts mit seiner strategisch ausgetüftelten Anordnung und Ausstellung von Waren wird im *medialen Raum* (verstanden als Bildraum der Leinwand) transformiert, in eine Ausstellung zweiter Ordnung gebracht. Die Pointe dieser Unterscheidung besteht darin, dass sich modaler und medialer Raum bei der Filmbetrachtung nur aufeinander bezogen, als „zwei sich ineinander spiegelnde Kontrastfolien“ bestimmen lassen.⁵³⁴

Im Normalfall eines Erzähl- und Beobachtungskinos, so Laura Frahm, besitzt „der modale Raum die Eigenschaft [...], den medialen Raum unentwegt zu überlagern, ihn zu ‚modalisieren‘ und damit tendenziell unsichtbar zu machen.“⁵³⁵ An der medialen Modellierung der Selbstbedienungsgeschäfte in Werbe- und Informationsfilmen der Zeit sticht allerdings eine forcierte Mobilität der Kamera-Operationen hervor. Diese kippt zwar nur in wenigen Momenten in die

⁵³³ Labak: *Die Entwicklung des Selbstbedienungsbetriebes im Rahmen der österreichischen Konsumgenossenschaften!*, S. 111.

⁵³⁴ Laura Frahm: *Jenseits des Raums. Zur filmischen Topologie des Urbanen*, Bielefeld: Transcript 2010, S. 126.

⁵³⁵ Ebd., S. 127.

explizite Selbstreflexion medialer Bildproduktion, sie bringt aber doch sehr betont unterschiedliche Möglichkeiten des filmischen Apparats zur Geltung, Raum zu durchdringen und zu dynamisieren.

Emblematisch für diese Mobilisierung des Blicks kann die Selbstbedienungsladen-Sequenz in *GANZ OBJEKTIV GESEHEN*⁵⁵⁶ stehen, einem komödiantischen Halbstünder über zwei unterschiedlich effizient eingerichtete westdeutsche Haushalte von 1952, der ab spätestens 1960 auch vom Filmdienst des ÖPZ verliehen wurde.⁵⁵⁷ Lebensmitteleinkäufe geschehen hier teils noch an der Theke, ein Besuch im Selbstbedienungsladen besteht nur aus zwei Einstellungen: Auf die Totale des Geschäfts von Außen mit eintretender Hausfrau folgt der *medium long shot* einer mit Konserven bis an den oberen Bildrand gefüllten Regalwand. Als eine Einkäuferin ihren Wagen links aus der Einstellung schiebt, setzt sich die Kamera in die entgegengesetzte Richtung in Bewegung, fährt parallel zum Regal entlang und kommt erst an einer Ziegelmauer wieder zur Ruhe.⁵⁵⁸

Diese Fahrt ist halb Verlängerung der Ladenarchitektur mit ihren horizontal ausgebreiteten Regalfuren, halb Andeutung ihrer Er-Fahrung durch die Kundschaft: Sie übersetzt die Demonstration von Fülle, die das Regal inszeniert, in eine Bildbewegung und bietet sich zugleich als Testfahrt durch einen neuartigen Raum an, als gleichmäßig rollender Einkaufswagensimulator. Stellt man in Rechnung, dass *GANZ OBJEKTIV GESEHEN* sich im Prolog und im durchlaufenden Kommentartext als Zwiegespräch zwischen einem männlichen Effizienzexperten und seiner weiblichen Beobachtungskamera präsentiert, dann ist der Kamerablick zusätzlich als ebensolcher, als Verfahren medialer Raumkonstruktion gekennzeichnet.

„Aus meinem Appetit wird Hunger!“, klagt die Kamera bei der Fahrt vorbei an den Lebensmittelregalen, entsprechend ihrer Rolle als indiskreter Widerpart des disziplinierenden Haushaltsexperten. Der Blickpunkt der Kundin ist also nicht nur als ein souverän an den Waren vorbei navigierender markiert (durch die Analogie der fahrenden Kamera mit der Einkaufswagenfahrerin, deren Bewegung im Bildraum die Kamerafahrt ‚anstößt‘), sondern auch als ein begehrllicher, den vorbeiziehenden Warenbildern ausgesetzter. Damit tritt das zweite Moment

⁵⁵⁶ *GANZ OBJEKTIV GESEHEN. EINE KLEINE HAUSHALT-GESCHICHTE*, 1942, KWF Düsseldorf (Düsseldorf) für die Europäische Produktivitäts-Zentrale beim Europäischen Wirtschaftsrat und das Rationalisierungskuratorium der deutschen Wirtschaft, Regie: Hubert Kruchen. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 28'16" (Position auf DVD-Videofile: 0:00:25,01-0:28:41,01). Zum Einsatz durch den ÖPZ-Filmdienst (unter dem Titel *OBJEKTIV GESEHEN*), vgl. N.N.: „C 873 Objektiv gesehen (Gruppe 8 f)“, in: *Der Schlüssel*, 10. Jg. (9/1960), S. 19.

⁵⁵⁷ Vgl. ebd.

⁵⁵⁸ Vgl. *GANZ OBJEKTIV GESEHEN*, 0:23:48,16-0:24:10,03.

in den Vordergrund, dem dieser Abschnitt neben der filmischen Raumgestaltung nachgehen wird: dem Bild von Konsumentin und Konsument, das sich die Filme über das Selbstbedienungssystem machen.

Auf sich allein gestellt unrationell: Kundschaftsprofile

In der öffentlichen Auseinandersetzung über Selbstbedienung wurden einige der prominentesten und langlebigsten Figuren aus diesem Rollenfach auf die Bühne gebeten: die verständig kalkulierende Hausfrau; der *citizen consumer*, der ohne die Einflüsterungen seines Stammkaufmanns zur Mündigkeit kritischer Auswahl gelangt; die von Warenwelt und Werbung verführte, leidenschaftliche Konsumentin;⁵³⁹ Taschendiebstahlbinnen und -diebe in spe, die auf Gelegenheiten lauern.⁵⁴⁰

Vor allem setzte sich die Einsicht durch, dass das Selbstbedienungssystem zwar half, die Produktivität des Einzelhandels zu steigern und auch Einkaufszeiten und -häufigkeiten effizienter zu gestalten, dieser Rationalisierung allerdings nicht eine Versachlichung der Konsumgewohnheiten entsprach, zumindest nach den Maßgaben sozialpartnerschaftlicher und staatsnaher Organisationen.⁵⁴¹ „Der Letztverbraucher ist – auf sich allein gestellt – ein sehr unrationeller Einkäufer“, wurde schon 1954 im ÖPZ-Organ *Der Schlüssel* festgestellt. „Er hängt an seinen ihm lieb gewordenen Kaufgewohnheiten, gibt sich kaum Mühe, Warenkenntnisse zu erwerben und nimmt sich auch nicht die Zeit, verschiedene Angebote zu vergleichen und unter ihnen auszuwählen.“

Der Artikel, der für die vom Werbekonsulenten Karl Koch in der Urania veranstaltete Programmreihe „Käuferinformation“ wirbt, gibt zu bedenken, dass „unrationelles Einkaufen“ zwar Privatsache sei, aber „der gesamten Volkswirtschaft und damit auch dem Käufer selbst schadet.“⁵⁴² In dieser Sorge klingt ein Desinteresse öffentlicher Einrichtungen für die Eigenperspektive der Konsumentinnen und Konsumenten an, das nach den Ergebnissen der

⁵³⁹ Vgl. Ditt: „Rationalisierung im Einzelhandel“, S. 352; Andrea Ellmeier: „Mrs. Consumer und Mr. Keynes im Nachkriegsösterreich. Der vergessene Sozialpartner ‚KonsumentIn‘“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 250f.

⁵⁴⁰ Vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 97.

⁵⁴¹ Vgl. Jakob Tanner: „Industrialisierung, Rationalisierung und Wandel des Konsum- und Geschmacksverhaltens im europäisch-amerikanischen Vergleich“, in: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, hrsg. v. Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka, Frankfurt/New York: Campus, S. 586.

⁵⁴² N.N.: „Vom Konsumenten hängt es ab“, in: *Der Schlüssel*, 4. Jg. (4/1954), S. 3.

Historikerin Andrea Ellmeier in Österreich auch für die Konsumentenschutzpolitik der österreichischen Sozialdemokratie und ihrer Konsumgenossenschaften bis in die 1990er Jahre gilt.⁵⁴³

Die Konsumökonomie, die in den Jahren des Wirtschaftswunders 1953 bis 1962 in Österreich etabliert wurde,⁵⁴⁴ zielte freilich nicht so sehr darauf ab, wahrgenommene Idiosynkrasien und überholte Gewohnheiten der Kundschaft zu minimieren und zu rationalisieren, als darauf, diese zu bewirtschaften. Hierin liegt erst die „gegenseitige Prägung von rationalisierter Massenproduktion und Massenkonsum“, so der Historiker Jakob Tanner.⁵⁴⁵ Mit Bezug auf Hannah Arendt benennt er als „Ambivalenz der Konsumgesellschaft“, dass „Konsumvariation, Produktdiversifizierung und Geschmackspluralismus auf der einen Seite und Angleichung der Zeitökonomie von Produkten auf der anderen Seite [...] unabdingbar zusammengehören“ würden.⁵⁴⁶ In den Filmen, die für Selbstbedienung werben, ist der Platz der Konsumentin und des Konsumenten jedenfalls ein unsteter, schwankender: mal Subjekt des Blicks, mal vorbildlich integrierte Handlungsträgerin im Bildraum, mal rätselhaftes Objekt der Beobachtung.

IV.3.1. Kundenverkehr: WIE SAG ICH'S MEINER FRAU? (ca. 1958); KONSUM SELBSTBEDIENUNG (ca. 1965)

Vorreiter bei der Durchsetzung der Selbstbedienung in Österreich waren die Konsumgenossenschaften: 1950 eröffnete die Linzer Konsumgenossenschaft das erste Selbstbedienungsgeschäft, 1964 der Konsum in Wien den ersten Supermarkt Österreichs.⁵⁴⁷ (Die meisten, aber nicht alle Läden der kleinteilig organisierten österreichischen Konsumgenossenschaften trugen nach 1945 den Namen „Konsum“ im Titel.)⁵⁴⁸

Die seit 1856 tätigen österreichischen Konsumgenossenschaften verstanden sich als „demokratisch organisierte Selbsthilfe-Vereine“. Entsprechend war in der Selbstbezeichnung

⁵⁴³ Vgl. Andrea Ellmeier: *Konsum, Politik und Geschlecht. Österreich in den 1950er und 1960er Jahren*, Diss., Universität Wien 2005, S. 124, 126-130, 135-136.

⁵⁴⁴ Zu dieser Datierung, vgl. Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert“, S. 55.

⁵⁴⁵ Tanner: „Industrialisierung, Rationalisierung und Wandel des Konsum- und Geschmacksverhaltens im europäisch-amerikanischen Vergleich“, S. 590.

⁵⁴⁶ Ebd., S. 592.

⁵⁴⁷ Als Supermarkt wird üblicherweise ein Selbstbedienungsgeschäft ab 400 m² Verkaufsfläche definiert. Vgl. Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert“, S. 56; Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 49.

⁵⁴⁸ Vgl. Emil J. Knotzer: „Die österreichische Konsumgenossenschaftsbewegung in der 2. Republik von 1945 bis 1978“, in: *150 Jahre Konsumgenossenschaften in Österreich*, hrsg. v. Johann Brazda/Siegfried Rom, Wien: Eigenverlag des FGK 2006, S. 300f.

von Abgabestellen statt von Geschäften, von Mitgliedern statt von Kundschaft die Rede.⁵⁴⁹ Die Konsumgenossenschaften schlossen sich überregional zusammen und verfolgten seit ihren Anfängen im 19. Jahrhundert eine Ökonomie der großen Zahl. Waren sollten en gros eingekauft, bald auch: selbst produziert, und der private Zwischenhandel umgangen werden. Diese Strategie machte sie nach 1945 aufgeschlossener für die Einführung der Selbstbedienung als die meisten Klein- und Mittelbetriebe im privaten Sektor.⁵⁵⁰ Diese fürchteten Ladendiebstähle und argumentierten, die österreichischen Hausfrauen würden eine derart unpersönliche Verkaufsmethode nicht goutieren.⁵⁵¹

Der Erfolg des Selbstbedienungssystems war im Österreich der 1950er Jahre bescheiden, die Konsumgenossenschaften bemühten sich anhaltend um seine Propagierung. Noch 1959 – neun Jahre nach Eröffnung der ersten Konsum-Selbstbedienungsgeschäfte in Linz, Graz und Wien – veranstaltete die Konsumgenossenschaft Wien in der Wiener Stadthalle eigens eine dreiwöchige Ausstellung mit dem Titel *Es liegt in deiner Hand*, die für die Vorzüge der Selbstbedienung warb.⁵⁵² Wie schon bei den Tätigkeiten der Konsumgenossenschaften in der Zwischenkriegszeit gehörten zu den Werbemaßnahmen für die Selbstbedienung Filme.⁵⁵³ Zwei Konsum-Werbefilme aus dem Zeitraum der späten 1950er bis mittleren 1960er Jahre bringen aufschlussreich unterschiedliche Adressierungsweisen und Rauminszenierungen in Stellung.⁵⁵⁴ In Länge und Formatierung wirken beide auf den Einsatz als Werbefilme im Vorprogramm kommerzieller Kinovorstellungen ausgerichtet.

Lebensweltliche Lasur: WIE SAG ICH'S MEINER FRAU?

WIE SAG ICH'S MEINER FRAU?⁵⁵⁵ (ca. 1958), der ältere von den beiden, etabliert die Modernisierungsbemühungen der Konsum-Geschäfte auffallend behutsam. Selbstbedienung wird erst am Ende des Films als eine von mehreren Innovationen der Marke Konsum vorgeführt und diese Innovationen wiederum mit Zeichen traditionsgebundenen kleinbürgerlichen Lebens

⁵⁴⁹ Ellmeier: *Konsum, Politik und Geschlecht*, S. 123.

⁵⁵⁰ Vgl. Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert“, S. 46.

⁵⁵¹ Vgl. ebd., S. 56.

⁵⁵² Vgl. Ellmeier: *Konsum, Politik und Geschlecht*, S. 132.

⁵⁵³ Zum Einsatz von Filmen durch die österreichischen Konsumgenossenschaften in der Zwischenkriegszeit, vgl. Andrea Ellmeier: *Konsumtinnen. Einkaufen in Wien 1918-1933 (II). Eine Analyse konsumgenossenschaftlicher Frauen(presse)Politik und bürgerlicher Frauen- und Kundenzeitschriften*, Dipl., Universität Wien 1990, S. 157-161.

⁵⁵⁴ Beide Filme konnten nicht eindeutig datiert werden. In Übereinstimmung mit dem Österreichischen Filmmuseum, in dessen Archiv die Filme lagern, gehe ich von den Jahren 1958 und 1965 als Schätzwerten aus.

⁵⁵⁵ WIE SAG ICH'S MEINER FRAU?, circa 1958, heller film (Wien) für österreichische Konsumgenossenschaften. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 3'38" (25fps).

umgeben: Der Volksschauspieler Karl Hruschka, spezialisiert auf Verkörperungen des raunzenden Wieners, gibt einen Ehemann im Krankenstand, der beim Warten auf seine Frau lernt, wie zeitraubend der alltägliche Einkauf in verschiedenen Fachgeschäften ist. Beim nächsten Mal zeigt er ihr, „wie und wo man einkauft – nämlich im Konsum.“ Der Ort der Handlung bleibt unklar. Das Trachtenkleid der Gattin (Burgtheater-Schauspielerin Lilly Stepanek), der Blick aus dem Schlafzimmerfenster auf Bäume, ein Schnitt auf einen Kirchturm zur Zeitanzeige und gelassene Ziehharmonika-Begleitmusik suggerieren gezielt nicht Urbanität, sondern einen in Traditionen gebundenen vor- bis kleinstädtischen Alltag. Das ist insofern folgerichtig, als die Konsumgenossenschaften sich in den urbanen Zentren Österreichs – Wien, Graz und Linz – um Standorte abseits der Zentren und Hauptverkehrsachsen, nahe Wohnsiedlungen, bemühten.⁵⁵⁶

Das Alter von Hruschka (geboren 1905) und Stepanek (geboren 1912) unterstreicht den Eindruck des Gesetzten, den die hier skizzierte Lebenswelt evoziert. Präsent bleibt diese Lebenswelt auch, wenn der Film anschließend in das Innere von Konsum-Geschäften führt. Das Ehepaar kommentiert das Gezeigte auf der Tonspur in Wiener Dialektfärbung. Knappe Bemerkungen verweisen auf einen Alltag zwischen Haushaltsroutinen (Waschpulver für den nächsten Washtag, genannt „Pritschlerorgie“), Besuchskultur („Weißt eh, die Frau Peterseil kommt heut zur Jausen.“ – „Ja, nimm gleich einen Wecken mit, die hat eh immer Appetit.“) und äußerst maßvollem Luxuskonsum: Neue Stoffbahnen leistet man sich nur zum Namenstag. Nur wenige abgepackte Markenartikel werden deutlich ins Bild gesetzt (darunter Waschpulver der konsumgenossenschaftlichen GöC-Eigenmarke). Analog signalisieren auch die Dialoge des Paares eine Genusskultur, die in ihren Referenzen lokal spezifisch, noch nicht markenzeichenhaft formatiert ist. Er bevorzugt „Gumpoldskirchner“, also Wein aus dem Wien nahen Heurigenort Gumpoldskirchen und erspäht am Fleischertresen „Filz“ (Speck), der sich gut für Grammelknödel eignen würde.

Das Hauptargument für die Konsum-Läden, das WIE SAG ICH'S MEINER FRAU? entwickelt, besteht in der zeitsparenden Zusammenfassung verschiedener Sortimente vor allem aus dem Lebens- und Reinigungsmittel-Bereich in einem Geschäftslokal. Dies wird zuerst an einem Bedienungsladen, dann (kürzer) an einem Selbstbedienungsladen der Kette Konsum vorgeführt. Entsprechend betonen Kamerafahrten und Schwenks entlang der Theke des Bedienungsladens nicht nur die Vielfalt der aufgestellten Waren und – anders als in einem

⁵⁵⁶ Vgl. Labak: *Die Entwicklung des Selbstbedienungsbetriebes im Rahmen der österreichischen Konsumgenossenschaften!*, S. 57-59.

Selbstbedienungsgeschäft – die Geschäftigkeit des davor und dahinter arbeitenden Servicepersonals, sondern vor allem auch das Nebeneinander unterschiedlicher Warenarten, die sonst in mehreren Spartengeschäften erstanden werden müssten: Neben den Backwaren steht das Gemüse, neben Seife und Waschmitteln die Textilien.⁵⁵⁷

Beim abschließenden Besuch im Selbstbedienungsladen bleiben die Einstellungen dagegen statisch. Für eine Fahrt an Regalen entlang wie in GANZ OBJEKTIV GESEHEN wirken die Dimensionen des Ladenlokals noch zu bescheiden. Außerdem ist der Film in erster Linie noch damit beschäftigt, über den räumlichen Aufbau des Geschäfts zwischen Einkaufskorb-Entnahme, Feinkosttheke und Kassa zu orientieren. Das wirtschaftsdemokratische Selbstverständnis der Konsumgenossenschaften als „Parlament der Verbraucher“⁵⁵⁸ klingt im Voice-over-Kommentar an, wenn die Mehrarbeit der Kundinnen und Kunden im Selbstbedienungssystem als Mehr an demokratischer Entscheidungsfreiheit legitimiert wird.⁵⁵⁹ „Im Selbstbedienungsladen“, erklärt der Mann seiner Frau, „nimmst dir dein Körberl und kannst wählen – ohne Stimmzettel.“ – „Ich weiß schon, was du wählst“, entgegnet sie: „Den Gumpoldskirchner.“

Schweifender Blick: KONSUM SELBSTBEDIENUNG

Anrufungen der Konsumentinnen und Konsumenten als politische Subjekte werden ein paar Jahre später, in dem Werbefilm KONSUM SELBSTBEDIENUNG von circa 1965, nicht mehr aufgeboten.⁵⁶⁰ Das zentrale Argument für Konsum-Geschäfte – ein breites und preiswertes Sortiment an einem Ort – ist dasselbe geblieben, aber das Neue will sich nun nicht mehr ins Altgewohnte einfügen, sondern als Fortschritt von ihm absetzen: Am Anfang des Films steht eine Trickfilmsequenz über die Mühen des „Steinzeitkonsumenten“ beim Jagen, Sammeln und anschließenden Heimtransport von Obst und Saurierfleisch.⁵⁶¹ Im Kontrast zum schwankhaften Ehe-Hickhack von WIE SAG ICH'S MEINER FRAU? macht diese Eröffnung samt gereimtem Kommentar eher dem jüngeren Publikum ein Unterhaltungsangebot. Die Animation friert zur

⁵⁵⁷ Vgl. WIE SAG ICH'S MEINER FRAU?, 0:02:25,13-0:02:47,09, 0:02:58,08-0:03:06,24.

⁵⁵⁸ Ellmeier: *Konsum, Politik und Geschlecht*, S. 123.

⁵⁵⁹ Zur Mehrarbeit der Konsumentinnen und Konsumenten: vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 44.

⁵⁶⁰ KONSUM SELBSTBEDIENUNG, circa 1965, Zelnik-Film für österreichische Konsumgenossenschaften. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, Video von 35mm auf <http://derstandard.at/2000015590584/Konsum-in-den-1960ern-Per-Selbstbedienung-zum-Menschen-von-heute> (Zugriff: 02.10.2016), 1'26". Zu diesem Film, vgl. Lydia Nsiah: „Konsum in den 1960ern: Per Selbstbedienung zum ‚Menschen von heute‘“, in: *derStandard.at*, 11.05.2015, <http://derstandard.at/2000015590584/Konsum-in-den-1960ern-Per-Selbstbedienung-zum-Menschen-von-heute> (Zugriff: 02.10.2016).

⁵⁶¹ Vgl. KONSUM SELBSTBEDIENUNG, 0:00:00-0:00:42.

gerahmten Zeichnung ein, daneben eine junge Frau, die den Kommentartext in die Gegenwart trägt: „Der Mensch von heute hat's angenehmer / Wer im Konsum kauft, kauft bequemer.“

Der räumliche Aufbau eines Selbstbedienungsgeschäfts muss offensichtlich nicht mehr erklärt werden. Das Geschäft erscheint komprimiert auf das Wesentliche im Bild, mit Schwenks über Regale, die das von der männlichen Kommentarstimme (nun nicht mehr in Versform) angepriesene „reichhaltige Angebot“ präsentieren. Im Gegensatz zur Fahrt in GANZ OBJEKTIV GESEHEN akzentuieren diese Schwenks weniger das Abschreiten des Regals als den schweifenden Blick beim Davorstehen, der Gelegenheit hat, sich an einzelnen Waren festzuhaken, wie das im Film mit einem Zoom geschieht.⁵⁶² Auf die Stichworte „ansprechende, hygienische Verpackung“ der Kommentarstimme werden Kaffee-Packungen der KGW-Eigenmarke Wiener Elite aus der Menge der angebotenen Artikel herausgehoben.⁵⁶³ Warum gerade diese von den vielen Eigenproduktions-Waren herausgegriffen wird, bleibt unkommentiert und unterdeterminiert und bekräftigt gerade damit das Versprechen des vielfältigen Verpackungs-panoramas, nicht so sehr zu steuern als neue Entdeckungen und unerwartete Warenkontakte zu ermöglichen.⁵⁶⁴

Das Spektakel der Fülle, das die Regale des Selbstbedienungsladens und – sie medial transformierend – der Werbefilm inszenieren, verdankt sich unter anderem einem vertrackten Spiel aus Überblick und Unübersichtlichkeit. Dieses hat Sibylle Brändli für den Schweizer Selbstbedienungsladen der 1950er Jahre und seine medialen Auftritte herausgearbeitet:

Der Trick scheint zu sein, in der Logik der Führung im Laden eine gewisse Übersichtlichkeit herzustellen, die durch eine planmäßige Unübersichtlichkeit in der Blicklenkung den Eindruck eines immer vollen Ladens erweckt. Die optische Aufmachung der Ware tritt für diese Zwecke in den Vordergrund.⁵⁶⁵

Ähnlich beobachtet Jean Baudrillard in den *grands magasins* im Paris der 1960er Jahre eine Anordnung der einzelnen Waren in raffinierten Verkettungen, die aber mitunter „um besser zu verführen, die Unordnung imitieren.“⁵⁶⁶ Die drei Schwenks über Regale in KONSUM SELBST-BEDIENUNG lassen nur sehr bedingt die übergreifende Einrichtung eines Ladens errahnen, wie sie von Brändli und Baudrillard beschrieben wird. Aber sie führen, als zusammengehörige Filmsequenz, vergleichbare räumliche und bildliche Relationen ein, die sich mit den

⁵⁶² Vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 79.

⁵⁶³ Vgl. KONSUM SELBSTBEDIENUNG, 0:00:50-0:01:11.

⁵⁶⁴ Vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 97f.

⁵⁶⁵ Ebd., S. 87.

⁵⁶⁶ Jean Baudrillard: *Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen*, Wiesbaden: Springer 2015, S. 42 [frz. Orig. 1970].

Begrifflichkeiten der Figuration (*siehe Abschnitt II.1.*) folgendermaßen fassen lassen: Auf einer übergeordneten Ebene des Figurierten stehen sie gemeinsam, *pars pro toto*, für das verkündete „reichhaltige Angebot“ eines idealen Konsum-Selbstbedienungsladens. Auf der Ebene des wiedererkennbar Figurativen zeigen sie namentlich Ausschnitte aus dem Obst- und Gemüsesortiment, Milchprodukten und Kaffee sowie der Fleisch- und Wurst-Abteilung.

Auf einer figuralen Ebene des Bildereignisses setzt sich der Bildraum hier aus verschiedenen Formen und (satten) Farben zusammen, die zugleich visuell anziehend und nicht immer klar erkennbar sind.⁵⁶⁷ Sibylle Brändli definiert Fülle als „eine sinnlich erfahrbare Qualität eines Ensembles von Gegenständen in einem Raumgefüge“. Diese entsteht aus der Kopräsenz einer „zählbaren Menge“ und einer diese Menge gliedernden „Vielfalt“ (als typisierender Unterteilung und Relation zwischen diesen Teilen).⁵⁶⁸ Verschiedene Qualitäten von Fülle entstehen aus unterschiedlichen Gewichtungen zwischen der Menge an Einzelercheinungen und den sie gliedernden Ordnungsstrukturen. In KONSUM SELBSTBEDIENUNG betonen das zügige Tempo der Schwenks und die Distanz der Kamera klar die Vielfalt, die als Ornament aus verschiedenen Farben und Formen sichtbar wird (**Abb. 71**). Keines der versammelten Einzelobjekte sticht als solches hervor, wenn es nicht dem Publikum durch einen Zoom aufs Auge gedrückt wird.

Wie filigran diese visuelle Ordnung der Fülle ist, führt ein niederländischer Schulungsfilm aus den 1960er Jahren vor: DE KLANT IS GEWILLIG MAAR... HET VLEES WAS ZWAK⁵⁶⁹ bringt Angestellten der niederländischen Kette Co-op die Standards bei der Warenpräsentation im Fleischregal bei. Wiederholt fährt, zoomt und schneidet der Film über das mal vorbildlich, mal mangelhaft eingeräumte Regal, um zu demonstrieren, wie schnell ein ornamentales Gesamtbild variiertes Regelmäßigkeiten in eine chaotische Ansammlung von Einzelstücken zerfällt. Die Kundin ist willig, aber die Anordnung war schwach.

Eine Spektakularisierung der Elemente im Filmbild, die Fülle verwaltet, ohne sie in eine unleserliche Überfülle von Einzelem ausarten zu lassen, hat Philip Rosen unter dem Schlagwort der ‚Rationalisierung des Details‘ verhandelt. Rosen untersucht nicht Werbefilme

⁵⁶⁷ Vgl. KONSUM SELBSTBEDIENUNG, 0:00:50-0:01:16.

⁵⁶⁸ Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 45.

⁵⁶⁹ DE KLANT IS GEWILLIG MAAR... HET VLEES WAS ZWAK, circa 1960-1969, Safari Filmproduktie (Hilvarenbeek) Co-op Nederland (Niederlande), Regie: Joop van Essen. Quelle: Beeld en Geluid, Farbe, Ton, mpeg von 16mm, 12'18".



Abb. 71

über den Detailhandel wie KONSUM SELBSTBEDIENUNG, sondern Historienfilme wie Cecil B. DeMilles CLEOPATRA (1934). In einer prächtigen Galeeren-Tanzeinlage des Films sieht er das störrische, unbotmäßige Potenzial des Details im Filmbild in mehrfacher Hinsicht gezähmt: Die Details in Ausstattung und Choreografie ordnen sich zu einem Gesamtbild, das die zentrale Handlung rahmt statt von ihr abzulenken und deren dominante Bedeutungen unterstreicht statt sie zu verkomplizieren. Kostümierung und Dekor lassen Massenunterhaltungsgegenwart und ägyptisches Altertum darüber hinaus nicht aufeinanderprallen, sondern setzen gewissenhaft recherchiertes Geschichtswissen und modische Ansprüche der 1930er Jahre zueinander in ein glaubwürdiges Verhältnis, zumindest nach der Maßgabe zeitgenössischer Publikums-erwartungen.⁵⁷⁰ Die Schwenks über Warenregale in KONSUM SELBSTBEDIENUNG haben weniger Integrationsleistungen zu vollbringen. In ihrer Parallelführung einer visuellen Ökonomie der Waren im Selbstbedienungsladen und der Details im Werbefilm geben sie aber Aufschluss über eine Rationalität der Gliederung von Mengen zu Vielfalt, an der beide teilhaben.

Als Spektakel definiert Rosen für den Film „the virtuosic textual organization of an impossibly large quantity of details, in a way that draws the spectator’s attention to them as a construction for the spectator“.⁵⁷¹ Diese Betonung einer Menge, die als ausgetüftelte ornamentale Konstruktion zu sehen gegeben wird, berührt sich mit Brändlis Fokus auf den Selbstbedienungsladen und seinen medialen Inszenierungen als Konstruktion einer sinnlichen Erfahrbarkeit von Wohlstand im Übergang von einer Ökonomie der Bedarfsdeckung zu einer der Bedarfsweckung.⁵⁷²

Doch die Parallelführung zwischen Warenpräsentationen im Geschäft und auf der Leinwand stößt an Grenzen: In den Geschäftslokalen soll die Kundschaft nämlich nicht allein als Publikum adressiert, sondern zur Teilhabe mittels Zugreifen angehalten werden. In den Regalbildern, wie sie in KONSUM SELBSTBEDIENUNG das versammelt-isolierte Publikum im Kinosaal erreichte, fehlen alle Spuren anderer Kundinnen und Kunden – deren Körper, aber auch Lücken in den Regalen, wie sie in den Läden mitunter sogar bewusst zur Förderung des Verkaufs arrangiert wurden: „Man plant zum Beispiel bei Warenstapeln Anbruchstellen ein, damit niemand Scheu haben muss, die Vollkommenheit des Arrangements zu beschädigen.“⁵⁷³

⁵⁷⁰ Vgl. Philip Rosen: *Change Mummified. Cinema, Historicity, Theory*, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2001, S. 187-194.

⁵⁷¹ Ebd., S. 193.

⁵⁷² Vgl. Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 45.

⁵⁷³ Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 57.

Im Kinosaal, zumal in der Inszenierung von KONSUM SELBSTBEDIENUNG, bleiben die Regale in Fülle versiegelt.

IV.3.2. Kundenbeobachtung: WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN (1965)

In dem Film WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN⁵⁷⁴ hingegen kommt die Lücke, die der Kunde mit seinem Einkauf hinterlässt, prominent ins Bild: Eine Einstellungsfolge zu Beginn des Films zeigt eine Reihe von Händen, die je ein Objekt aus vollen Regalen greifen.⁵⁷⁵ Diese Hände stehen allerdings auch hier nicht stellvertretend für das Publikum des Films ein. Denn WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN (1964) wirbt nicht bei potenziellen Kundinnen und Kunden für das Selbstbedienungssystem, sondern bei Kaufleuten, die noch nach alter Methode über die Theke Handel betreiben.

Der 17-minütige Film wurde in Auftrag gegeben vom WIFI der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft und von dessen Filmdienst (*siehe Abschnitt II.4.*) unter der Rubrik „Rationalisierung und Automatisierung“ verliehen. Wie andere in den 1960er Jahren in Auftrag gegebene Filme spiegelt WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN in seiner inhaltlichen Ausrichtung den Fokus des WIFI auf die Beratung von Klein- und Mittelbetrieben wieder.⁵⁷⁶ Im europäischen Vergleich verfügte Österreich seit der Ersten Republik über eine überproportional große Anzahl von Lebensmittelgeschäften. Viele davon hatten zu wenig Verkaufsfläche und einen zu kleinen Kundinnen- und Kundenstock, als dass eine Umstellung auf Selbstbedienung aussichtsreich erschien.⁵⁷⁷ Auf diese Problemlage geht WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN nicht explizit ein, betont aber die Bedeutung fachlicher Beratung vor einer Umstellung zum Selbstbedienungssystem. Bis kurz vor Schluss ungenannt bleibt der wohl größte motivierende Faktor zur Umstellung um 1964: der Konkurrenzdruck durch Konsumgenossenschaften und Lebensmittel-diskonter (Billa ab 1961, Hofer ab 1963),⁵⁷⁸ die in der Nutzung von Selbstbedienung voranpreschten und kleinere Betriebe in ihrer Existenz bedrohten.

⁵⁷⁴ WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 1964, Studio-Film (Wien) für das WIFI der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft (Österreich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 16'39" (25 fps).

⁵⁷⁵ Vgl. WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 0:02:02,02-0:02:18,00.

⁵⁷⁶ Vgl. Colpan: „Exakter, leichter, schneller“, S. 106f.

⁵⁷⁷ Vgl. Emil J. Knotzer: *Vom Marktführer zur Insolvenz, Vom Marktführer zur Insolvenz. Eine Geschichte der österreichischen Konsumgenossenschaftsbewegung in der 2. Republik 1945 - 1995*, Diss., Universität Wien 2006, S. 110f.

⁵⁷⁸ Vgl. Eigner: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert“, S. 57.

Stattdessen begnügt sich WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN damit, die Ungewissheiten und Verschiebungen im Lebensmittel-Einzelhandel der frühen 1960er Jahre in einer Figur zu inkarnieren, die aus dem Direktkontakt vertraut war und doch nunmehr als neues Problem erschien: die Kundschaft. Der Film setzt ein mit Großaufnahmen von Kundinnen und Kunden, die in Einzelhandelsgeschäften mit angespanntem Gesicht Waren mustern.⁵⁷⁹ Diese Schwarzweißaufnahmen, laut Kommentarstimme mit versteckter Kamera gedreht, leiten über zu einer Erörterung des Voice-over-Kommentars über die Wankelmütigkeit der Kundschaft. „Wir wissen ja“, sucht der Sprecher das Einverständnis des Branchenpublikums: „Kunden sind unschlüssig, misstrauisch, nachdenklich, ungeduldig, nervös-interessiert, kritisch.“

Aus der Präferenz der Kundinnen und Kunden für die Selbstbedienung (als einen zeitsparenden, transparenten, hygienischen und unverbindlichen Modus des Einkaufens) ergebe sich die Notwendigkeit der Umstellung, so der Kommentar weiter, doch darin liege für den Verkauf auch eine Chance der Absatzsteigerung: „Die deutlich erkennbare Qualität der angebotenen Ware sowie Form und Farbe wirken auf den Kunden suggestiv. Der Kaufmann kann durch sinnvolle Anordnung der Waren die Kaufbereitschaft fördern.“⁵⁸⁰

Der ermächtigte, selbstbewusste *citizen consumer* einerseits, die durch Farben, Formen und Signifikantenketten der Aufstellung suggestible Kundschaft andererseits – den Kontrast zwischen diesen beiden hier angespielten, für die Debatten um Selbstbedienung zentralen Verbraucherimaginationen spielt WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN herunter. Hände und Köpfe der Konsumentinnen und Konsumenten werden hier nicht nur je in Serie gezeigt, sondern auch – ganz METROPOLIS (1927, Fritz Lang) – miteinander vermittelt. Das geschieht zum einen durch eine Differenzierung der Handlungsoptionen: Kundschaften greifen nicht nur zu, sondern stellen Waren im Auswahlprozess auch wieder zurück⁵⁸¹ und werden in bestimmten Teilsortimenten nach wie vor bedient⁵⁸² sowie von aufmerksamen Ladeninhabern beraten.⁵⁸³

Zum anderen hält die Präsentation des Raums eine Balance zwischen der in Grenzen autonomen Bewegung von Kundinnen und Kunden durch den Ladenraum und einzelnen Orten, auf deren verkaufsstrategische und aufmerksamkeitsökonomische Gestaltung speziell hingewiesen wird. Emblematisch dafür ist die Kamerafahrt, mit der das erste Mal im Film der Raum eines Selbstbedienungsgeschäfts vorgestellt wird. Erst von der Kassa nach hinten in die

⁵⁷⁹ Vgl. WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 0:00:04,06-0:01:07,04.

⁵⁸⁰ Vgl. ebd., 0:01:50,00-0:02:02,12.

⁵⁸¹ Vgl. ebd., 0:06:47,13-0:07:01,01.

⁵⁸² Vgl. ebd., 0:08:17,16-0:08:54,19.

⁵⁸³ Vgl. ebd., 0:09:23,21-0:10:00,08.



Abb. 72

Tiefe, dann seitlich die gestaffelten Regale entlang wird das Geschäftslokal in einer Einstellung durchmessen, während von der Decke hängende Pfeile (ein Teil der vorgeführten Ladenausstattung) Sonderangebote markieren (**Abb. 72**).⁵⁸⁴ Bewegungsfreiheit und Lenkung werden auch im diese Einstellung begleitenden Kommentartext nicht als Widerspruch verstanden, sondern ineinander verschränkt: „Jetzt kann sich der Kunde frei und unbeeinflusst im Geschäft bewegen“, heißt es zuerst, unmittelbar gefolgt von: „Durch die übersichtlich ausgestellten Waren und die Möglichkeit, diese selbst auszusuchen, werden die Kunden indirekt zum Kauf angeregt.“⁵⁸⁵

Die Bewegungsfreiheit, wie sie die Kamera hier und andernorts im Film demonstriert⁵⁸⁶ – als unbehindertes Fließen entlang penibel vorbereiteter Bahnen –, gehört genauso zu den Strategien der Verkaufsförderung in der Selbstbedienung wie die Lenkung hin auf einzelne Schlüsselstellen. „Die KundInnen sollen ungestört durch den Laden fließen können, so wie die Augen fließen sollen, um sich festhaken zu können“, notiert Brändli. Um die „unsichtbare Bahn“ zu bauen, die dieses Fließen im Sinne des Verkaufs orientiert, zirkulieren auch in Österreich in der Anfangszeit eher einfache Ratschläge und Regeln⁵⁸⁷ – zumal im Vergleich mit den ausdifferenzierten Maßnahmenkatalogen, auf die sich die Schöpfer der Einkaufswelten seit den 1970er Jahren stützen,⁵⁸⁸ oder den hochindividualisiert programmierten Anreizsystemen des heutigen Einzelhandels.⁵⁸⁹ Bereits 1953, begleitend zur Ausstellung des Modell-Selbstbedienungsladens bei der Votivkirche, sprach ein US-amerikanischer Verkaufsexperte in einem Vortrag für den Wiener Lebensmittelhandel über Möglichkeiten, durch Umstellungen des Warensortiments Impulskäufe zu fördern.⁵⁹⁰ Einige Tipps führt auch WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN an: Warenaufstellung vor der Kassa fördert den Einkauf, Sonderangebote sind an zentralen Plätzen extra zu bewerben, Artikel des täglichen Bedarfs am Anfang des Wegs aufzustellen.

⁵⁸⁴ Vgl. ebd., 0:05:49,22-0:06:47,12.

⁵⁸⁵ Ebd., 0:06:09,12-0:06:26,07.

⁵⁸⁶ Vgl. ebd., 0:08:54,20-0:09:23,20.

⁵⁸⁷ Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 79.

⁵⁸⁸ Vgl. Harun Farocki: „Amerikanische Einstellung. Notizen zu einem Film über Malls“, in: Ders.: *Nachdruck. Texte*, hrsg. v. Susanne Gaensheimer/Nicolas Schafhausen, Berlin: Vorwerk 8 2001, 293-305.

⁵⁸⁹ Vgl. Joseph Turow: *The Aisles Have Eyes. How Retailers Track Your Shopping, Strip Your Privacy, and Define Your Power*, New Haven/London: Yale University Press 2017.

⁵⁹⁰ Vgl. N.N.: „Ein Kaufmann plaudert aus der Praxis“, in: *Der Schlüssel*, 3. Jg. (11/1953), Beilage „Moderner Lebensmittelhandel“, S. IIIf.

Filmspezifischer in der Argumentation sind die Kamerafahrten, die nicht zuletzt bezeugen, dass für diese Art filmischer Operation genügend Raum in einem Selbstbedienungsgeschäft vorhanden ist – im pointierten Kontrast zur Einführung eines Bedienungsladens. Letztere erfolgt über Schwenks, die Raummangel in Bildbewegung übersetzen. Sie stellen das Verkaufspersonal hinter der Theke der gedrängt wartenden Kundschaft gegenüber⁵⁹¹ oder folgen seinen Pendelbewegungen beim Transport von Waren zwischen Regalen und Theke. Demonstriert das Fließen der Kamera durch das Selbstbedienungsgeschäft eine Verschränkung von präziser Choreografie und Bewegungsfreiraum, so betont die sture viermalige Wiederholung einer Schwenkbewegung zwischen Theke und Kühlschrank auf den Fersen eines Verkäufers nicht nur die Umständlichkeit und stärkere räumliche Beengung des älteren Verkaufssystems, sondern lässt dieses auch als das mechanischere erscheinen.⁵⁹² Angesichts der Konnotationen von Kälte und Mechanisierung, mit denen das Selbstbedienungssystem in der öffentlichen Debatte bis in die frühen 1960er Jahre von der auf Bedienung ausgerichteten Konkurrenz bedacht wurde, stellt das eine gewitzte Inversion dar.⁵⁹³

Um die Ineffizienz der alten Verkaufsmethode über die Ladentheke zu demonstrieren, wird für verschiedene körperlich anstrengende Tätigkeiten eine Uhr eingeblendet, welche die Sekunden mitzählt. Doch diese Rhetorik des Messens (*siehe Abschnitte III.1. und III.2.1.*) ist bereits ironisiert, als stünde das Beibehalten des Gewohnten ohnehin nicht mehr zur Debatte. Statt Vergleichswerten im Selbstbedienungssystem (in dem körperliche Tätigkeiten für das Verkaufspersonal schließlich nicht gänzlich wegfallen) bietet WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN nur verspielte Analogien aus der Welt des Leistungssports an: Das Stapeln einer Getränkebox reimt sich in der Montage auf Gewichtheben, das Springen nach einer Ware am obersten Regal korrespondiert mit einem Korbwurf beim Basketball.⁵⁹⁴

Die Gegenüberstellung unterschiedlicher Kameraoperationen beim Etablieren der Schauplätze – Bedienungsladen/Schwenk vs. Selbstbedienungsladen/Fahrt – teilt WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN mit dem älteren Film EINKAUFEN LEICHT GEMACHT⁵⁹⁵, einer amerikanischen Pro-

⁵⁹¹ Vgl. WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 0:02:38,8-0:02:55,08.

⁵⁹² Vgl. ebd., 0:03:09,24-0:04:04,11.

⁵⁹³ Vgl. Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 52.

⁵⁹⁴ Vgl. WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 0:04:04,12-0:05:21,15.

⁵⁹⁵ EINKAUFEN LEICHT GEMACHT, 1951, US-Filmproduktion für das European Recovery Program, Regie: George Freedland. Quelle: Österreichische Mediathek, SW, Ton, Video-Exzerpt auf <http://www.mediathek.at/atom/14246EC4-24E-06E18-00000498-14239AC6/> (Zugriff: 02.10.2016), 6'54" (Original: circa 22'). Zur Filmografie, vgl. Reichert: „Marshallplan und Film“, S. 472.

duktion von 1953, die spätestens ab 1957 im Verleih des ÖPZ war.⁵⁹⁶ EINKAUFEN LEICHT GEMACHT richtet sich in seiner Argumentation und Narration vor allem an die Frau als Einkäuferin ihres Haushalts, wurde vom ÖPZ aber auch dem Einzelhandel zur Ansicht empfohlen.⁵⁹⁷

Die beiden Filme ähneln einander nicht nur im Vergleich zwischen alter und neuer Verkaufsmethode, der über Argumente (Hygiene, Zeitersparnis, Transparenz, Wahlfreiheit) wie über kontrastierende Kameraoperationen abläuft, sondern auch darin, dass sie die Ausstellungsfläche des Verkaufslokals auf eine übergreifende Logistik beziehen. In EINKAUFEN LEICHT GEMACHT geschieht dies als eleganter wie sinnfälliger Übergang zwischen Bühne und Hinterbühne: Eben hat eine Dame verschiedene Lebensmittel verglichen, da geht im Hintergrund derselben Einstellung der Kaufmann vorbei und öffnet eine Tür. Mit einem Schnitt betritt er den Nebenraum, wo die Arbeit verrichtet wird, die diese Wahlfreiheit erst ermöglicht: Ein Lagerarbeiter im weißen Mantel packt ab.⁵⁹⁸

Das Paketieren von Waren kommt auch in WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN ins Bild. Anstatt des Übergangs zwischen Vorder- und Hinterbühne des Verkaufs verweist der Film aber vor allem auf die Organisation des Warentransports, die das einzelne Geschäftslokal übersteigt. Die Transportlogistik steckt Mitte der 1960er Jahre ebenfalls im Effizienzfieber. Mit Lieferrampe und Magazinwagen („eine echte Rationalisierung ihres Betriebes“), betont der Film, könne das einzelne Lebensmittelgeschäft von ihrer Modernisierung profitieren.⁵⁹⁹

Der zunehmenden Internationalisierung des Warenverkehrs, die sich etwa auch in der Rationalisierung und Normierung des Transports abzeichnete⁶⁰⁰, hält der Film das Regionale entgegen, der Filialbildung den einzelnen Betrieb. Zum Abschluss legt pro Bundesland je ein Kaufmann (einmal: eine Kauffrau) Zeugnis ab von den Chancen der Umstellung auf Selbstbedienung. Erst hier kommt, in der Wortspende eines Händlers aus dem dritten Wiener Bezirk, die Rede auf die „großen Geschäfte“, gegen die er sich durchsetzen müsse.

⁵⁹⁶ Vgl. N.N.: „Einkaufen leicht gemacht“, in: *Der Schlüssel*, 7. Jg. (1/1957), S. 7. Monika Bernold vermutet, dass der Film schon 1953 in Österreich eingesetzt wurde. Vgl. Bernold: „Selbstbedienung und Sichtbarkeit“, S. 138.

⁵⁹⁷ Vgl. N.N.: „Einkaufen leicht gemacht“, S. 7: „Der Film ist besonders für die Hauswirtschaft und für die Verkaufgruppe interessant.“ Zu den Kamerabewegungen, vgl. EINKAUFEN LEICHT GEMACHT, 0:00:56-1:07 und 0:01:33-0:01:50.

⁵⁹⁸ Vgl. EINKAUFEN LEICHT GEMACHT, 0:02:28-0:03:08.

⁵⁹⁹ Vgl. WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN, 0:11:00,17-0:11:30,18. Für Wirtschaftswerbefilme zum Thema Transport, vgl. N.N.: „Aus der Liste der Transportfilme“, in: *Der Schlüssel*, 12. Jg. (2/1962), Nr. 2, 01.02.1962, S. 7.

⁶⁰⁰ Siehe dazu etwa Innovationen der Transportpaletten, für die 1961 auf europäischer Ebene Standardmaße eingeführt wurden. Vgl. Claudia Füssler: „Alles paletti. Die Europalette ist seit 50 Jahren das Holzmaß aller Dinge.“, in: *Die Zeit*, 05.05.2011 (19/2011), <http://www.zeit.de/2011/19/Europalette> (Zugriff: 01.10.2016). Zum Transport als Teil des österreichischen Produktivitätssteigerungsdiskurses, vgl. N.N.: „Die Transportrationalisierung auf der Wiener Herbstmesse 1960“, in: *Der Schlüssel*, 10. Jg. (10/1960), S. 3.

Gar nicht ausgesprochen wird hingegen die in den 1950er Jahren noch vielfach geäußerte Sorge vor Ladendiebstahl durch die Kundschaft.⁶⁰¹ An EINKAUFEN LEICHT GEMACHT hat Monika Bernold herausgearbeitet, wie ein Überwachungs- und Disziplinierungsregime der Selbstbedienung zugleich angespielt und als solches verwischt wird: Ein Einkaufsakt im Spiegel oder eine Totale des Geschäftsraums aus der Vogelperspektive codieren Kontrollblicke in die Darbietung von Fülle und Auswahl um.⁶⁰² In WENIGER LAUFEN – MEHR VERKAUFEN wirkt die Diebstahlsüberwachung sublimiert in aufgeräumte Totalen, durch die sich Kundinnen und Kunden nicht in unübersichtlichen Trauben, sondern stets gestaffelt bewegen (**Abb. 73-76**).⁶⁰³ Mehr Indiskretion in der Überwachung wollte man sich vielleicht bei einem Film nicht leisten, der immerhin bereits damit beginnt, dass eine versteckte Kamera Kundinnen und Kunden auf den Leib rückt.

⁶⁰¹ Vgl. Bernold: „Selbstbedienung und Sichtbarkeit“, S. 142; Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, 97.

⁶⁰² Vgl. ebd., S. 142.

⁶⁰³ Vgl. WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 0:01:07,05-0:01:48,11, 0:05:49,22-0:06:47,12, 0:08:54,20-0:09:23,20.



Abb. 73-76



V. SAMMELN UND ORDNEN

V.1. Anhäufungen vor zahlendem Publikum

Im vorigen Kapitel war davon die Rede: Der Werbefilm KONSUM SELBSTBEDIENUNG verschränkt zwei Inszenierungen von Fülle ineinander. Das Arrangement des versammelten Warenangebots durch die Inneneinrichtung des Geschäfts (Höhe und Stellung der Regale, Anordnung der Produkte, Licht etc.) wird für das Filmpublikum in eine Inszenierung zweiter Ordnung überführt, die von der Kameraoperation des Schwenks strukturiert ist. Dieser transformiert die räumliche Ansammlung von Konsumartikeln in ein Fließband, auf dem sie als hintereinander geordnete Menge von Details durch den Bildausschnitt ziehen.

Auch viele Filme, die einzelne Produkte bewerben, weisen markante Dramaturgien der Anhäufung und Aneinanderreihung auf: Im Dienste der Verkaufspräsentation werden Erzähl- vignetten, Argumente, Schauwerte aufgestapelt oder Produktfamilien in einer Nummernrevue vorgestellt. Für Industriefilme, speziell im Bereich der nichtkommerziellen Auswertung, spricht Yvonne Zimmermann von einer „Rhetorik der Akkumulation, einer Ästhetik der Anhäufung von Objekten und Subjekten, von Waren, Maschinen und Menschen“.⁶⁰⁴ Verwandte Ästhetiken der Anhäufung finden sich, ungleich komprimierter auf wenige Minuten, im knapperen Format des Werbefilms für die Auswertung im kommerziellen Kinobetrieb. Neben den überlieferten Filmen belegen dies auch Ausführungen aus der Praxis. So zählt der arrivierte Wiener Kurzfilmhersteller Hans Ludwig Böhm 1936 in der Fachzeitschrift *Reklame-Presse* unter den etablierten „Kategorien des Werbefilms“ neben Trick- und Kurzspielfilm als gleichrangiges Drittes die „Photomontage“ auf: „[S]ie wirkt besonders durch geschickten Schnitt und mitreißendes Tempo, wobei realistische Bilddarstellungen in zweckmäßiger Aneinanderreihung oder Überblendung zum Schluß in meist überraschender Weise auf den Werbeeffect hinführen.“⁶⁰⁵

⁶⁰⁴ Zimmermann: „Industriefilme“, S. 271. Vgl. ebd. 274f.

⁶⁰⁵ Hans Ludwig Böhm: „Filmwerbung und Werbefilm.“, in: *Reklame-Presse*, September 1936, 1. Jg. (2/1936), S. 2.

In diesen montageintensiven Filmen, die in großen Teilen auf bereits existierendes Material zurückgreifen, steht der Werbefilm am deutlichsten im Zeichen des Sammelns und Ordnen. Aber auch in gängigen Spielfilm- und Zeichentrick-Varianten des Werbefilms wird das Ansammeln und Anordnen von Mengen formgebend – dramaturgisch, wenn beispielsweise dasselbe Produkte binnen zwei, drei Minuten die Probleme nicht einer, sondern von sechs, sieben Figuren in Folge löst,⁶⁰⁶ oder bildästhetisch, wenn Gruppen von Zigaretten oder Briketts in Formation tanzen. Gerade an den letztgenannten Revuetanznummern, wie sie sich vor allem in Animationsfilmen der 1930er Jahre finden,⁶⁰⁷ ist die Nähe zur Produktionsform unübersehbar: Beides erfolgt massenweise, in abgestimmten, standardisierten Bewegungen, die auf einen übergreifenden Organisationszusammenhang bezogen sind.

Letztere Filme bestätigen die Beobachtung eines zunehmenden Eigenlebens der massenproduzierten Dinge, die Autorinnen und Autoren zwischen Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts wiederholt gemacht haben. Statt wie in den Texten von Theodor Vischer oder Arnold Zweig tückisch gegen die Individualwürde des bürgerlichen Subjekts vorzugehen, wird dieses Eigenleben der Warendinge aber in den Werbefilmen in die geordnete Bahn einer Tanzformation gelenkt, die deren Herstellungsweise ähnelt.⁶⁰⁸ Genau in dieser Ähnlichkeit zum Produktionsprozess sind die Warentänze Massenornamente in dem Sinn, in dem Siegfried Kracauer diesen Begriff 1927 setzt: Ihr Erkenntniswert liegt darin, dass sie einen Stand kapitalistischer Rationalität ästhetisch einholen, ihre Begrenztheit darin, dass sie auf diesem verharren und ihn naturalisieren.⁶⁰⁹

In Serie: Regelmäßigkeit aus Verschiedenem

Während die Versammlung von Warenmengen im Bildraum den geteilten *Massen*charakter der beworbenen Ware und des Reproduktionsmediums Film betont, heben die diversen Ästhetiken der *sukzessiven* Ansammlung in der zeitlichen Abfolge, von denen dieses Kapitel vor allem

⁶⁰⁶ Für eine besonders personalintensive Werbeerzählungsdramaturgie, vgl.: CONNAISSEZ-VOUS ÇA, 1956, Central-Film (Zürich) für Maggi. Quelle: „Short Films with Swiss Film Music“, DVD, in: *Swiss Film Music Anthology 1928-2012*, DVD-Box, herausgegeben von Mathias Spohr, Lausanne: Fondation Suisa 2014, 3’57”.

⁶⁰⁷ vgl.: SONNE INS HAUS – SONNE-BRIKETTS, 1932, für Sonne-Briketts (Freienhufen), Regie: Hans Fischerkoesen. Quelle: *Geschichte des deutschen Animationsfilms*, DVD 6, kuratiert von Ulrich Wegenast, Berlin/München: absolut medien 2011, 3’01””; MURATTI GREIFT PRIVAT, 1935, für Muratti, Regie: Oskar Fischinger. Quelle: *vimeo*, <https://vimeo.com/ondemand/33906> (Zugriff: 8.2.2017), 2’26”.

⁶⁰⁸ Vgl. Michael Cowan: „Advertising and Animation: From the Invisible Hand to Attention Management“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 99-103.

⁶⁰⁹ Vgl. Siegfried Kracauer: „Das Ornament der Masse“, in: Ders.: *Das Ornament der Masse*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 59f. [Orig. 1927].

handelt, dagegen das gemeinsame *Serielle* an Film und industrieller Produktion hervor. Voraussetzung der industriellen Revolution, so Jean Baudrillard, „ist die Serie, das heißt die Möglichkeit, zwei oder n identische Objekte zu produzieren.“⁶¹⁰ Ein Serienprodukt in diesem Sinn maschinell gewährleisteter Identität ist ein Film in seiner Eigenschaft als Kopie ohne Original, als idealerweise austauschbares ‚Reprodukt‘. Als Aneinanderreihung von Einzelbildern ist Film hingegen seriell in einem eher an Gilles Deleuzes Differenzphilosophie orientierten Modus unabgeschlossener Transformation.⁶¹¹ Wie die Kaderabfolge am Filmstreifen, so vollführt auch der Filmschnitt – noch vor aller Erzählung oder Argumentation, Steigerung oder Kontrastierung – erst einmal: Reihenbildung. An Film als Serie interessieren im kommenden Abschnitt allerdings weder allein Prozesse generativen Werdens noch die mechanische Reproduktion des Gleichen. Für die Frage nach Verschränkungen von Rationalisierung und Kontingenz ist die Serie vielmehr als Denkfigur ergiebig, insofern sie eine Spannung hält: zwischen der Sammlung von Verschiedenem und der Ausbildung von Regelmäßigkeiten.

Nicht nur die industrielle Produktion, auch die von ihr mit hervorgebrachte Konsumwirtschaft „geht mit einem ungeheuren Serialisierungsschub einher, mit einer Wirtschaftsontologie, von der schon Günther Anders 1956 schrieb, in ihr gelte, dass das nur Einmalige nicht sei: ‚Realität wird durch Reproduktion produziert; erst im Plural, erst als Serie, ist Sein.‘“⁶¹² Als Werbefilme beziehen sich die untersuchten Arbeiten aus den 1930er bis 1960er Jahren auf spezialisierte Wissens- und Meinungsbestände über diese Konsumökonomie, die zunehmend akademisch institutionalisiert werden. Schon in den 1920er Jahren erlebt die Werbeforschung im deutschen Sprachraum eine Konjunktur. Die Idee einer seriellen Gliederung von Werbung ist zu dieser Zeit vor allem mit dem Begriff des Rhythmus verbunden: In der viel beachteten Untersuchung *Rhythmus und Resonanz als ökonomisches Prinzip in der Reklame* (1926) plädiert Fritz Pauli, Werbeleiter des Hamburger Gummiunternehmens Phoenix, für die schrittweise, regelmäßig getaktete Präsentation von Werbebotschaften. Allmählich erleuchtete Lichtreklamen oder Plakatserien, die entlang von Bahnstrecken platziert wurden, sollen in sorgsam austariertem Abstand Element für Element einer Werbung enthüllen, um den potenziellen Kundinnen und Kunden mit möglichst wenig psychischem Arbeitsaufwand

⁶¹⁰ Jean Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod*, Berlin: Matthes & Seitz 2011, S. 101 [frz. Orig. 1976].

⁶¹¹ Vgl. Benjamin Beil/Lorenz Engell/Jens Schröter/Herbert Schwaab/Daniela Wentz: „Die Serie. Einleitung in den Schwerpunkt“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2012), S. 11.

⁶¹² Beil/Engell/Schröter/Schwaab/Wentz: „Die Serie“, S. 13.

einzuweisen.⁶¹³ Die Zergliederung reicht bis in die Markennamen hinein: „Mi|ni|max“, „E|li|da|E|li|da“. ⁶¹⁴ Unter den zeitgenössischen Werbefilmen lobt Pauli ambitionierte rhythmische Kompositionen wie Arbeiten Walter Ruttmanns oder KIPHO (1925) von Guido Seeber und Julius Pinschewer. ⁶¹⁵

Auch in Österreich werden Paulis Ausführungen aufmerksam rezipiert. ⁶¹⁶ Für die vielgliedrige Gestaltung der Werbefilme, um die es im Folgenden geht, haben aber diese und ähnliche Werbetheorien einer rhythmisierten Informationsaufnahme wohl weniger den Ausschlag gegeben als die unabgeschlossene Serialität, die der Warenwerbung auf massenmedialer Basis ohnehin eignet: In einer Werbekampagne bilden Filme, Plakate, Anzeigen, Lichtreklamen etc. miteinander Reihen aus, selbst wenn die Abstimmung der einzelnen Werbebemühungen untereinander in Österreich bis in die 1960er Jahre meist noch nicht von einer *full service*-Agentur nach US-amerikanischem Modell gewährleistet wurde. ⁶¹⁷ Slogans, Grafiken, Logos zirkulieren zwischen verschiedenen Werbungen für ein Unternehmen, von Werbefilm zu Werbefilm wandern ganze Sequenzen weiter.

Im Kino: Umkämpfte Aufmerksamkeit

Die Formen des Sammelns und Ordnen in diesen Filmen beziehen sich nicht nur erstens auf eine Wirtschaft industrieller Massen- und Serienproduktion und zweitens auf eine Aufmerksamkeitsökonomie rhythmischer Periodisierung, sondern drittens auch auf den Kinosaal als einen Ort der *Versammlung* zur Zerstreung in einer dominanten dispositiven *Anordnung*. Zwar trugen vielfältige Technologien zur mobilen und Tageslicht-Projektion gerade den Werbefilm ab den 1920er Jahren hinaus aus den Kinosälen. ⁶¹⁸ Trotzdem galt gerade die Vorführsituation im abgedunkelten Saal, im Vorprogramm kommerzieller Kinovorstellungen,

⁶¹³ Vgl. Cowan: „Advertising, Rhythm, and the Filmic Avant-Garde in Weimar“, S. 38-44; Nsiah: „Werbe-/Industriefilm“, S. 176-181.

⁶¹⁴ Cowan: „Advertising, Rhythm, and the Filmic Avant-Garde in Weimar“, S. 39, 44.

⁶¹⁵ Vgl. Fritz Pauli: „Das Problem des Werbefilms“, in: *Die Reklame*, 19. Jg. (1926) S. 617.

⁶¹⁶ Vgl. N.N.: „Rhythmus und Resonanz als ökonomisches Prinzip in der Reklame. (Ein interessanter Vortrag Fritz Pauli's.)“, in: *Kontakt*, 1. Jg., 7 (1926), S. 8; Fritz Pauli: „Werbesachenprüfung. Aus dem webpsychologischen Laboratorium der Georg Schicht A.-G., Aussig A. E.“, in: *Kontakt*, 4. Jg. (3/1929), S. 3-4; Paul Krasnicki: „Systematisierte Reklame“, in: *Österreichische Reklame*, 3. Jg. (1/1929), S. 20f.

⁶¹⁷ Vgl. Interviews des Autors (gemeinsam mit Sema Colpan und Lydia Nsiah) mit Kurt Mayer (6.10.2010), Peter Mayer (17.7.2011) und Harro Pfeiffer, dem früheren Geschäftsführer der Werbeagenturen Eggert und Grey Group Austria (27.4.2011). Vgl. Natalie Hofer/Nicole Klein: *Werbung: Film und Spot. Eine Analyse von Werbefilmen und Werbespots unter Berücksichtigung von werbegeschichtlichen und sozioökonomischen Bedingungen sowie von film- und gestaltungstechnischen Merkmalen*, Dipl., Wirtschaftsuniversität Wien 2005, S. 38.

⁶¹⁸ Vgl. Michael Cowan: „Taking it to the street: screening the advertising film in the Weimar Republic“, in: *Screen*, 54. Jg. (4/2013), 463-479.

als wesentliches Atout des Films unter den Werbemitteln. „Warum Kino-Reklame?“, fragt beispielsweise 1935 eine Anzeige in der *Österreichischen Reklamepraxis*, und antwortet:

Müde und abgelenkt von der Tagesarbeit flüchtet man ins Kino und sucht dort Entspannung und Erholung. Und gerade der psychologisch so wichtige Zeitpunkt, zwischen dem Eintritt in den Kinosaal und Beginn der Vorstellung, steht Ihnen für Ihre Werbezwecke zur Verfügung. Nützen Sie diesen günstigsten Zeitraum zum Erfassen des Publikums! Und das Wichtigste jeder muß diese Reklame sehen!⁶¹⁹

Dieser Werbetext für die Dienste des Unternehmens Reklame Müller wiederholt eine Erzählung zur Effektivität des Werbefilms im Rahmen kommerzieller Kinovorstellung, die zu diesem Zeitpunkt bereits gut etabliert war.⁶²⁰ Das Kino, lautet sie, stellt ein aufnahmeberechtigtes Massenpublikum bereit, das im dunklen Saal gar nicht anders kann, als der Werbung ungeteilte Aufmerksamkeit zu schenken. (Noch 2015 wurde der Kinosaal mit demselben Argument als privilegierter Schauplatz für Werbung angepriesen, diesmal vor dem Hintergrund einer verschärften Marktfragmentierung und dem Wuchern medialer Kanäle.)⁶²¹

Dabei handelt es sich allerdings wiederum eher um ein Werbeversprechen als um eine nuancierte Einschätzung alltäglicher Kinoerfahrung. Laut zeitgenössischer Film- und Werbe-fachpresse wurden für Kinos gebuchte Werbefilme und -dias, wenn überhaupt, häufig mit weit größerer Geschwindigkeit als vereinbart heruntergespielt.⁶²² Das mag der Zeitökonomie der Kinobetreibenden geschuldet sein, weist aber auch auf die geringe Beliebtheit der Werbefilme beim zeitgenössischen Publikum hin.⁶²³ Wie offener Hohn gegen das beanspruchte Aufmerksamkeitsmonopol des Werbefilms im Kinosaal mutet die angebliche Erfindung eines süddeutschen Kinobesitzers an, von der die Lichtspieltheater-Fachzeitschrift *Das Kino-Journal* 1936 empört berichtet: „Zur Bequemlichkeit der Zuspätkommenden“ habe dieser „einen elektrischen Apparat konstruiert und im Warteraum des Kinos aufgestellt, welcher mit Leuchtschrift anzeigt, wie weit das Programm abgelaufen ist. Die Schrift zeigt an: Reklame oder Diapositive, Vorspannfilm, Wochenschau, Schlager.“⁶²⁴ Das Skandalon besteht darin, dass

⁶¹⁹ N.N.: „Warum Kino-Reklame?“ [Werbeanzeige], in: *Österreichische Reklame-Praxis*, 2. Jg. (2/1935), S. 89.

⁶²⁰ Vgl. Käthe Kurtzig: „Die Arten des Werbefilms“, in: *Industrielle Psychotechnik*, 3. Jg. (10/1926), S. 310f.

⁶²¹ Vgl. Patrick Vonderau: „Introduction: On Advertising's Relation to Moving Pictures“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 1.

⁶²² Vgl. N.N.: „Hauptversammlung des Bundes der Wiener Lichtspieltheater“, in: *Kino-Journal*, 1392, 10.04.1937, S. 5; N.N.: „Die Kinodiapositive“, in: *Kontakt*, 6. Jg. (3/1931), S. 66; Friedrich Stetter: „Der Reklametonfilm“, in: *Österreichische Reklame*, 4. Jg., (5/1930), S. 12; W. Spängler: „Kino-Reklame“, in: *Österreichische Reklame*, 7, 2. Jg. (1928), S. 23.

⁶²³ Vgl. Jeanpaul Goergen: „In filmo veritas! Inhaltlich vollkommen wahr. Werbefilme und ihre Produzenten“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 2. Weimarer Republik. 1918-1933*, hrsg. v. Klaus Kreimeier/Antje Ehmman/Jeanpaul Goergen, Stuttgart: Reclam 2005, S. 351.

⁶²⁴ N.N.: „Zur Bequemlichkeit der Zuspätkommenden“, in: *Kino-Journal*, 1364, 25.09.1936, S. 4f.

Taktiken der Nichtbeachtung von Werbung durch das Publikum hier von Seiten des Kinobetriebs apparativ unterstützt würden. Gemeinsames Opfer sind die Werbetreibenden.

Dem unsachgemäß beschleunigten Abspielen von Werbefilmen schob der Tonfilm einen Riegel vor, wie in der *Österreichischen Reklame* mit einiger Genugtuung vermerkt wurde.⁶²⁵ Die Projektion als Vorprogramm bei abgedunkeltem Saal blieb allerdings bis in die 1950er Jahre hinein nur eine von zwei in Europa gängigen Vorführweisen, neben der Vorführung bei halb oder ganz erleuchtetem Saal in den Pausen.⁶²⁶ Die Werbetreibenden bevorzugten klar die günstigeren Projektionsbedingungen im Vorprogramm, in Österreich ist aber auch die Pausen-Projektion dokumentiert.⁶²⁷

Mit einer Länge von bis zu etwa 100 Metern – bei einem Tonfilm also: etwas über dreieinhalb Minuten Dauer – hatte der Werbefilm für den kommerziellen Kinobetrieb bis in die 1960er Jahre zwar eine geradezu luxuriöse Zeitökonomie im Vergleich mit den Spot-Formaten des ab 1959 in Österreich gesendeten Werbefernsehens.⁶²⁸ Um Aufmerksamkeit und Geduld eines zahlenden Publikums unter womöglich suboptimalen Vorführbedingungen entgegenzukommen, wurden Werbefilmschaffende aber angehalten, ihre Filme trotzdem knapp zu halten⁶²⁹ und nach den Standards der Filmunterhaltung zu gestalten, für die das Publikum schließlich gezahlt hatte.⁶³⁰ Die im Werbefilm beliebten Formate Sketch oder Gesangsnummer fügen sich ebenso dieser Empfehlung wie der Zeichentrickkurzfilm, der in Österreich bis 1970 überhaupt weitgehend im Auftrag der Werbung entstand. Aber auf welche Reize des Unterhaltungskinos bezieht sich die von Hans Ludwig Böhm im selben Atemzug genannte

⁶²⁵ Stetter: „Der Reklametonfilm“, S. 12.

⁶²⁶ Vgl. Paul Meyer-Widmer: „Die Stellung des Films in der modernen Werbung“, in: *Die österreichische neue Werbung* (5-6/1956), Beilage: „Vom 25. Bis 27. Oktober 1956 veranstaltete das Wirtschaftsförderungsinstitut [...]“, S. 68; Yvonne Zimmermann: „Advertising and Film: A Topological Approach“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 28.

⁶²⁷ Vgl. Spängler: „Kino-Reklame“, S. 23. In der Schweiz bietet der Werbefilmhersteller Praesens-Film seinen Werbekunden neben anderen Serviceleistungen explizit die Kontrolle an, ob der Film in Kinosälen wie vereinbart bei Abdunkelung projiziert wird. Vgl. Regula Bochsler/Pascal Derungs (Mitarbeit): „Swiss Made – Ein Jahrhundert Schweizer Werbefilm“, in: *Und führe uns in Versuchung. 100 Jahre Schweizer Werbefilm*, hrsg. v. Regula Bochsler/Pascal Derungs, Zürich: Museum für Gestaltung 1998, S. 49.

⁶²⁸ Angaben zur Filmlänge kurzer Kino-Werbefilme in den 1920er und 1930er Jahren lauten: „etwa 100 Meter“ – Kurtzig: „Die Arten des Werbefilmes“, S. 311; „Höchstlänge 120 m“ – Stetter: „Der Reklametonfilm“, S. 12; „bis rund 100 Meter“ – Goergen: „In filmo veritas!“, S. 352. Zu den Längenformaten in Europa in den späten 1940er Jahren (mit nationalen Höchstlängen zwischen 70 und 120 Meter), vgl. Zimmermann: „Advertising and Film“, S. 28. Die Tarife für Fernsehspots wurden dagegen schon 1959 in 15 Sekunden-Blöcken abgerechnet. Vgl. N.N.: „Werbefernsehen in Österreich“, in: *WWG Informationen*, 10 (1958), S. 8.

⁶²⁹ Heinz Scheichlbauer, Direktor der Österreichischen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft, gibt 1956 auf einer Tabelle Optionen bis zu 140 Meter an, deklariert sich aber als „Anhänger des kurzen, zirka 15 bis 30 m langen Werbefilmes“. Heinz J. Scheichlbauer: „Warum auch Kinowerbung?“, in: *Die österreichische neue Werbung* (3-4/1956), S. 18.

⁶³⁰ Vgl. Böhm: „Filmwerbung und Werbefilm.“, S. 2; Stetter: „Der Reklametonfilm“, S. 12.

„Fotomontage“? Und genereller: Welche Funktionen erfüllt Reihenbildung in einem Format, das doch eigentlich auf pointierte Kürze abzielt?

Der letzten Frage geht das Kapitel anhand dreier Filmkorpora nach: Der bereits erwähnte Werbefilm-Typus der Fotomontage wird anhand einer Reihe von Werbefilmen untersucht, welche die Wiener Kurzfilmhersteller Gustav, Adi und Rudolf Mayer zwischen 1936 und 1941 produzierten. Dank überlieferter Firmenaufzeichnungen Rudolf Mayers kann das Serielle dieser Filme – in ihrer jeweiligen Binnenform und im Verhältnis zueinander – zu handwerklichen und geschäftlichen Praktiken der Werbefilmproduktion dieser Periode in Wien ins Verhältnis gesetzt werden. Auf so sparsame wie einfallsreiche Weise machen diese Filme sich ein unübersichtlich wachsendes Laufbildarchiv der Welt zunutze, während sie es einer katalogischen Ordnung zuführen und mit Trickeffekten überschreiben.

Weniger als serielle Montage denn als Nummernrevue funktionieren einige Animationswerbefilme aus dem einsetzenden Massenwohlstand der 1950er Jahren. Die Einheit einer Marke wird hier aufgefächert zum Dach, unter dem diverse Produkte, Zielgruppen, Verwendungsmöglichkeiten, Fantasien Platz haben. Farbenprächtige Animation häuft Mengen an und sortiert sie zur Vielfalt auseinander.

Um 1960, als die Werbung in Österreich im Fernsehen ankommt und international eine gut publizierte ‚kreative Revolution‘ durchlebt,⁶³¹ geraten die Serien des Werbefilms in Bewegung. „Stellt die industrielle Warenfertigung die Zeit als Fluss still – die einzelnen Exemplare beziehen keine spezifische Zeitstelle und könnten auch in anderer Reihenfolge ausgefertigt werden –, so akzentuiert die ästhetische Serie Zeit als kreatives Prinzip.“⁶³² In einigen abstrakteren, teils bemerkenswert vielschichtigen Werbefilmen werden die Übergänge zwischen den Elementen fließend und als solche zum eigentlichen Kern der Aneinanderreihung. Das Ineinanderfließen der Formen und Darstellungsmodi veranschaulicht eine Logik der Wertschöpfung, die von mechanischer Reproduktion abweicht. Das Kino befragt hier, in Anbetracht des elektronischen Fernsehbilds, auch seine medienspezifische Spannung zwischen diskontinuierlicher Bildaufzeichnung und der Rezeptionserfahrung kontinuierlicher Bewegung.

⁶³¹ Vgl. Meyers: „The Best Thing on TV“, S. 173-193.

⁶³² Beil/Engell/Schröter/Schwaab/Wentz: „Die Serie“, S. 11.

V.2. Serien

Sich das Filmband als Serie vorstellen heißt die Hierarchien zwischen den Bildern flach halten. Charakteristisch für die Serie als Ordnungsmuster ist, so die Wissenschaftsphilosophin Christine Blättler, „dass sie sich an jeder Stelle unterbrechen und erweitern lässt, dass sie aus einzelnen Gliedern und Zwischenräumen besteht, Kontinuitäten aus lauter Diskontinuitäten herstellt, weder Peripherie noch Zentrum hat“.⁶³³ Gerade dieser Unabgeschlossenheit und niederschweligen Ordnungsbehauptung verdankt die Serie ihre prominente Rolle in der statistischen Erfassung der Welt. Je länger die Versuchsreihe, je umfangreicher der Datensatz, desto klarer scheint der Durchschnittswert durch die Einzelfälle hindurch. Der Filmschnitt als Serie kann gleichermaßen Regelmäßiges an Verschiedenem herausarbeiten, wie das Mary Ann Doane am Genre des *chase picture* durchgespielt hat (*siehe Abschnitt IV.1.*), oder aber Elementen im Nebeneinander ihre Autonomie belassen.⁶³⁴ Die innere Spannung der Serie zwischen der Anhäufung von Kontingentem und dessen Durchmusterung auf Regelmäßigkeiten ist Ausgangspunkt vor allem für die Untersuchung einer Reihe von Werbefilmen aus den 1930er und frühen 1940er Jahren, die tatsächlich ein Archiv durchmustern und neu auswerten.

Die ungleich aufwändiger produzierten Animationsfilme aus den 1950er Jahren, die eine Konsumökonomie der Vielfalt bewerben, spielen dagegen eher einen anderen Aspekt der Serie in den Vordergrund. Indem sie dieselben Produktpräsentationen und -erzählungen jeweils in mehreren Anläufen variieren, akzentuieren sie eine genuin moderne Verknüpfung der Serie mit der Wiederholung. Diese Verbindung zwischen Serie und Wiederholung war noch im Denken des 19. Jahrhunderts keineswegs selbstverständlich. Sie trägt die Signatur einer industriellen Moderne, die an einem liberalen Projekt der Aufklärung als Fortschreiten in eine offene Zukunft aus Entscheidungsfreiheit zu zweifeln begonnen hat: Die Wiederholung, einst der zyklischen Zeitvorstellung traditioneller Kulturen zugerechnet, wird im Herzen der eigenen Produktionslogik wiedergefunden.⁶³⁵ Um 1960, als sich in New York die serielle Kunst entwickelt, wird die Serie, in Überblendung mit der Wiederholung, zu einem Zentralproblem der

⁶³³ Christine Blättler: „Einleitung“, in: *Kunst der Serie. Die Serie in den Künsten*, hrsg. v. Christine Blättler, München: Fink 2010, S. 12.

⁶³⁴ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 190-193.

⁶³⁵ Vgl. Christine Blättler: „Serial Sixties auf Französisch“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2012), S. 77-78.

französischen Philosophie. Am folgenreichsten ist Gilles Deleuzes Lob der unerschöpflichen Produktivität der Serie, die Blättler als Antwort auf Jean-Paul Sartres rezente Parteinahme für die Gruppe und gegen die Serie begreift:

Während Sartre die Wiederholung als von außen aufgesetzte Gleichmacherei kritisiert, die sich in einer selbstgewählten Identität entgegenstellt, wertet Deleuze dies gleich doppelt um: Erstens bestimmt er die Wiederholung als different, und zweitens sollte diese auch gar nicht auf Identität, sondern auf Pluralität hinführen.⁶³⁶

Die besprochenen Werbefilme sind weder Beiträge zur Differenzphilosophie noch Werke jener seriellen Kunst, auf die sich Deleuze in seiner Theoriebildung bezieht. Aber in ihrer Verknüpfung zwischen oft traditionellen Formen von Wiederholungskunst (das Gedicht, das Lied)⁶³⁷ und expliziten wie impliziten Bezügen auf jene serielle Produktionslogik, in deren Dienst sie stehen, tragen auch diese Filme die Verknüpfung von Wiederholung und Serie aus. Wenn ein Werbefilm in drei Durchläufen dieselbe Mayonnaise oder Margarine anpreist, bringt die Reihenbildung zwar Mal um Mal kleine formale Differenzen und semantische Verschiebungen hervor, das aber in einer eng begrenzten Bandbreite.⁶³⁸

V.2.1. Materialserien: „Photomontage“-Filme von (Adi) Mayer’s Filmbüro und Rudolf Mayer (1936-1941)

Im Jahr 1936, als Hans Ludwig Böhm die „Photomontage“ als eine von drei gängigen Spielarten des Werbefilms im kommerziellen Kinobetrieb nennt, kommen drei Werbefilme für das Textilgeschäft Sandera in die Wiener Lichtspielhäuser.⁶³⁹ Gängig ist der Begriff Fotomontage für Printmedien. Die grafische Kombination fotografischer Einzelbilder prägt die populäre Bildwelt der Zeit: als Mittel künstlerischer Analyse und Ausdruck politischer Agitation (etwa auf den

⁶³⁶ Ebd, S. 75.

⁶³⁷ Zu seriellen Formen und Wiederholungskunst vor der industriellen Moderne, vgl. Umberto Eco: „Serialität im Universum der Kunst und der Massenmedien“, in: Ders.: *Im Labyrinth der Vernunft. Texte über Kunst und Zeichen*, hrsg. v. Michael Franz/Stefan Richter, Leipzig: Reclam 1995, S. 301-324.

⁶³⁸ Vgl. THEA MARGARINE, 1955, Adi Mayer’s Filmbüro (Wien) für Thea. Quelle: 40 JAHRE LEHRGANG FÜR WERBUNG UND VERKAUF – 40 JAHRE WERBUNG IN ÖSTERREICH, Farbe, Ton, mp4, 48’45’’, für diesen Film: 0:20:46,22-0:21:54,24. Vgl. KUNER MAYONAISE, 1959, Adi Mayer’s Filmbüro (Wien) für Thea. Quelle: 40 JAHRE LEHRGANG FÜR WERBUNG UND VERKAUF – 40 JAHRE WERBUNG IN ÖSTERREICH, Farbe, Ton, mp4, 48’45’’, für diesen Film: 0:21:55,00-0:23:05,11.

⁶³⁹ Vgl. Böhm: „Filmwerbung und Werbefilm.“, S. 2; *Entscheidungen der Wiener Filmzensur 1934-1938*, hrsg. v. Ballhausen/Caneppele, S. 186, 257.

Seiten der sozialdemokratischen Illustrierten *Der Kuckuck*, die im Februar 1934 einen Tag vor dem Bürgerkrieg eingestellt wird)⁶⁴⁰, aber auch als Instrument der Werbegestaltung.⁶⁴¹

In der synchronen Konfrontation verschiedener fotografischer Elemente durch die Print-Fotomontage werden Größenverhältnisse und Positionierungen oft überdeutlich beredt: Ein Herrenmantel überragt den Stephansdom.⁶⁴² Dagegen wirkt die „zweckmäßig[e] Aneinanderreihung“ (Böhm) von Aufnahmen in den drei Sandera-Filmen erst einmal lapidar.⁶⁴³ Der erste und aufwändigste der Filme, *DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETTHOFFSTRASSE*⁶⁴⁴, eröffnet mit einer Spielfilmsequenz. Die vier Sänger des Bohème Quartetts, einer Wiener Formation im Stil der Comedian Harmonists, finden eine Anstellung als Verkäufer bei Sandera (Geschäftsadresse: Tegetthoffstraße 7, Innere Stadt).⁶⁴⁵ Der bis hierhin nur begleitende Gesang der Gruppierung beginnt nun die Bildebene zu dominieren. Hinter der Ladentheke nebeneinanderstehend, zählen die vier Verkäufer-Sänger auf, wo und wann elegante Herrenanzüge für ein erfülltes Freizeit- und Liebesleben vonnöten sind: „Auf der Straße, / bei der Arbeit, / und beim Sport und im Salon. / Auf der Reise, / im Theater, / und in jeder Situation. / Schöne blonde Frau, da muss man elegant sein, / und ein jeder Herr muss auch als was bekannt sein.“ Jede der genannten Situationen wird durch eine kurze Realfilmaufnahme bebildert, bevor sich ab „in jeder Situation“ ein elegant bemänteltes Paar trifft.

Die aufzählende Montage erinnert weniger an zeitgenössische Fotomontagen als an das illustrierende Werbebild, wie es Roland Barthes 1964 in „Rhetorik des Bildes“ semiologisch aufgeschlüsselt hat. Der Text, so Barthes, verankert und begrenzt die Konnotationsfülle des Bildes, während die schiere Denotation des fotografischen Bildes, sein nur begrenzt in Konnotationen überführbares So-Sein, die symbolische Botschaft naturalisiert.⁶⁴⁶ Am Ende seines Textes präzisiert Barthes die letztere Einschätzung entlang der strukturalistischen Entgegensetzung von Syntagma und Paradigma: Genau gesagt wäre es „*das Syntagma der*

⁶⁴⁰ Vgl. Stefan Riesenfellner/Josef Seiter: *Der Kuckuck. Die moderne Bild-Illustrierte des Roten Wien*, Wien: Verlag für Gesellschaftskritik 1995, S. 313-328.

⁶⁴¹ Vgl. Marion Krammer: „Neuordnung der Wirklichkeit. Fotomontage als neues Medium und ihre Bedeutung für Propaganda, Werbung und Kunst“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 192-197.

⁶⁴² Vgl. ebd., S. 192.

⁶⁴³ Böhm: „Filmwerbung und Werbefilm.“, S. 2.

⁶⁴⁴ *DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETTHOFFSTRASSE*, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://stadtfilm-wien.at/film/186/> (Zugriff: 7.2.2017), 2'39".

⁶⁴⁵ Vgl. Michael Hortnig/Hendrik Schreiner/Josef Westner: „Die österreichische Antwort auf die Comedian Harmonists. Das Wiener Bohème-Quartett“, in: *Grammophon Portal*, <http://grammophon-platten.de/page.php?170> (Zugriff: 29.1.2017).

⁶⁴⁶ Vgl. Roland Barthes: „Rhetorik des Bildes“, in: Ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990, S. 35f., 40 [frz. Orig. 1964].

denotierten Botschaft“, also das auf kein System hin rückführbare, restkontingente Nebeneinander von mehr und weniger bedeutsamen Elementen speziell im fotografischen Bild, welches das „System der konnotierten Botschaft ,naturalisiert“: „Die diskontinuierliche Welt der Symbole taucht in die Geschichte der denotierten Szene ein wie in ein Unschuld spendendes, reinigendes Bad.“⁶⁴⁷

Im Fall der sieben Aufnahmen, welche die Botschaft eines mondänen Lebens dank richtigem Anzugstoff beglaubigen, ist diese Denotation allerdings besonders spröde. Die meisten von ihnen wurden merklich nicht für die Zwecke dieser Werbung, sondern in anderen Zusammenhängen gedreht und hier wiederverwertet. Dass eine mit viel Dampf und Rauch abfahrende Eisenbahn im Zusammenhang von DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETHOFFSTRASSE nicht Geruchs- und Staubbelaustigungen konnotiert, sondern Mobilität und eine ausgesprochen ernst bis skeptisch dreinblickende erste Reihe im Theater nicht Anspannung, sondern gepflegten Kunstgenuss, das gewährleistet nicht nur der gesungene Text. Auch das Syntagma der Einstellungsabfolge trägt seinen Teil dazu bei, indem es einen gemeinsamen Mittelwert an Bedeutung herausrechnet. Die Einstellungen stützen einander in ihren geteilten Konnotationen mondänen Berufs- und Freizeitlebens gegenseitig ab.

Sparsames Spektakel

Die Verknüpfung erlesener englischer Anzugstoffe mit Mobilität, Urbanität und Freizeit treiben die zwei folgenden Sandera-Werbefilme ihrer semantischen Belastungsgrenze entgegen: Je eine halbe Minute lang türmen TEMPO-REKORD und HÖCHSTLEISTUNGEN Archivaufnahmen halbrecherischer Hochgeschwindigkeit aufeinander.⁶⁴⁸ HÖCHSTLEISTUNGEN zeigt Fahrkunststücke eines Autos, bis es sich überschlägt. TEMPO-REKORD reiht mehrere aus dem Ruder laufende Vorwärtsbewegungen hintereinander: Ein Motorboot dreht sich um die eigene Achse, beim Formationsfliegen knallt es, schließlich überschlägt sich auch hier ein Rennauto. In beiden Filmen wird über das finale Unfallvehikel eine Explosion geblendet, daraufhin beginnt das Bild – wie vom Taumel angesteckt – ebenfalls zu rotieren. „Alles aber überbietet – Sandera!“ leitet eine Stimme zum Textilgeschäft über, hinter dessen Tresen das Bohème-Quartett die Firmen-Signation intoniert.

⁶⁴⁷ Ebd., S. 45.

⁶⁴⁸ TEMPO-REKORD, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 55" (25 fps); HÖCHSTLEISTUNGEN, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 43" (24 fps).

Die Verbindung zwischen Schauwerten und Werbebotschaft bleibt in TEMPO-REKORD und HÖCHSTLEISTUNGEN absurd dürftig: Original englisches Tuch überbietet sogar spektakuläre Autohavarien – worin? Erst im seriellen Zusammenhang mit der feiner abgestimmten Urbanitäts- und Mobilitätsrhetorik von DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETTHOFFSTRASSE wirkt der von diesen Filmen recht kantig vollzogene Image-Transfer zwischen Rennstrecke und Anzugstoffgeschäft einigermassen plausibel. Eher als einem Verkaufsargument im engeren Sinn folgen die Filme der unter anderem von Böhm geäußerten Empfehlung, ein Werbefilm für allgemeines Kinopublikum sollte seinen Werbecharakter „erst überraschenderweise am Schluß“ enthüllen.⁶⁴⁹ Im Aufeinanderprall von Motorenlärm und Vokalquartett-Wohlklang, Karambolage und Textil werden diese beiden Filme tatsächlich dem Begriff der Fotomontage gerecht, der in der Zwischenkriegszeit nicht zuletzt einer Ästhetik der schrillen Kontraste und Unverhältnisse verpflichtet war.⁶⁵⁰

Die abschließenden Autounfälle sind auf der Tonspur durch dramatische Musik und Schreie als Höhepunkte markiert. Auf diese rast der gleichmäßig katalogisierende Schnitt allerdings nicht mit einer Temposteigerung zu. Einstellung für Einstellung dieses Segments werden dem Publikum stattdessen in gleichmäßigem Takt als Gabe dargereicht, als Werbe-geschenk. Werbefilme, darauf hat Yvonne Zimmermann hingewiesen, unterscheiden sich für die Auftraggebenden auch darin von Unterhaltungsfilmen, dass ihr Kinoeinsatz nicht Geld einbringt, sondern kostet.⁶⁵¹

In der Anbahnung und Durchführung von Werbeaufträgen hatte die horizontale Aufzählungsdramaturgie, die alle drei Sandera-Filme aufweisen, den Vorzug der Flexibilität. „Die einzelnen Bilder können nach Belieben ausgetauscht oder gestrichen werden“, steht gleich zu Beginn eines Werbefilmentwurfs aus den späten 1930er Jahren, der wie DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETTHOFFSTRASSE von einem Liedtext strukturiert wird.⁶⁵² Ein Entwurf für einen Persil-Werbefilm aus derselben Zeit bietet entlang eines Liedtextes eine längere und eine kürzere Fassung des vorgeschlagenen Films an.⁶⁵³ Beide Entwürfe blieben unrealisiert.

⁶⁴⁹ Vgl. Böhm: „Filmwerbung und Werbefilm.“, S. 2.

⁶⁵⁰ Vgl. Hanno Möbius: *Montage und Collage. Literatur, bildende Künste, Film, Fotografie, Musik, Theater bis 1933*, München: Fink 2000, S. 209-227.

⁶⁵¹ Vgl. Zimmermann: „Advertising and Film: A Topological Approach“, S. 24.

⁶⁵² Erich Meder: „Qualität bleibt Qualität. Ein Werbefilm für ‘Abadie’ von Erich Meder“, in: Firmenarchiv *Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller*, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien, S. 1.

⁶⁵³ Erich Meder: „Wien steht Kopf. Ein Persil-Reklame-Film. Idee von Erich Meder“, in: Firmenarchiv *Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller*, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien, S. 1.

Verfasst vom Schlagertexter Erich Meder, sind sie in den Firmendokumenten des Kurzfilmherstellers Rudolf Mayer erhalten.

1936 arbeitete Mayer, der sich kurz darauf selbständig machte, noch im Familienunternehmen Mayer's Filmbüro. Dabei handelte es sich um eines von einer Handvoll kontinuierlich produzierender, durchwegs klein dimensionierter Kurzfilmunternehmen in Wien.⁶⁵⁴ Arrivierte Werbefilmhersteller wie die Mayers oder Böhm erlebten in der ständestaatlichen Diktatur eine Konsolidierung: Kurzfilmherstellung wurde zum ‚gebundenen Gewerbe‘ ernannt, die Produktion von Werbefilmen für österreichische Unternehmen durch ausländische Filmproduktionsfirmen verboten.⁶⁵⁵ Das Produktionsvolumen stieg von 21 Werbefilmen 1932 auf 61 im Jahr 1936 an. Im Vergleich mit über 650 Werbefilmen in Deutschland anno 1935 ist das allerdings noch immer bescheiden.⁶⁵⁶ Ein einschränkender Faktor mag die Distribution gewesen sein: Wegen Preisdrückerei und unseriöser Geschäftsgebarung beim Platzieren von Werbefilmen in den Kinos standen die österreichischen Anzeigengesellschaften lokal wie international in der Kritik.⁶⁵⁷

Vor dem Hintergrund einer kontinuierlichen, aber wenig kapitalstarken, auf kleine Unternehmen verstreuten Werbefilmproduktion im Wien der 1930er Jahre erhält auch die Wiederverwertung von Filmmaterial ihre Bedeutsamkeit, wie sie in den Sandera-Filmen geschieht. Generalistisch ausgerichtet wie die meisten vergleichbaren Betriebe in Österreich hatte Mayer's Filmbüro seit seiner Gründung anno 1923 Aktualitäten und Wochenschaubeiträge ebenso produziert wie Kulturfilme, Industriefilme oder Filmsegmente für Live-Aufführungen.⁶⁵⁸ Filme wie DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETHOFFSTRASSE, TEMPO-REKORD und HÖCHSTLEISTUNGEN machen das Archiv zum Kapital. Sie häufen Bilder nicht nur an, sondern akkumulieren sie im engeren ökonomischen Sinn, indem diese zur Erweiterung des vorhandenen Kapitals reinvestiert werden. Die Wiederverwertung geschieht auch von einem

⁶⁵⁴ Vgl. Schätz: „Parsing the Archive of Rudolf Mayer Film, Vienna, 1937–9“, S. 257-265.

⁶⁵⁵ Vgl. N.N.: „Die Kurztonfilm-Erzeugung nicht mehr freies Gewerbe“, in: *Kino-Journal*, 1338, 28.03.1936, S. 6; N.N.: „Zum Schutz der heimischen Kurzfilmindustrie.“, in: *Kino-Journal*, 1355, 25.07.1936, S. 10; N.N.: „Unbefugte Kurzfilmherstellung“, in: *Kino-Journal*, 1379, 09.01.1937, S. 4.

⁶⁵⁶ Vgl. Emil Guckes: *Der Tonfilm als Werbemittel in Deutschland*, Diss., Leopold-Franzens-Universität Innsbruck 1937, S. 145; Ralf Forster: *Ufa and Nordmark. Zwei Firmengeschichten und der deutsche Werbefilm 1919-1945*, Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier 2005, S. 176.

⁶⁵⁷ Vgl. Guckes, *Der Tonfilm als Werbemittel in Deutschland*, S. 147; N.N.: „Hauptversammlung des Bundes der Wiener Lichtspieltheater“, S. 4-6; N.N.: „Hauptversammlung des Verbandes der Klein- und Mittelkinos“, in: *Kino-Journal*, 1393, 17.04.1937, S. 6f.; N.N.: „Richtigstellung“, in: *Kino-Journal*, 1394, 24.04.1934, S. 7f.; N.N.: „Die Kinobesitzer für eine Regelung des Reklamewesens“, in: *Kino-Journal*, 1400, 05.06.1937, S. 2-4.

⁶⁵⁸ Vgl. Josef Schuchnig: *Adi Mayer Film 1923-2003. 80 Jahre Filmproduktion. Qualität mit Tradition*, Wien: Adi Mayer's Filmbüro 2006, S. 7f.

Sandera-Film zum anderen: Das Gesangs-Finale aus DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETHOFFSTRASSE beschließt auch TEMPO-REKORD und HÖCHSTLEISTUNGEN.

Aus welchen Quellen die Archivaufnahmen von Freizeitleben und technisierter Mobilität stammen, die in allen drei Filmen zum Einsatz kommen, ist nicht bekannt. Entscheidender als der Ursprung ist für den Reiz dieser Filme *als Serien* aber ohnehin die Beziehung zwischen den Elementen, die durch die serielle Anordnung gestiftet wird. Die verwendeten Aufnahmen sind *stock footage*: Sie zeigen nicht *eine* bestimmte Zugabfahrt oder ein markantes Ereignis in der Geschichte des Kunstflugs, sondern ein unspezifisches, generisches Exemplar davon. Das Gleiten von einer dieser Aufnahmen zur nächsten entlang eines vereinenden Oberthemas – urbane Freizeitkultur in DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETHOFFSTRASSE, Spektakel technisierter Hochgeschwindigkeit in TEMPO-REKORD – erinnert weniger an die harten Kontraste und brutalen Synthesen der Fotomontage⁶⁵⁹ als an die beflissenen bis verspielten Analogiebildungen der Querschnittmontagen in Film und Fotografie der 1920er und 1930er Jahre.

Geordneter Taumel

Die Weimarer Querschnittästhetik, argumentiert Michael Cowan, suche mittels Analogiefiguren abstrakte Regelmäßigkeiten in den wachsenden Kontingenzarchiven fotografisch basierter Bilderfluten.⁶⁶⁰ Arbeiten wie Walter Ruttmanns Hapag-Querschnittfilm MELODIE DER WELT (1930) mit seiner Vielzahl von sich quer über den Globus aufeinander reimenden Bildern, arbeiten an einer Balance „between the schematic and the contingent, flaunting their ability to reproduce anything while also gesturing toward yet-to-be-elucidated categories and correspondences.“⁶⁶¹

Im Unterschied zur Querschnittästhetik werden die Analogiebeziehungen, die DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETHOFFSTRASSE und TEMPO-REKORD herstellen, explizit benannt statt aus der Bildkomposition abgeleitet. Aber besonders TEMPO-REKORD teilt mit Ruttmanns Querschnittfilmen das Lavieren zwischen Übersicht und einem schwindelnden, in die Reize des Gezeigten involvierten Blick. Während die Kamera sich an das Rasen und Taumeln der Fahr- und Flugzeuge heftet, wahrt die inventarisierende Montage Ordnung.

⁶⁵⁹ Vgl. Krammer: „Neuordnung der Wirklichkeit“, S. 195-197.

⁶⁶⁰ Vgl. Michael Cowan: *Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity. Avant-Garde – Advertising – Modernity*, Amsterdam: Amsterdam University Press 2014, S. 55-98.

⁶⁶¹ Ebd., S. 75.

Wenn sich schließlich das Auto überschlägt, wird diese Polarität zwischen Ordnung und Schwindel selbst zum Bild: in der Explosion, die flächig und gleißend hell in der Bildmitte über dem Auto aufblitzt (**Abb. 77-78**).⁶⁶² Einerseits scheint hier für einen Moment das Filmmaterial selbst entzündet, das Bild auf seine mediale Grundlage als Lichtfläche reduziert. Andererseits handelt es sich dabei sichtlich um eine Überblendung, ein Trickbild. Dieses überschreibt die fotografische Aufnahme nach den Bedürfnissen ihrer werblichen Verwendung und verdichtet die verschiedenen Aufnahmen riskanten Tempos zu einem grafischen Zeichen.

In einem sehr ähnlichen Film, den dasselbe Unternehmen fünf Jahre später produziert, legt sich an ähnlicher Stelle statt eines unförmigen Lichtflecks tatsächlich das Logo der beworbenen Firma über das Bild: Auch NIMM DAS STEUER...⁶⁶³ zeigt turbulente Fortbewegung durch Land, Luft und Wasser – letztere vermutlich dem zeitgleich produzierten Kulturfilm FLÖSSER (1941, Bruno Wozak) entnommen.⁶⁶⁴ Dem Titel gemäß liegt das Gewicht der Rennauto-Aufnahmen hier aber nicht auf der Motorenstärke, sondern auf dem Lenkrad, mit dem sich die Kurven des Lebens nehmen lassen. Über dessen Kreisform erscheint als weiße Strichzeichnung das „O“ des Markenzeichens der Ostmärkischen Volksfürsorge, die hier ihre Lebensversicherung bewirbt (**Abb. 79-81**).⁶⁶⁵ Anstatt in einem Lichtblitz zu eskalieren, werden das Kontingenzarchiv des Films und die Mobilisierung der Wahrnehmung in geometrische Grafik abstrahiert.

Abstraktion wird hier zum Schutz vor Übersichtsverlust, zur Versicherung von Ordnung.⁶⁶⁶ In der letzten Einstellung des Films ist die figürliche Bewegung bereits ebenfalls geometrisch überformt: Von einem Fluchtpunkt in der Bildmitte erscheinen Männleinfiguren in Tracht, die im Gleichtakt links und rechts an der Kamera vorbeigleiten (**Abb. 82**).⁶⁶⁷ Selbst diese exzessive Ordnungslust in NIMM DAS STEUER... wird aber in Spannung gehalten mit einer Freude an taumelnder Bewegung. Einige Flugaufnahmen, aufgenommen am Rücksitz eines sich Richtung Boden schraubenden Doppeldeckers, sind beispielsweise noch spektakulärer, durchrüttelnder als in TEMPO-REKORD.

⁶⁶² Vgl. TEMPO-REKORD, 0:00:31,24-0:00:37,24.

⁶⁶³ NIMM DAS STEUER..., 1941, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Ostmärkische Volksfürsorge (Innsbruck). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 2'09" (24 fps).

⁶⁶⁴ Vgl. Günter Krenn: *Die Kulturfilme der Wien-Film. 1938-1945*, Wien: Österreichisches Filmarchiv 1992, S. 30.

⁶⁶⁵ Vgl. NIMM DAS STEUER..., 0:01:32,12-0:01:41,22.

⁶⁶⁶ Vgl. Cowan: *Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity*, S. 47.

⁶⁶⁷ Vgl. NIMM DAS STEUER..., 0:01:51,03-0:02:08,06.



Abb. 77-78

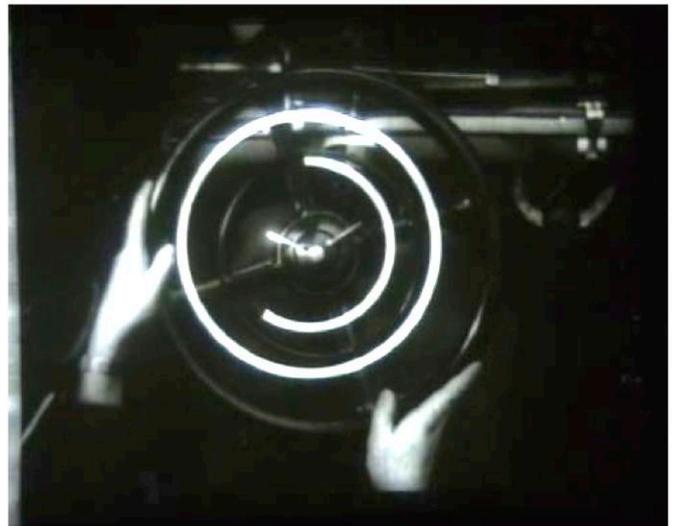
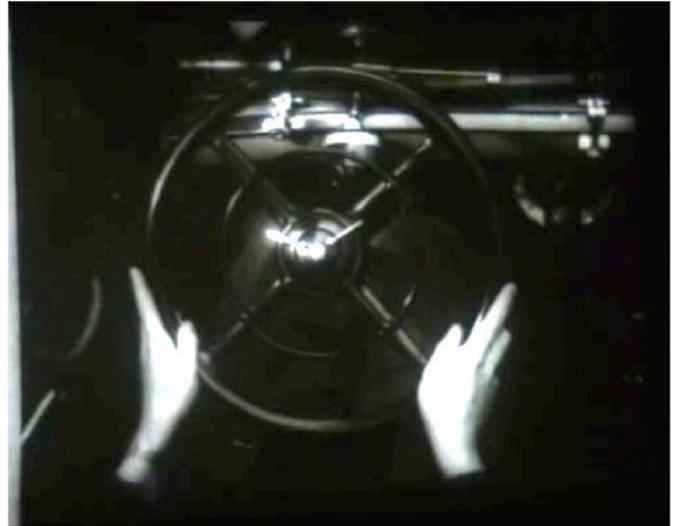
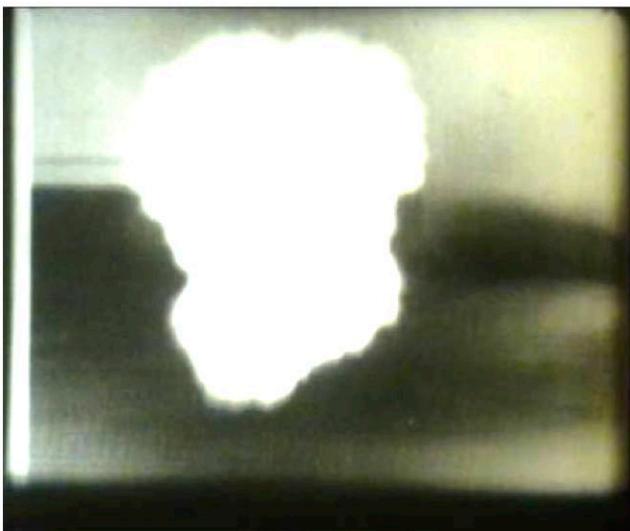


Abb. 79-81

Als NIMM DAS STEUER... 1941 in die Kinos kommt, heißt das Unternehmen Adi Mayer's Filmbüro: Nach dem Tod des Firmengründers Gustav 1936 hat Sohn Adi die Geschäfte übernommen. Bruder Rudolf Mayer gründet 1937 sein eigenes Kurzfilmunternehmen und führt es bis zur Einberufung als Frontkameramann Ende 1939 erfolgreich.⁶⁶⁸ Ähnlich markante, Materialserien verdichtende Überblendungen wie in TEMPO-REKORD oder NIMM DAS STEUER... finden sich in den überlieferten Werbefilmen der beiden Mayer-Brüder – trotz eines ausgeprägten tricktechnischen Einfallsreichtums – selten. Die Überblendung (ALLE NEUNE!⁶⁶⁹: einem Betrunkenen erscheint die mahnende Gattin im Bierglas) ist nur eines in einer Reihe trickfotografischer Mittel, mit denen Rudolf und Adi Mayer – im Einklang mit internationalen Gepflogenheiten im Werbefilm – das Eigenleben moderner Objektwelten andeuten und domestizieren.⁶⁷⁰ Daneben stehen etwa Rückwärtslauf (KOMMT NACH BADEN⁶⁷¹: eine Schwimmerin fällt aufwärts vom Becken zur Punktlandung auf dem Springturm) und Objektanimation (PERLEN DER OSTMARK: ein Strumpf faltet und verpackt sich selbsttätig).

Von dem Film Rudolf Mayers, der diese zähmende Verzauberung der Welt wohl am weitesten trieb, liegen nur zwei Drehbücher vor. DAS GEHEIMNIS DER ZEHN, ein Werbefilm für die Schuhhandelskette Delka, passierte im Dezember 1938 die NS-deutsche Zensur der Filmprüfstelle in Berlin, bislang ist keine überlieferte Kopie bekannt.⁶⁷² Die Überblendung als Mittel, mit dem ein Bild das vorige überschreiben kann, wird in dem Skript für DAS GEHEIMNIS DER ZEHN gewissermaßen serialisiert. Gleich die erste Anweisung nach dem Titel verspricht eine mehrfache Verschachtelung von Bildern: „In der linken Ecke des Bildfeldes erscheint ein großer Mund, der geheimnisvoll den Titel spricht: Das Geheimnis der Zehn? Zugleich springen die Buchstaben in's Bild ein, aus der Null der Ziffer 10 sieht ein Käuzchen, das mit den Augen zwinkert.“⁶⁷³ Aus der Ziffer Null wird eine Uhr, aus dieser eine Gruppe von zehn Menschen, in

⁶⁶⁸ Vgl. Schätz: „Parsing the Archive of Rudolf Mayer Film, Vienna, 1937–9“, S. 258f. Der Erfolg ab 1938 verdankt sich auch der Ausdünnung des Wettbewerbs durch die Verfolgung, Enteignung und Ermordung jüdischer Mitbewerber wie des Werbefilmproduzenten Robert Reich. Vgl. Kay Weniger: *Zwischen Bühne und Baracke. Lexikon der verfolgten Theater-, Film- und Musikkünstler 1933–1945*, Berlin: Metropol 2008, S. 284f.

⁶⁶⁹ ALLE NEUNE, 1939, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Gasgemeinschaft Wien. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 1'43" (25 fps).

⁶⁷⁰ Vgl. Cowan: „Advertising and Animation“, S. 94–97, 99–103.

⁶⁷¹ KOMMT NACH BADEN, 1937, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für die Stadt Baden. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 27" (25 fps).

⁶⁷² Vgl. N.N.: „DAS GEHEIMNIS DER 10, Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien VII (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 62m, W.T. [Werbetonfilm; Anmerkung JS]“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 2.12.1938, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

⁶⁷³ N.N.: „Das Geheimnis der Zehn?“, in: Firmenarchiv *Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller*, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien, S. 1.

Obersicht gefilmt, später wird dieselbe Uhr zum Schlüsselloch.⁶⁷⁴ Diese Abfolge sich reimender Formen erinnert an die technisch aufwändigen Bildübergänge in René Clairs *ENTR'ACTE* (1924). Gilles Deleuze hat Clairs Film als Musterbeispiel eines filmischen Traumbilds beschrieben, in dem sich nicht etwa ein verborgener Sinn metaphorisch ausdrückt, sondern eine Serie permanenter Abwandlungen stattfindet: „ein großer Kreislauf, in dem jedes Bild das vorhergehende aktualisiert und sich selbst in dem nachfolgenden aktualisiert, um möglicherweise zu derjenigen Situation zurückzukehren, aus der es entstanden ist.“⁶⁷⁵

Diese Situation ist in *DAS GEHEIMNIS DER ZEHN* die titelgebende Ziffer. Sie bezeichnet die Anzahl der existierenden Delka-Filialen und erscheint am Ende aus Bildern dieser Filialen zusammengesetzt. Mit diesem Schlussbild erfasst die Bewegung von Bild zu Bild auch die Präsentationsform des Skripts. Die aus Filialenabbildungen geformte „10“ wird in einem der beiden Drehbücher durch eine Skizze dargestellt (**Abb. 83-84**). Diese Zeichnung wird wiederum überlappt von einem aufgeklebten, wegklappbaren Stück Papier, das bereits die nächste, letzte Überblendung darstellt: „Durch die aus den Filialen gebildete Ziffer 10 geht durch die Null eine Revue von Schuhen und Strümpfen in Großaufnahme.“⁶⁷⁶ Auch diese papiergewordene Überblendung ist als Schauwert an ein Publikum gerichtet, das es für den Film einzunehmen gilt – in diesem Fall an die Werbeverantwortlichen des potenziellen Auftraggebers Delka.⁶⁷⁷

Noch das frei flottierende Traumbild, das Mayer im Drehbuch für *DAS GEHEIMNIS DER ZEHN* entwirft, hat allerdings etwas vom Management-Bild (Michael Cowan) des Querschnittfilms an sich.⁶⁷⁸ Während sich etwa *ZWEIGROSCHENZAUBER* (1929), Hans Richters berühmter Werbefilm für die *Kölnische Illustrierte Zeitung*, mit einer schnellen Abfolge absurder Bildreime (Mond wird Glatze, Turmspringerin in der Luft wird Flugzeug) über die Ordnungshuberei des Querschnittfilms lustig macht, bleiben die Reihenbildungen von *DAS GEHEIMNIS DER ZEHN* ganz in der zentral gesetzten Form der „10“, vor allem im Kreis der Null, gebunden.⁶⁷⁹

⁶⁷⁴ Vgl. ebd., S. 1-2.

⁶⁷⁵ Deleuze: *Das Zeit-Bild*, S. 83.

⁶⁷⁶ Vgl. N.N.: „Das Geheimnis der Zehn?“, S. 3.

⁶⁷⁷ Zur Auftragsvergabe für Werbefilm in Wien circa 1936, vgl. Schätz: „Parsing the Archive of Rudolf Mayer Film, Vienna, 1937–9“, S. 260.

⁶⁷⁸ Vgl. Cowan: *Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity*, S. 20.

⁶⁷⁹ Vgl. ebd., S. 96-98.

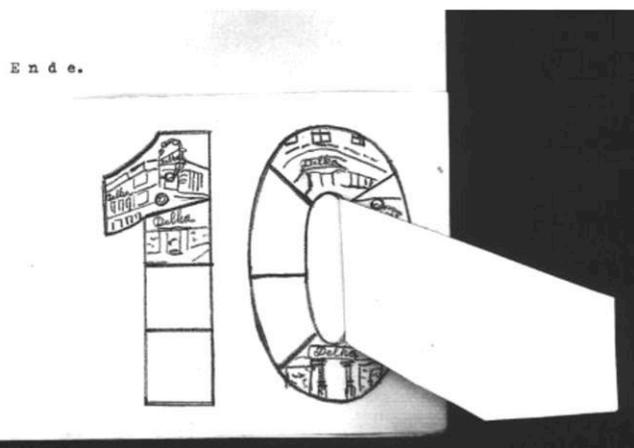


Abb. 82

- 3 -

<p>Bild.</p> <p>In's Bild kommt groß die Tafel D e l k a.</p> <p>Aufzug bleibt stehen. Tafel zerreißt und es erschei- nen aus den Rissen, die Ziffer 10 gebildet aus den 10 Filialen Delka's.</p> <p>Durch die aus den Filialen gebildete Ziffer 10, geht durch die Pull eine Revue von Schuhen und Strümpfen in Großaufnahme.</p> <p>Schlussbild. D e l k a trägt sich gut.</p> <p style="text-align: right;">E n d e.</p> <p>Alle Rechte vorbehalten. Unverbindlicher Vorschlag.</p>	<p>T o n .</p> <p>Sprecher: Delka mit seinen 10 Wiener Filialen.</p> <p>Für jeden Bedarf den D e l k a Schuh und auch den passenden Strumpf dazu.</p>
--	---

Abb. 83-84



V.2.2. Produktserien: Werbetrickfilme von Adi Mayer's Filmbüro und Traum & Maier (1955-1960; 1966)

Die Kreisform dominiert auch Rudolf Mayers berühmteste Trickfotografie: Nach dem Zweiten Weltkrieg spezialisierte er sich, neben nur mehr gelegentlichen Werbefilmaufträgen, auf die Herstellung von Spezialeffekten. Auf seiner optischen Bank realisiert er unter anderem die Landung eines kugelrunden Raumschiffs auf dem Wiener Ballhausplatz für die im Staatsauftrag produzierte Satire 1. APRIL 2000 (1952, Wolfgang Liebeneiner), eine spielfilmlange Zukunftsfantasie über das Ende der Besatzungszeit.⁶⁸⁰

Adi Mayer, der während des Zweiten Weltkriegs verhältnismäßig gut im Kurzfilmgeschäft geblieben war,⁶⁸¹ schloss in der Zweiten Republik erfolgreich an seine vergangene Produktions-tätigkeit an. Adi Mayer's Filmbüro war eines der erfolgreichsten Werbefilmunternehmen im Österreich der 1950er Jahre. Auch die „kurze Blütezeit“ des österreichischen Werbetrickfilms, die Thomas Renoldner zwischen 1955 und 1965 veranschlagt, prägte die Firma entscheidend mit. Charakteristisch für deren Stil ist eine „vereinfachte, aber dafür im Kino umso buntere grafische Darstellung“.⁶⁸² Die am Design der 1950er Jahre orientierten kräftigen Farben und schwungvollen Linien dieser Animationsfilme malten dem Kinopublikum Konsumwelten einer Fülle aus, die im Laufe der ‚Fresswelle‘ in der zweiten Hälfte der 1950er Jahre immer nachdrücklicher nicht allein die verfügbare Menge meinte, sondern auch ein

⁶⁸⁰ Vgl. N.N.: „Rudi Mayer, Kameramann“, in: *Kurt Mayer Film*, <http://www.kurtmayerfilm.com/schwimmer/english/biografien.html> (Zugriff: 29.1.2017), sowie ein aufgezeichnetes Interview des Autors (gemeinsam mit Sema Colpan und Lydia Nsiah) mit Kurt Mayer (6.10.2010). Zur Produktionsgeschichte von 1. APRIL 2000, vgl. Barbara Fremuth-Kronreif: „Der ‚Österreich-Film‘. Die Realisierung einer Idee“, in: 1. APRIL 2000, hrsg. v. Ernst Kieninger/Nikola Langreiter/Armin Loacker/Klara Löffler, Wien: Filmarchiv Austria 2000, S. 11-71.

⁶⁸¹ Als Marktführer in Wien wurde Adi Mayer's Filmbüro bald nach dem ‚Anschluss‘ 1938 von der Ufa für Auftragsakquise und Filmvertrieb eingespannt. Vgl. Forster: *Ufa and Nordmark*, S. 286, 308. Adi Mayer wurde als Frontkameramann eingezogen wie sein Bruder, allerdings 1941 als Bereichsleiter für die DEUTSCHE WOCHENSCHAU nach Wien versetzt. Im Gegensatz zu Rudolf Mayer, dessen Filmproduktion Ende 1939 endet, reichte Adi Mayer noch bis 1943 neue Werbefilme bei der Zensur ein. Vgl. Schuchnig: *Adi Mayer Film 1923-2003*, S. 9f. Vgl. N.N.: „DAS ZAUBERFLÄSCHCHEN: Adi Mayer's Filmbüro Wien (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 90 m“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 15.5.1943, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

⁶⁸² Thomas Renoldner: „Animation in Österreich – 1832 bis heute“, in: *Die Kunst des Einzelbilds. Animation in Österreich – 1832 bis heute*, hrsg. v. Christian Dewald/Sabine Groschup/Mara Mattuschka/Thomas Renoldner, Wien: Filmarchiv Austria 2010, S. 102. Vgl. ebd., S. 104, 107.

abwechslungsreiches Sortiment und die ausdifferenzierte Adressierung unterschiedlicher Zielgruppen.⁶⁸³

Repetitive Menge, moderate Vielfalt

In der Adi Mayer-Produktion *MAGGI WÜRZE*⁶⁸⁴ (1957) werden Menge und Vielfalt in geradezu mustertypischer Arbeitsteilung auf zwei verschiedene Reihenbildungen aufgeteilt: Menge zeigt sich als Kopräsenz im Bildraum, Produktvielfalt als Abfolge in der Zeit. Erst zeigt die Objektanimation in dreimaliger Wiederholung den Einsatz gleich aussehender, aber unterschiedlich etikettierter Maggi-Würzeflaschen (für Suppen, Saucen und Gemüse). Dem jeweiligen Demonstrationsgericht verleiht ein Tropfen Maggi kräftige Färbung. Dann stehen Maggi-Flaschen in einer Reihe zu beschwingter Marschmusik Spalier und schieben sich zur Wiederbefüllung durch eine größere Flasche weiter.

Ähnlich schließt auch der Taschentuchwerbefilm *DAS GUTE FEH*⁶⁸⁵ (1955), wie viele Adi Mayer-Zeichentrickproduktionen gestaltet vom Animationskünstler Martin Bauer, für einige Sekunden an die Massenornamente von Waren im Werbefilm der Zwischenkriegszeit an. Noch deutlicher als bei *MAGGI WÜRZE* sind die geometrischen Bewegungsmuster dabei in Richtung Militärparade überformt: Anthropomorphisierte Taschentuchpackungen marschieren hier in altmodischer Soldatenuniform auf **(Abb. 85)**.⁶⁸⁶ Diese Rückgriffe auf eine eher operettenhafte Militärikonografie spielen weniger auf die 1955 stattfindende Wiederbewaffnung Österreichs an, als dass sie zur Abstraktion der Massenornamente und ihrer Selbstvermittlung kapitalistischer Ratio auf anheimelnde Distanz rücken.⁶⁸⁷

Statt auf der Massenhaftigkeit der Produktion liegt der Schwerpunkt in beiden Filmen auf der Ausdifferenzierung von Vielfalt. Noch das Bild einer gleichförmigen Flaschenreihe in *MAGGI WÜRZE* ist mit einem Versprechen der Individualisierung verknüpft, das die Off-Stimme verkündet: „Maggi-Würze bei Tisch ermöglicht es jedem einzelnen, ganz nach Wunsch zu speisen: deftiger oder milder gewürzt.“ Die unterschiedlichen Gebrauchsweisen für ein Produkt, die hier nur verbal in Aussicht gestellt werden, werden in *DAS GUTE FEH* – wie in vielen

⁶⁸³ Vgl. Sandgruber: *Ökonomie und Politik*, S. 474; Franz X. Eder: „Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980“, in: *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945*, hrsg. v. Susanne Breuss/Wien Museum, Wien: Czernin 2005, S. 30; Kühschelm: „Selbstbedienung und Supermärkte“, S. 46f.

⁶⁸⁴ *MAGGI WÜRZE*, 1957, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Maggi. Quelle: ADI MAYER FILM HISTORY REEL, Farbe, Ton, mp4, 18'12'', für diesen Film: 0:04:14,23-0:05:17,03.

⁶⁸⁵ *DAS GUTE FEH*, 1955, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für feh Taschentücher. Quelle: ADI MAYER FILM HISTORY REEL, Farbe, Ton, mp4, 18'12'', für diesen Film: 0:01:40,00-0:04:13,21.

⁶⁸⁶ Vgl. ebd., 0:03:30,06-0:35,13.

⁶⁸⁷ Zum Abstand des Massenornaments von der Militärparade, vgl. Kracauer: „Das Ornament der Masse“, S. 52.

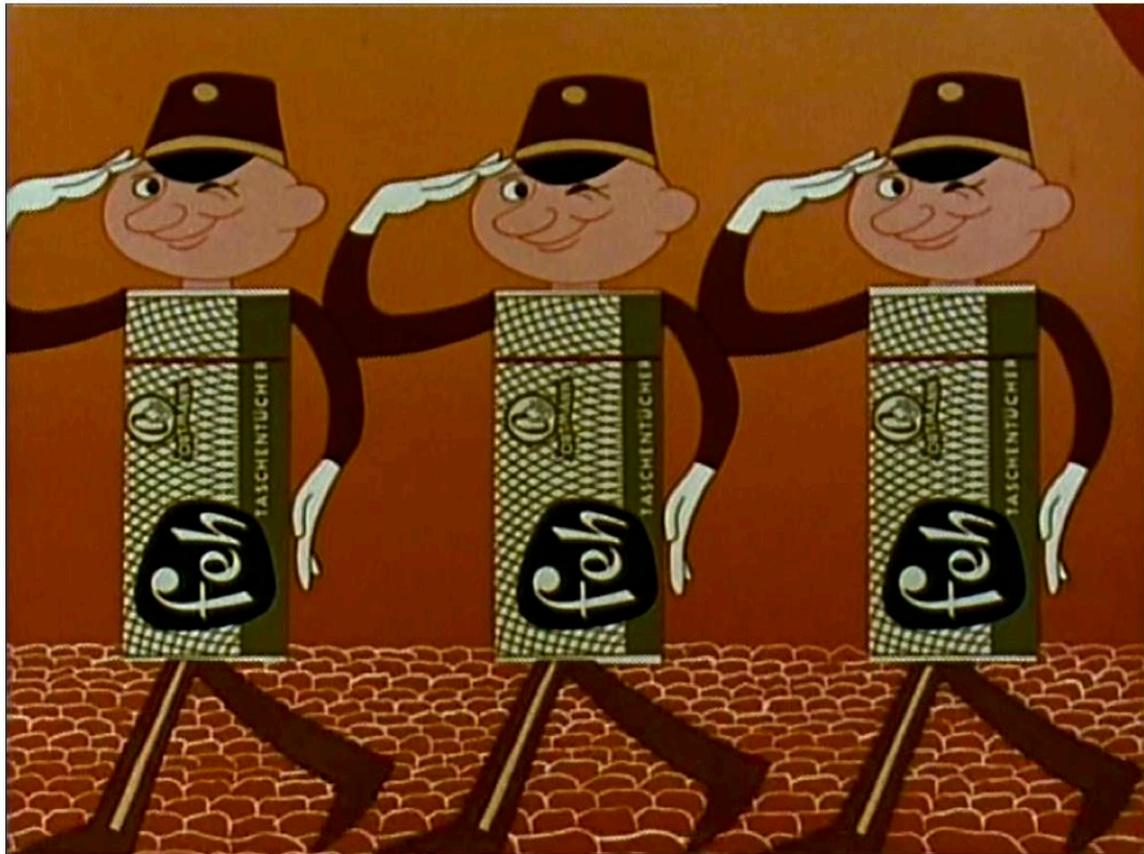


Abb. 85

anderen Werbefilmen der Zeit – in Erzählvignetten aufgefächert. An sie sind auch jeweils verschiedene implizierte Zielgruppen geknüpft: Der Film bewirbt Feh-Taschentücher ebenso für ihre Tauglichkeit beim Wegwischen von Zündkerzen-Ruß oder für die Schonung der Hausfrau vor dem Waschen von Stofftaschentüchern wie über ihre gesundheitshygienische Kernfunktion.

Der Schwerpunkt der Produktschau liegt in DAS GUTE FEH dann auch nicht auf der Zeichentrick-Militärparade, sondern auf Objektanimationen, die analog den unterschiedlichen Verwendungsweisen auch die vielfältige Formbarkeit der weißen Papiertücher betonen. Mal bilden sie eine Spirale, mal eine Blume oder werden von unsichtbarer Hand geknittert. Eine Alternative Duftsorte („mit Eukalyptus-Menthol in der roten Packung“) wird am Ende selbstverständlich ebenfalls vorgeführt.

Zum ausdrücklichen Erzählinhalt wird der Reiz einer Vielfalt des Warensortiments in HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND⁶⁸⁸ (1955), einer Produktion des in den 1950er Jahren ebenfalls tonangebenden Werbefilmstudios Traum & Maier.⁶⁸⁹ Aus Verdruss über die ewig gleichen Speisen geht die Bevölkerung des Schlaraffenlands in Hungerstreik. König Fressalius flieht, das Backwaren-Firmenmaskottchen Anker-Maxi übernimmt die Staatsgeschäfte mit einem Ministerrat, der vor allem aus diversen Eierteigwaren-Packungen besteht: „Ob nun Fleckerl, Sternchen, Perlen oder Nockerlgrieß, / Mascherl, Hörnchen und natürlich Nudeln überdies, / oder ob ihr Makkaroni und Spaghetti seht, / sein Ministerkabinett hat Qualität.“

Ähnlich wie in DAS GUTE FEH, nur pointierter und wertender, erfolgt auch hier die Gegenüberstellung von bloßer Menge und Vielfalt als eine zwischen verschiedenen Animationstechniken: Die Menge an Speisen, die allein das schlaraffische Volk nicht glücklich macht, wird wie die marschierenden Feh-Packungen als Zeichentrick gezeigt, der ausdifferenzierte Anker-Ministerrat dagegen als Puppenanimation. Diese Zuordnung ist eher beliebig, aber die daran geknüpfte konkrete Nutzung von Animationstechniken mit Bedeutung aufgeladen: Auf dem Tisch eines Schlaraffianers landet in einer frühen Zeichentrickeinstellung dreimal ein identisches Backhuhn. Während der Verdruss der knollnasigen Figur wächst, ist das Landen und Wegfliegen des Backhuhns merklich dieselbe animierte Bewegungsschleife in

⁶⁸⁸ HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 1955, Traum & Maier (Wien) für Ankerbrot (Wien), Animation: Paul Obczovsky. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 0:48:00,10-0:50:08,16.

⁶⁸⁹ Vgl. Renoldner: „Animation in Österreich – 1832 bis heute“, S. 106f.

Wiederholung (**Abb. 86-88**).⁶⁹⁰ Die Repetition von Bewegungsphasen, eine arbeitssparende Konvention, wie sie gerade in der in Österreich in den 1950er Jahren üblichen, ökonomischeren Form der *limited animation* häufig vorkommt, wird hier also selbst signifikant gemacht. Ihre Enthüllung des Mechanischen an den Bewegungsabläufen der Animation – das glatte Gegenteil jener unbeschränkt verformbaren „Plasmatizität“, die Sergej Eisenstein an den frühen (*full animation*-)Trickfilmen Walt Disneys faszinierte –⁶⁹¹ verweist innerhalb der Erzählung auf die Menge ohne Abwechslung, gegen die Anker Abhilfe weiß, und sei es nur mit unterschiedlich geformten Eierteigwaren. Ähnlich treiben kurz darauf dreimal im Loop eine Kolatsche und ein Croissant (Verweise auf Ankers primäres Betätigungsfeld als Bäckereikette)⁶⁹² über einen trüben Milch-Bach, als wäre das Gewässer ein Fließband.

In anderen Momenten hingegen führt der Zeichentrick sehr wohl eine hohe Wandelbarkeit der Formen vor, die in eine veritable Formexplosion mündet: Ein Schwein zerfällt, betrübt über den Hungerstreik, in Stelzen, Schinken und Würstel (**Abb. 89-91**).⁶⁹³ Gegen diese extreme Polarität von mechanischer Wiederholung und formflexiblem Stelzen-Werden setzen sich die Puppentrick-Figuren mit fester Form und moderater Beweglichkeit ab. Anker-Maxi und sein Kabinett setzen Vielfalt als eine Ordnung der kleinen Unterschiede in Kraft.

Wie Sibylle Brändli für den Selbstbedienungsladen festgestellt hat, bezeichnet Vielfalt ein Verhältnis. Sie unterteilt die Menge und stellt „eine Relation der lockeren Komplementarität“ zwischen den Teilmengen her. Aus der zählbaren Menge macht sie so eine Fülle, einen „Überschuss, der kein ‚Zuviel‘ markiert, aber über das Genügende hinausgeht und hinausgehen soll“.⁶⁹⁴ Folgerichtig tritt auch das Eierteigwaren-Kabinett im Bildraum wohlgeordnet und nicht eben verschwenderisch individualisiert auf. Erst eine Totale, dann eine Fahrt zeigen die sieben Packungen an einem langen Verhandlungstisch vereint. Je zwei gleichförmige anthropomorphe Anker-Verpackungen sitzen am Tisch nebeneinander, differenziert durch Kleinigkeiten wie Sitzposition und Haltung der Arme (**Abb. 92**).⁶⁹⁵

⁶⁹⁰ Vgl. HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 0:48:10,17-0:48:15,15.

⁶⁹¹ Gertrud Koch: „Film als Experiment der Animation. Sind Filme Experimente am Menschen?“, in: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*, 3. Jg. (1/2012), S. 19. Vgl. dazu auch: Tom Gunning: „Moving Away from the Index“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 46.

⁶⁹² Vgl. N.N.: „Ankerbrot AG“, in: *Austria-Forum*, http://austria-forum.org/af/AEIOU/Ankerbrot_AG (Zugriff: 29.1.2017).

⁶⁹³ Vgl. HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 0:48:24,22-0:48:28,14.

⁶⁹⁴ Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 45.

⁶⁹⁵ Vgl. HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 0:49:27,17-0:49:43,05.

Abb. 86-88



Abb. 89-91



Abb. 92



Abb. 93

Die horizontale Kamerabewegung ist gerade langsam genug, um die aufgestellten Namensschilder („Spaghetti“, „Mascherl“, etc.) lesen zu können. Zum Fülle-Eindruck der Sequenz gehört auch die Relation dieser Einstellung zur begleitenden Tonspur: Das Voice-over zählt dieselben sieben Produktsorten überlappend ebenfalls auf, aber nicht in der Reihenfolge der gezeigten Sitzordnung. Die Überlagerung zweier weitgehend, aber nicht völlig identischer Aufzählertexte trägt einen Überschuss ins Bild, der dennoch „kein ‚Zuviel‘ markiert“.⁶⁹⁶

Ähnlich behutsam fügen die unterschiedlichen Speisetableaus, mit denen die sieben Beilagen abschließend präsentiert werden, dem einheitlichen Gelb der Teigwaren wechselnde Farbflecke hinzu. Die Produktpräsentation in der letzten Einstellung des Films zeigt Fülle nach den Regeln der Warenaufstellung im bald expandierenden Selbstbedienungsgeschäft: geordnet nach den verschiedenen Produkten, von denen keines als Einzelexemplar auftritt (**Abb. 93**).⁶⁹⁷

Erotik und Ornamentik der ‚differenzierten Masse‘

Die Ökonomie der Details in HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND wird nicht so sehr, wie das Philip Rosen für den kommerziellen Spielfilm argumentiert, mittelbar von einer in den narrativen Konventionen wirksamen sozialen Ordnung bestimmt.⁶⁹⁸ Vielmehr bildet sich hier im Management der Details erstaunlich direkt ein bestimmter Stand konsumkapitalistischer Ordnung ab: Nach der Mangelwirtschaft und Grundbedürfnisdeckung der unmittelbaren Nachkriegsjahre rücken deren vermittelnde Agenturen (Werbung, Marketing, Massendesign etc.) wieder die oft minimalen Differenzierungen einer kulturalisierten Warenwirtschaft ins Zentrum der Konsumwerbung.⁶⁹⁹ Als Kulturalisierung der Ware bezeichnet Baudrillard ihre Verwandlung „in eine spielerische und distinktive Substanz“, die Aufladung einer bestimmten Konsumoption mit kulturellen Valeurs, die in der Kaufentscheidung gleichwertig neben den Gebrauchswert treten.⁷⁰⁰ Statt des Hungers spricht HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND den Appetit an, ohne den es laut Off-Kommentar kein Schlaraffenland gäbe.

1956, ein Jahr nach der Herstellung von HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND berichtet der *GfK-Sonderdienst*, die Publikation der bundesdeutschen Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V., von einem „neuen Verbraucher“: An die Stelle eines alten, vertikal

⁶⁹⁶ Brändli: *Der Supermarkt im Kopf*, S. 45.

⁶⁹⁷ Vgl. ebd., 0:49:43,06-0:50:07,01.

⁶⁹⁸ Vgl. Rosen: *Change Mummified*, S. 173.

⁶⁹⁹ Vgl. Martyn J. Lee: *Consumer Culture Reborn. The cultural politics of consumption*, London/New York: Routledge 1993, S. 16-24; 30-39; 84.

⁷⁰⁰ Baudrillard: *Die Konsumgesellschaft*, S. 43.

ausdifferenzierten Klassenmarktes trete die Dominanz einer breiten, nivellierten Mittelklasse. Diese „differenzierte Masse“ würde auf einem so einheitlichen wie vielfältigen Markt ihre Konsumententscheidungen zunehmend nicht mehr nach sozialen, sondern nach „psychischen Eigenarten“ treffen.⁷⁰¹

Der Einfluss psychologischer Faktoren auf Konsumententscheidungen war in den 1950er Jahren keine neue Idee. Nach dem Ende des nationalsozialistischen Regimes forcierten weite Teile der deutschsprachigen Markt- und Werbeforschung vorerst ein rationales Bild des (männlich konzipierten) Konsumenten als *homo oeconomicus*, das der Werbung die Rolle der Information zuschrieb.⁷⁰² Ein erneuter Bezug auf psychologische Werbe- und Konsumtheorien ab Mitte der 1950er Jahre ist nicht zuletzt dem Einfluss der Österreicher Paul Lazarsfeld und Ernest Dichter zu verdanken, die vor der Ständestaat-Diktatur respektive dem Nationalsozialismus geflohen waren.⁷⁰³

Welchen Einfluss die Werbeforschung und -theorie auf den österreichischen Werbefilm der 1950er Jahre ausübte, lässt sich schwer einschätzen. Einerseits schärfte die Spezialisierung sowohl neuer Firmen wie der 1948 gegründeten Traum & Maier als auch einstiger Allrounder wie Adi Mayer's Filmbüro auf den Werbefilm den Fokus auf institutionalisiertes Werbewissen: Adi Mayers Sohn Peter, der das Unternehmen 1963 übernahm, hatte an der Wiener Hochschule für Welthandel studiert, mit Spezialfach Werbung und Verkauf.⁷⁰⁴ Andererseits waren die Filmproduktionsfirmen in diesem Jahrzehnt noch weitgehend frei von den Vorgaben der Werbeagenturen, die erst in den 1960er Jahren zunehmend die Gestaltung der Werbefilme bestimmten und auf der Basis von Marktforschung in übergreifende Werbelinien integrierten. In den 1950er Jahren dagegen wurden Aufträge zur Werbefilmproduktion meist noch direkt von den werbenden Unternehmen an die Filmproduktionsfirmen vergeben.⁷⁰⁵

Ob Letztere nun mit der psychoanalytisch informierten Motivforschung eines Ernest Dichter vertraut waren oder nicht, jedenfalls stimmen einige ihrer Trickfilme mit Marshall McLuhans

⁷⁰¹ O.V.: „Vom ‚neuen Verbraucher‘ Teil 1: Ziele und Ergebnisse der Motivforschung“, in: *GfK-Sonderdienst* (8/1956) S. 212, 245, 260, zit. nach Gasteiger: *Der Konsument*, S. 72f.

⁷⁰² Vgl. ebd., S. 35-37, 53-55.

⁷⁰³ Vgl. ebd., S. 37-41, 73-77.

⁷⁰⁴ Vgl. Schuchnig: *Adi Mayer Film 1923-2003*, S. 12.

⁷⁰⁵ Vgl. ebd.; Hofer/Nicole Klein: *Werbung: Film und Spot*, S. 38; Astrid Ebenführer: „Rauchen für Österreich und Probleme mit Brustwarzen“, in: *derStandard.at*, 18.10.2011, <http://derstandard.at/1318726033790/100-Jahre-Werbefilm-in-Oesterreich-Rauchen-fuer-Oesterreich-und-Probleme-mit-Brustwarzen> (Zugriff: 28.1.2017). Vgl. auch Interviews des Autors (gemeinsam mit Sema Colpan und Lydia Nsiah) mit Kurt Mayer (6.10.2010), Peter Mayer (17.7.2011) und Harro Pfeiffer, dem früheren Geschäftsführer der Werbeagenturen Eggert und Grey Group Austria (27.4.2011).

Befund von 1951 überein, dass der Wunsch nach serieller Abfolge in geringfügiger Variation auch das sexuelle Begehren einbegreift. Diese Einschätzung führt McLuhan in *The Mechanical Bride* (1951) anhand zweier Werbeanzeigen für Damenunterwäsche aus. Eine davon zeigt vier junge Frauen hintereinander in vier Ausfertigungen desselben Hüfthalters. McLuhan betont die Zusammengehörigkeit der Frauen in einer (Produkt-)Linie als essentiellen Teil des erotischen Reizes dieser Werbung und sieht in einem machoid dahinassoziierenden Exkurs die zeitgenössische Dating-Kultur ähnlich seriell strukturiert.⁷⁰⁶

Statistiken und Produktionstabellen sind Teil der dithyrambischen Poesie des industriellen Menschen. Telefonnummern von Mädchen, die tolle Nummern sind, sanfte Nummern, heiße Nummern, raffinierte Nummern, die gestylte, stromlinienförmige, künstliche Blondinen sind, erweisen sich als abstrakt und erregend zugleich. Mädchen haben berauschte ‚dates‘, wenn sie wiedererkennbare Teile einer riesigen Maschine sind.⁷⁰⁷

Die Gleichheit der Elemente, die in der (noch prä-deleuzianischen) Maschinen-Metapher am Ende des Zitats anklingt, wird allerdings dadurch verkompliziert, dass sowohl McLuhans Frauen verdinglichende Aufzählung (tolle/sanfte/heiße/raffinierte Nummern) als auch die untersuchte Werbeanzeige die Vielfalt in der Ausführung des gleichen Typus betonen. Die Anzeige bewirbt einen neuen, ‚proportionierten‘ Hüfthalter, der pro Taillengröße in vier Varianten erhältlich ist: „The secret is in the varying hip measurements and varying lengths you may choose from to suit your proportions.“⁷⁰⁸ Vier Ausfertigungen für eine Größe zeigt das Foto, und das heißt auch: viermalige Variation in der Menge nackter Haut zwischen Hüfthalter und BH (**Abb. 94**). Der von McLuhan formulierte Reiz liegt also nicht allein in der gemeinsamen seriellen Austauschbarkeit, sondern auch in den minimalen Variationen innerhalb der Serie.

Eine ähnliche Verknüpfung des variiert Seriellen mit dem Sexuellen findet sich in einigen österreichischen Werbetrickfilmen, die den „Drang des Biedermännchens zum (fremden) Weib“⁷⁰⁹ am laufenden Band ausmalen und zugleich durch Infantilisierung auf Armeslänge

⁷⁰⁶ Vgl. Marshall McLuhan: *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Amsterdam: Verlag der Kunst 1996, S. 126-129.

⁷⁰⁷ Ebd., S. 128.

⁷⁰⁸ Ebd., S. 127.

⁷⁰⁹ Robert Buchschwenter: „Venus aus dem Korsett. Vom Entkork(s)en sexueller Phantasien im österreichischen Animationsfilm“, in: *Die Kunst des Einzelbilds. Animation in Österreich – 1832 bis heute*, hrsg. v. Christian Dewald/Sabine Groschup/Mara Mattuschka/Thomas Renoldner, Wien: Filmarchiv Austria 2010, S. 244.

halten: WER SORGEN HAT... (1958)⁷¹⁰ lässt einen *organization man* sein Auto zu Schrott fahren, weil er sich in eine junge Frau am Straßenrand verguckt. Später überrascht ihn seine Gattin in Umarmung mit seiner Sekretärin. Als Ersatzbefriedigung lockt, in einer zweimal abgespielten Refrain-Sequenz, ein Glas mit weiblichen Rundungen und Frauenstimme zum Genuss von Casali-Likören.

Noch expliziter in der Serialisierung des Sexuellen ist – ein Ausreißer im zeitlichen Fokus dieses Abschnitts – NAPOLI GOLDDSSERT⁷¹¹ von 1966. Den Inhalt des Trickfilms gibt eine Umdichtung von Siw Malmkvists Schlager „Liebeskummer lohnt sich nicht“ vor. In drei Strophen ‚gewinnen‘ verschiedene Männlein (Don Juan – ein braver Ehemann – ein Astronaut) ihre jeweiligen Liebesobjekte (drei Barbekanntschaften – die aufgebrachte Gattin – die Frau am Mond) mit dem Geschenk von Napoli-Schnitten. Zum Refrain ist jedes Mal wieder, in einer wiederverwendeten Einstellung, Amor beim Abschießen eines Pfeils zu sehen: Begehren als mechanische Repetition, am Laufen gehalten von der Variation des Objekts.

Am selbstbewusstesten treten Produktpaletten in ihrer Diversität in den 1950er Jahren auf, wo es um das häusliche Innen geht. Ende der 1950er Jahre, als die Fresswelle zunehmend von einer „Möblierungs- und Einrichtungswelle“ überlagert wird, schwingen sich Martin Bauers Trickfilme beim Bewerben von Innenausstattung zu fulminanten Momenten visueller Vielfalt auf.⁷¹² In K(L)EINE ZAUBEREI⁷¹³ (1958) fällt eine Frischvermählte in Ohnmacht, als ihr Bräutigam sie über die Schwelle des gemeinsamen Eigenheims trägt. „Die Zimmer sind verschlampt und lustlos“, befindet das Voice-over, während Räume in schmutzig-monochromer Einfärbung zu sehen sind. Als Gegenmittel verschreibt der Arzt Klebefolien für das Mobiliar. Deren große Auswahl an Farben und Mustern erscheint daraufhin Rolle an Rolle: Vielfalt wird hier direkt *als* Menge zum Bild – und zur Bildbewegung. Obwohl keuscher gekleidet als ihre Kolleginnen bei McLuhan, ist auch die Braut in diesem Film eine Serien bildende *mechanical bride*: Im gleichmäßigen Takt ihres hörbaren Herzschlags schieben sich immer neue Klebefolienrollen

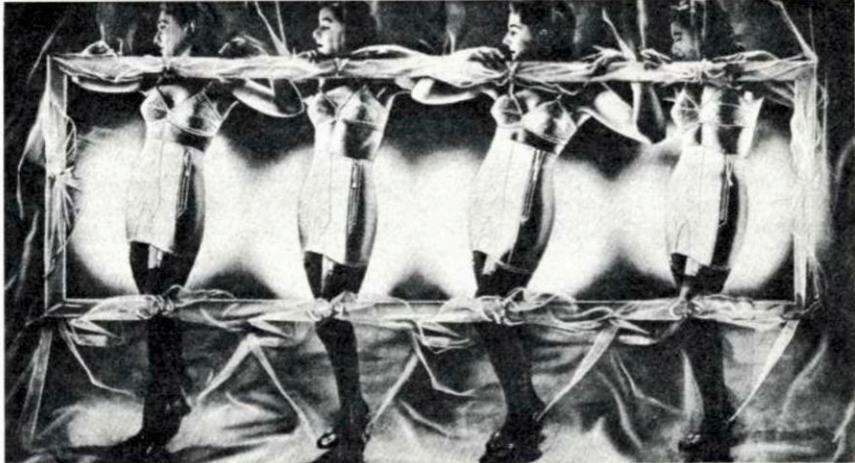
⁷¹⁰ WER SORGEN HAT..., 1958, Traum & Maier (Wien) für Casali Goldteufel, Manner (Wien). Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 0:53:09,20-0:54:43,21.

⁷¹¹ NAPOLI GOLDDSSERT, 1966, Traum & Maier (Wien) für Napoli Golddessert, Manner (Wien). Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 0:51:27,15-0:53:05,03.

⁷¹² Sandgruber: *Ökonomie und Politik*, S. 474.

⁷¹³ K(L)EINE ZAUBEREI, 1958, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für d-c-fix, Konrad Hornschuch AG (Weißbach), Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 0:56:11,01-0:57:27,18.

Abb. 94



Four in One
PROPORTIONED
GIRDLES

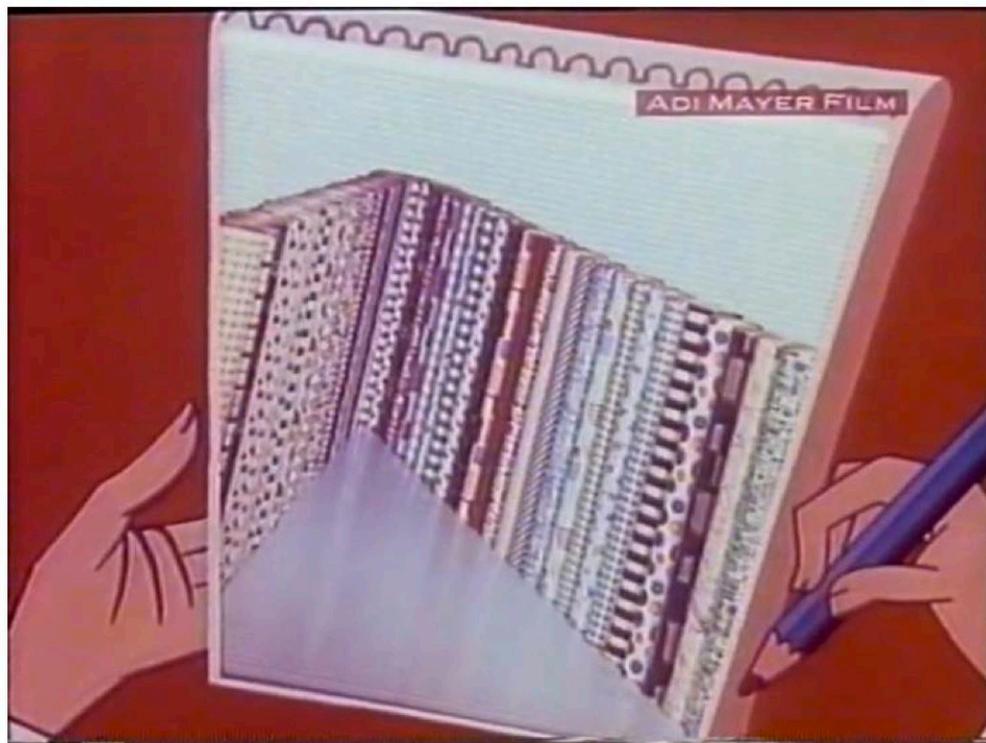
FOUR FIGURES—all different, but with one common factor . . . the waist line! This new Nature's Rival "Proportioned" girdle is available in four variations of each waist size to *really* give control with comfort at and below the waist line. The secret is in the varying hip measurements and varying lengths you may choose from to suit your proportions.

Your corsetiere can fit you, simply, quickly . . . with her tape measure! Ask her for Nature's Rival "Proportioned" girdles—and be sure to include a Nature's Rival *bra* to complete your comfort.

NATURE'S RIVAL "Parisian"
CORSET MFG CO. LTD.

*Registered Trade Mark

Abb. 95



mit anderen Mustern in das Bild (**Abb. 95**).⁷¹⁴ Nach einer kurzen Realfilm-Demonstration erstrahlen die gezeichneten Räume, mit nunmehr geschärften Konturen und sauberer Hintergrundfärbung, in ihrem zuvor fehlenden „Fest-Ornat“ (Off-Kommentar).

Auch KERAMISCHE FLIESEN⁷¹⁵ (1958) kombiniert Zeichentrick mit fotografischen Einstellungen, nutzt die mediale Differenz aber gezielter: Zwischen Aufnahmen diverser verfliefter Wände und Böden leiten kurze, sparsam bewegte Animationen leuchtend einfarbiger Quadrate und Rechtecke über. Diese gezeichneten Flächen in schrillen Kombinationen konnotieren nicht nur vom Off-Kommentar verkündete Fliesen-Qualitäten wie Leuchtkraft, Härte und Dichte. Sie färben auch auf die eher verhaltenen Farb- und Musterkombinationen der vorgeführten Räume ab. Aus dem Wahrnehmungszusammenhang des Alltags, wo sie laut Kommentartext als unauffällige „stille Freunde“ zu dienen haben, werden sie in die Nähe ornamentaler Abstraktion gerückt. Bereits zu Filmbeginn legen „expressiv malerische (entfernt an Kandinsky erinnernd) und geometrisch konstruierte Sequenzen (sehr entfernt an Mondrian erinnernd)“ mehrere Spuren hin zur bildenden Kunst aus.⁷¹⁶

Zusammengehalten wird die Vielfalt vom Motiv der Blume, das zu Filmbeginn von einem Werbespruch („Keramische Fliesen verschönern wie Blumen ihr Heim.“) eingeführt wird. Von dort wächst das Blumen-Motiv sowohl in die fotografischen Aufnahmen (die mit Dekorsträußen geschmückt sind), als auch in den animierten Prolog: Im Kreisrund einer Zeichentrick-Blume gehen flink verschiedene quadratisch gerasterte Farb- und Formkombinationen ineinander über. Schließlich erscheint hier das Muster der ersten fotografische Aufnahme, die nach einem Zoom das ganze Bild füllt (**Abb. 96-102**).⁷¹⁷ Der Film besieht sich sein Produkt durch die Blume. In den behutsam abgestuften Bildübergängen dieser Musterblüte deutet sich zugleich eine Ästhetik des Fließens an, die in den Jahren um 1960 von einer Reihe anderer Werbefilme systematischer bespielt wird.

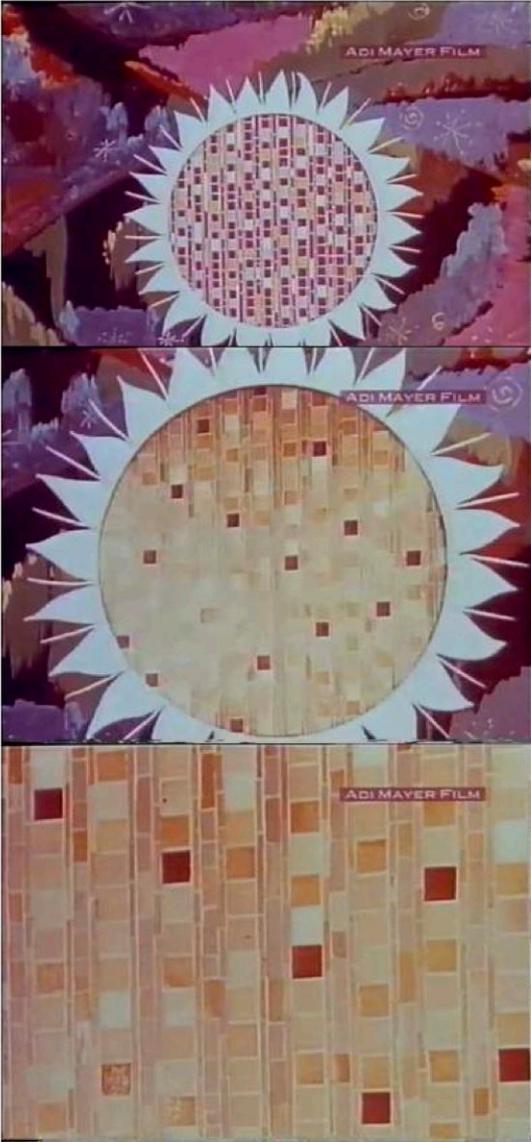
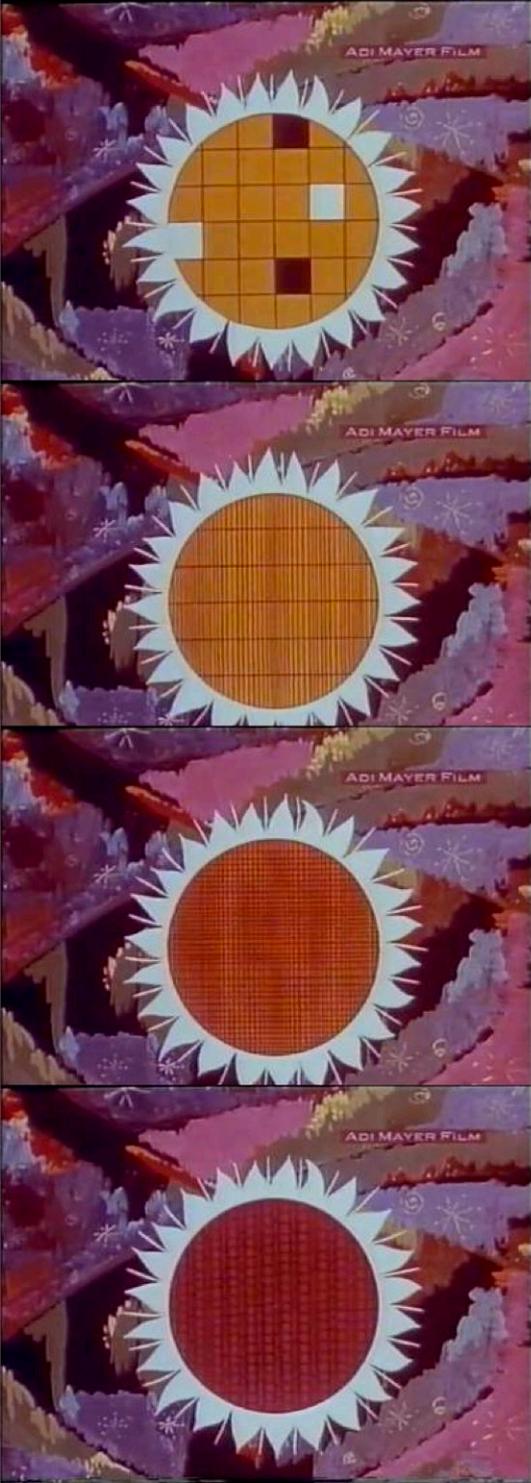
⁷¹⁴ Vgl. K(L)EINE ZAUBEREI, 0:56:48,17-0:56:57,12.

⁷¹⁵ KERAMISCHE FLIESEN, 1960, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Echte Keramische Fliesen, Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 0:57:32,12-0:59:16,15.

⁷¹⁶ Renoldner: „Animation in Österreich – 1832 bis heute“, S. 104. Zu KERAMISCHE FLIESEN, vgl. Lydia Nsiah: „Es lebe die elementare Gestaltung“ – der beseelte Werbefilm“, in: *Mies van der Rohe, Richter, Graeff & Co. Alltag und Design in der Avantgardezeitschrift G*, hrsg. v. Karin Fest/Sabrina Rahman/Marie-Noëlle Yazdanpanah, Wien: Turia + Kant 2013, S. 168, Fußnote 39.

⁷¹⁷ Vgl. KERAMISCHE FLIESEN, 0:58:03,01-0:58:21,10.

Abb. 96-102



V.3. Fließen

Beim Übergang von den KERAMISCHEN FLIESEN zum kinematischen Fließen lohnt ein zweiter Blick auf die Flora dieses Films: Noch vor der oben erwähnten Blüte, die den Sprung vom Trickfilm zur fotografischen Aufnahme moderiert, verformen sich bunte Quadrate erst zu den Buchstaben des Filmtitels, dann ebenfalls in Blütengestalt (**Abb. 103-108**).⁷¹⁸ Die fließenden Übergänge zwischen verschiedenen Bildern, die beide Blumen in KERAMISCHEN FLIESEN vollziehen, ähneln auf den ersten Blick den Bildreihen, die Rudolf Mayer in seinem Drehbuch für DAS GEHEIMNIS DER ZEHN geplant hat. Hier wie dort verdichtet sich die Werbebotschaft in einer geometrischen Form – dem Fliesen-Quadrat in KERAMISCHE FLIESEN, dem Kreis der Null in DAS GEHEIMNIS DER ZEHN –, aus der sich die gezeigte Welt *und* ihre filmsyntaktischen Verknüpfungen erst generieren. Wenn es, wie Jacques Rancière argumentiert, Anspruch und Leistung des Werbe- und Industriedesigns im 20. Jahrhundert war, einer von Produktmassen überschwemmten Alltagswelt ein kohärentes visuelles Vokabular, einen Stil zu stiften, dann verdichtet sich dieser Anspruch in den elementaren Formen dieser Filme ausdrucksstark. So wie die klare grafische Linie des Unternehmensdesigns eine Produktlinie in ihrer ganzen Breite auf ein gemeinsames Markenbild zurückzuführen hat, verweisen die diversen Muster in KERAMISCHE FLIESEN und DAS GEHEIMNIS DER ZEHN stets auf eine gemeinsame Grundform zurück.⁷¹⁹

Dieses Durchscheinen der gemeinsamen organisierenden Form durch die einzelnen Einstellungen betonen beide Filme durch eine gleitende Bewegung von Bildidee zu Bildidee. Die Arten der Verknüpfung unterscheiden sich aber signifikant: Während DAS GEHEIMNIS DER ZEHN in der Nachfolge von Hans Richters ZWEIGROSCHENZAUBER Bildreime bastelt (Null wird Uhr wird Menschengruppe von oben), bleibt die Gleichung zum Quadrat in KERAMISCHEN FLIESEN simpel: Jede verflieste Wand, die gezeigt wird, ist ohnehin bereits eine Ansammlung von Quadraten oder Rechtecken. Der Übergang zu den bewegten Trickfilm-Quadraten wird hier nicht auch noch durch Angleichungen in Komposition, Größe, Farbe schmackhaft gemacht. Anstatt auf eine möglichst überraschungsreiche Abfolge einzelner Bilder zielt die Gestaltung

⁷¹⁸ Vgl. KERAMISCHE FLIESEN, 0:57:32,13-0:57:55,05.

⁷¹⁹ Vgl. Jacques Rancière: „Die Fläche des Designs“, in: Ders.: *Politik der Bilder*. Berlin: diaphanes 2005, S. 109f., sowie Schwartz: *Der Werkbund*, S. 39-49.

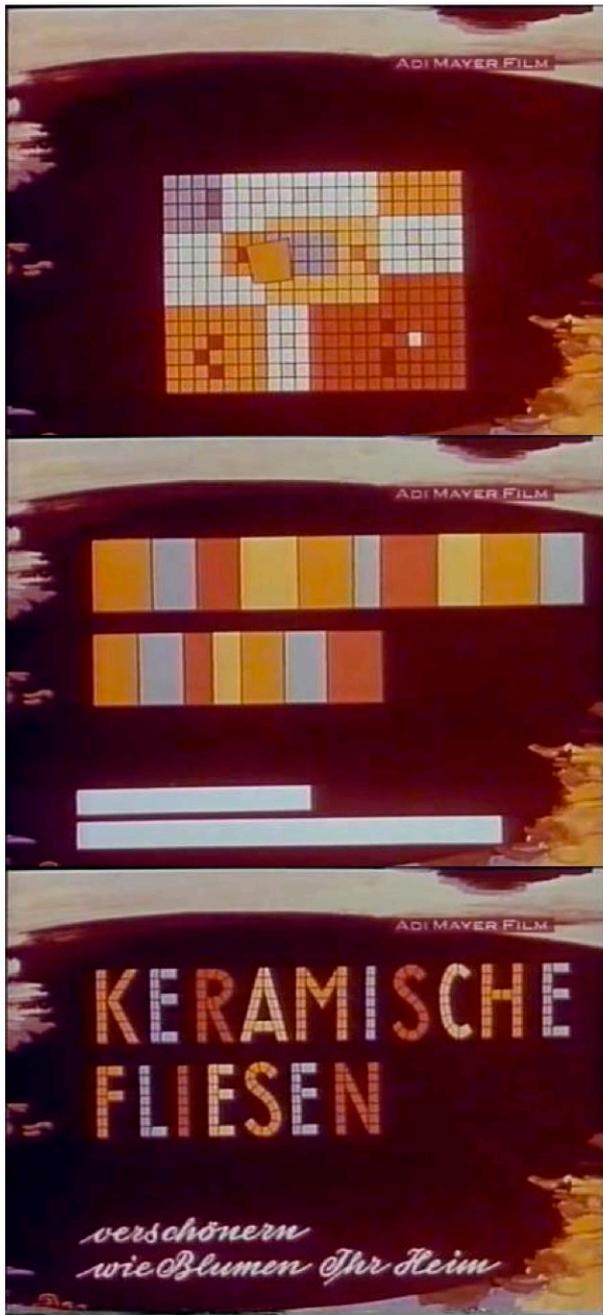


Abb. 103-108



darauf, ein Bild fließend und ohne Schnitt aus dem vorigen zu erstellen (die Quadrate, die erst zur Titelschrift, dann zur Blume werden). Unterschiedliche Bildtypen (Animation, Foto) teilen sich dabei öfter den Bildraum: Zwischen Fotografien fegen animierte Rechtecke wie Wischblenden durch den Kader, löschen dabei sukzessive eine Aufnahme und geben die nächste frei.

KERAMISCHE FLIESEN ist nicht der einzige Werbefilm, der sich um circa 1960 im Schichten von Bildelementen und Darstellungsverfahren versucht. Dieses Beharren auf dem Umbau des Bildes auf offener Bühne ist eines der markantesten Unterscheidungsmerkmale, mit denen sich diese Filme von früheren abstrakten Animationsfilmen im Umfeld der historischen Filmavantgarden der 1920er und 1930er Jahre abgrenzen lassen. Die Vorbildfunktion der Filme, die Walter Ruttmann, Oskar Fischinger oder Len Lye oft auch in Werbezusammenhängen herstellten, bleibt trotzdem deutlich sichtbar. In CASALI – RUM KOKOS⁷²⁰, den Carlo Raffener 1957 für Traum & Maier gestaltete, schwirren bunte Kreise umher und ändern ihre Größe wie in einer Variation auf Oskar Fischingers Film KREISE,⁷²¹ mit dem 1933 das Reklameunternehmen Tolirag für seine Dienste warb.⁷²²

Während bei Fischinger die Kreise feuerwerkartig aufblitzen und wieder verlöschen, kugeln die Kreise im Rumkugel-Film auf einer Fläche herum wie auf einem Billardtisch (**Abb. 109**). Die ästhetischen Prioritäten sind verschoben – weg von der synästhetischen Übersetzung zwischen Musik und Bewegtbild, die bei Fischinger nur knapp und pro forma zum Schluss an eine Werbebotschaft geknüpft wird, hin zu einer gleitenden Überleitung zwischen obligatorischen Bauelementen der Warenwerbung: dem Blickfang, dem Produktnamen, dem *pack shot*. Wie die Fliesen-Quadrate verwandeln sich auch die Rumkugel-Kreise nach ihrem Tanz kurz in die Buchstaben des Produktnamens, bevor sie wie auf einem Fließband in ein fotografisch abgebildetes Casali-Sackerl einfahren.

⁷²⁰ CASALI – RUM KOKOS, 1957, Traum & Maier (Wien) für Casali Rum Kokos, Manner (Wien), Regie: Carlo Raffener. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 1:00:53,24-1:01:32,14.

⁷²¹ KREISE, 1933, für Tolirag (Berlin), Regie: Oskar Fischinger. Quelle: *Oskar Fischinger: Ten Films*, DVD, Los Angeles: Center for Visual Music 2006, 1'48".

⁷²² Zum Vergleich der beiden Filme, vgl. Sema Colpan/Lydia Nsiah: „Shaping industrial modernity: Austrian sponsored films between 1920 and 1960“, Vortrag bei der *European Social Science and History Conference* (ESSHC) 2012, 12.04.2012, University of Glasgow, Großbritannien. Publikation demnächst in: Lydia Nsiah: *Filmkunst im Gebrauch*, Diss., Universität der bildenden Künste, Wien, in Arbeit.

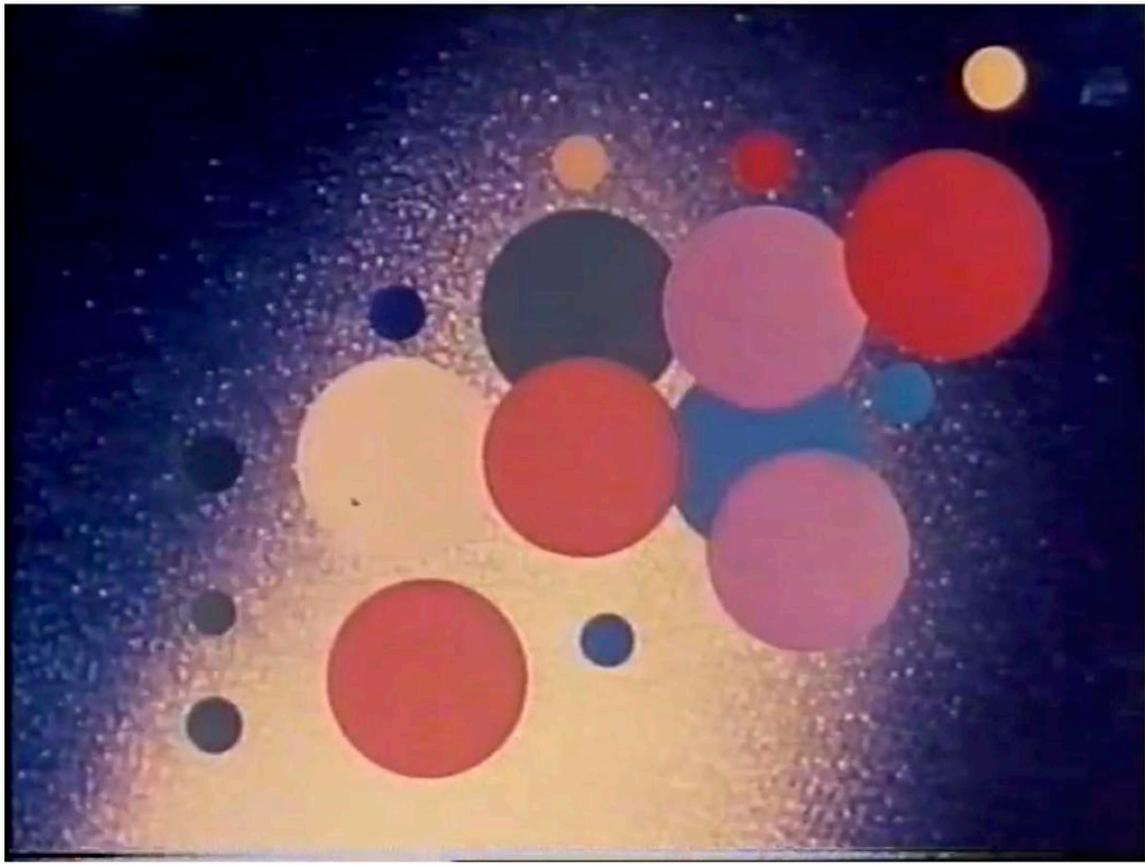


Abb. 109

Statt elementare Potenziale und Paradoxien der Filmgestaltung durch Reduktion der Abbildlichkeit herauszuarbeiten, wie etwa Hans Richters *RHYTHMUS 21* (ca. 1923),⁷²³ demonstrieren diese Filme das Vermögen des filmischen Bewegtbilds zum zügig fließenden Verkehr zwischen stark verschiedenen Bildtypen (abstrakte Animation, Typografie, Fotografie). Die Warenvielfalt, die in *HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND* als geordnete Fülle kleiner Unterschiede vorgeführt wird und im Klebefolien-Werbefilm *K(L)EINE ZAUBEREI* als Musterschau im Takt des Konsumentinnenherzens pulsiert, ist hier in eine Dramaturgie des permanenten Fließens übersetzt: Bilder werden zu anderen Bildern umgestellt, noch das Werbefilm-Pflichtprogramm wird von animierten Verzierungen umspielt. Die geordnete Vielfalt an Auswahloptionen wird nicht auserklärt, sondern geht in einem selbstbewussten Stil auf.

Selbstbewusst heißt hier auch: Der Werbefilm kann ein Bescheidwissen über seine Komponenten voraussetzen und diese ornamental variieren. Das korrespondiert mit internationalen Entwicklungen: Teile der US-Werbebranche verkünden Ende der 1950er Jahre eine ‚kreative Revolution‘. In den 1960ern entwickelte sich die Werbeindustrie von einer strikt arbeitsteiligen, an quasiwissenschaftlichen Regeln der Überzeugung zum Konsum orientierten „fordistischen Korporation“ in „eine genuine Kreativbranche.“⁷²⁴ Auf einem gesättigten Werbemarkt konnten konterintuitive Volten mehr Aufmerksamkeit einbringen als vertraute Versprechungen. Als kanonischer Startschuss gelten die protzig minimalistischen VW-Anzeigen mit „Think small“ auf weißem Grund, die 1959 von der Agentur Doyle Dane Bernbach gestaltet wurden.⁷²⁵

Im selben Jahr verpasste sich die österreichische Schuhkette Humanic mit zwei Kinowerbefilmen des Animationskünstlers Hans Albala ebenfalls eine experimentelle Werbelinie: *CAPRICCIO ITALIEN*⁷²⁶ und *HUMANIC VARESE*⁷²⁷ erzählen nur rudimentäre Produktgeschichten. Mit den von Humanic verkauften Schuhen korrespondieren sie stattdessen über ein „Gefühl des

⁷²³ Vgl. Ingo Zechner: „Elementares Kino: Fünf Notizen zu Hans Richters *RHYTHMUS 21*“, in: *Hans Richters RHYTHMUS 21. Schlüsselfilm der Moderne*, hrsg. v. Forschungsnetzwerk BTWH, Würzburg: Königshausen & Neumann 2012, S. 91-102.

⁷²⁴ Andreas Reckwitz: *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, in: Frankfurt am Main: Suhrkamp 2012, S. 173.

⁷²⁵ Vgl. Meyers: „The Best Thing on TV“, S. 176-78.

⁷²⁶ *CAPRICCIO ITALIEN*, 1959, heller film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:02:38,04-1:04:20,19.

⁷²⁷ *HUMANIC VARESE*, 1959, Schönbrunn Film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:04:24,02-1:06:01,22.

Tanzens“.⁷²⁸ Wie die meisten Animationsfilmer im Österreich der Nachkriegszeit findet Albala keine Gelegenheiten zum freien Arbeiten. Er gestaltet Kino- und Fernsehwerbung unter anderem für Philips, Remington und die Cognac-Marke Bouchet, bevor er sich 1965 dem Realfilm zuwendet.⁷²⁹

Ein anderer Filmemacher aus Wien sieht im überschaubaren, von einigen Platzhirschen dominierten österreichischen Auftragsfilmgeschäft der 1950er Jahre zu wenige Beschäftigungsmöglichkeiten. Ferry Radax dreht ab 1956 Industrie-, Werbe- und Lehrfilme in Bern und Zürich.⁷³⁰ Im vergleichsweise international ausgerichteten Schweizer Werbefilm gewinnt Radax allmählich Ansehen und Gestaltungsfreiheiten. Eine seiner letzten Werbearbeiten, ein 60-Sekunden-TV-Werbespot BIC! BALL PEN (1964) für die noch wenig bekannte Kugelschreiber-marke, wird in Cannes als bester TV-Werbespot prämiert. Die Auszeichnung erfolgt freilich nicht bei den berühmten örtlichen Filmfestspielen, sondern bei dem 1954 gegründeten Werbefilmfestival, das mit seiner ‚Cannes-Rolle‘ prämierter Filme zur Marke origineller Werbefilmgestaltung schlechthin wurde.⁷³¹ Schon ein Kinowerbefilm Radax’ von 1957 für die Uhrenfirma Allemann zeigt erstaunliche kreative Spielräume an, vielleicht auch: beginnende Spielwänge zur Kreativität in bestimmten Marktsegmenten. CAN YOU IMAGINE THAT...⁷³² deutet seinen Werbeauftrag für Tourist Everlight, die angeblich erste von Batterie betriebene und beleuchtete Armbanduhr der Welt, medienreflexiv aus. Es ist ein Film über Licht und Zeit: thematisch also mit Elementarem befasst, dabei aber geradezu verschwenderisch in der Vielzahl eingezogener Darstellungsebenen.

⁷²⁸ Thomas Renoldner: „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, in: *Animationsfilm in Österreich. Teil 1. 1900-1970. Begleitheft zur Filmschau*, hrsg. v. ASIFA, Wien: ASIFA 1998, S. 37.

⁷²⁹ Vgl. Renoldner: „Animation in Österreich – 1832 bis heute“, S. 113; Renoldner: „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, S. 36.

⁷³⁰ Vgl. Joachim Schätz: „Pflicht als Kür. Drei Auftragsfilme von Ferry Radax“, in: *Vision, Utopie, Experiment. Ferry Radax*, hrsg. v. Georg Vogt/Otto Mörth/Isabella Hirt, Wien: Sonderzahl 2014, 103-105.

⁷³¹ Vgl. Sebastian Heise: „WM der kreativsten Werber“, in: *Focus online*, 15.6.2007, http://www.focus.de/finanzen/news/werbung/tid-6584/cannes-rolle_aid_63355.html (Zugriff: 30.1.2017); N.N.: „The History of Advertising 20 – A Cannes Lion“, in: *campaign*, 24.6.2011, <http://www.campaignlive.co.uk/article/history-advertising-20-cannes-lion/1076691> (Zugriff: 30.1.2017).

⁷³² CAN YOU IMAGINE THAT..., 1957, Plex Film (Zürich) für Allemann (Welschenrohr), Drehbuch/Tricks/Gestaltung: Harry Emmel/Ferry Radax, Produktion: Emmel, Kamera: Radax. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 3'50" (25fps).

V.3.1. Schichten: CAPRICCIO ITALIEN; HUMANIC VARESE (beide 1959); CAN YOU IMAGINE THAT... (1957)

Hans Albalas zwei Humanic-Werbefilme von 1959 sind mehrschichtig nicht allein in der semantischen Fülle ihrer flinken Bildwechsel und -verknüpfungen, sondern schon in ihrem Herstellungsverfahren. Albalas arbeitete mit einem selbst konstruierten Tricktisch, der über mehrere Aufnahmeebenen verfügte.⁷³³ Die dadurch ermöglichte Schichtung von Folien prägt das Aussehen der Filme. CAPRICCIO ITALIEN beginnt mit dem abstrakten Schauspiel ineinander rotierender Farbkreise – Fischingers KREISE lassen wieder grüßen –, das nach dem Vorspann mit dem gegenständlichen Motiv von Autoreifen assoziiert wird: Vor dem Hintergrund der weiterhin rotierenden Farbscheiben fährt als Strichzeichnung ein Touristenbus an Skizzen italienischer Sehenswürdigkeiten vorbei (**Abb. 110**).⁷³⁴

In der nächsten Sequenz sind die Kreise am Bildgrund verschwunden. Aber die Strichmännchen-Reisegruppe sieht sich nun, in einem Museum angekommen, mit Reproduktionen klassischer Gemälde konfrontiert, die eine radikal andere Darstellungsweise der menschlichen Physis vorschlagen als sie selbst. Dann fegt ein Unschärfe-Effekt – erzeugt durch das Einschieben einer Glasscheibe –⁷³⁵ das Bild leer und gibt ein animiertes Schachbrett-Muster frei, auf dessen Grund eine Schuh-Modenschau aus historischem Bildmaterial abläuft.⁷³⁶

3 x Collage: Bild, Bild/Musik, Bild/Kommentar

So selbstgenügsam verspielt diese kleine Bildungsreisen-Etüde bislang dahergekommen ist, sie bereitet doch einen für die Markenwerbung bedeutenden Auftritt vor. Am Ende der Schuhmoden-Präsentation wird die Italien-Connection von Humanic ausbuchstabiert: Es erscheint das Markenzeichen des erfolgreichen italienischen Schuhherstellers Calzaturificio di Varese (**Abb. 111**).⁷³⁷ Mit diesem schloss Leder und Schuh, die Muttergesellschaft von

⁷³³ Vgl. Renoldner: „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, S. 36.

⁷³⁴ Vgl. CAPRICCIO ITALIEN, 1:02:38,04-1:03:07,18.

⁷³⁵ Vgl. Renoldner: „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, S. 36.

⁷³⁶ Vgl. CAPRICCIO ITALIEN, 1:03:07,19-1:03:46,08.

⁷³⁷ Vgl. ebd., 1:03:46,09-1:03:48,09.



Abb. 110



Abb. 111



Abb. 112-113

Humanic, in den 1950er Jahren einen Kooperationsvertrag ab.⁷³⁸ Für Humanic war das der Auftakt zu einem stilbewussten Branding des eigenen Sortiments unter dem Namen „Humanic Varese“, zu dem neben Albalas Filmen auch die Werbegrafik Karl Neubachers gehörte.⁷³⁹ (Das stellte den Anfang einer in Österreich viel beachteten Tradition stilbewusster Humanic-Werbekonzepte dar. Diese bedienten sich auch später beim Arsenal der Avantgarden. In den 1980er-Jahren involvierte die Humanic-Werbung Autoren der Wiener Gruppe wie H.C. Artmann und Gerhard Rühm.)⁷⁴⁰

Albala macht den italienischen Image-Transfer nach Österreich nicht an verkauften Produkten fest, sondern spielt ihn in Bildern des (allmählich erschwinglich werdenden) Kulturtourismus aus. Folgenreicher für die ästhetische Binnenlogik des Films ist, dass er diese Kooperation nicht im Bild mondäner Schuhe, sondern einzig als verpartnertes Logo zeigt. Dieses sieht aus wie das Signet eines Handwerksmeisterbetriebs – „Calzaturificio di Varese – 1899“ in symmetrisch geschwungenen Linien, bereit zum Aufdruck im Schuhinneren – oder eben auf die monochrome Grundfläche dieses Filmbilds.

Bis zu diesem großen Auftritt des Markenzeichens hat der Film seine diversen grafischen Elemente vor allem über gegenständliche und erzählerische Bezüge zusammengehalten (die Farbscheiben und die Busräder, die Zeichentrückfiguren und die Gemäldereproduktionen). Das gilt noch in der Schuhmodeschau: Ein Herold rührt links die Werbetrommel für die Schuhe rechts, auf die eine Reihe von Händen in der Mitte zeigt. Das Markenzeichen verweist hingegen nur mehr abstrakt auf die Qualität der Ware (*siehe Abschnitt II.3.2.*).⁷⁴¹ Insofern ist es folgerichtig, wenn sein Erscheinen am Ende der historischen Schuhmodeschau einen Einschnitt in der Bildordnung des Films bedeutet: Die Namen „Humanic“ und „Varese“ erscheinen nun in einer Reihe von flächigen Collagen, vermischt mit grafisch abstrahierten Schuhen und Bruchstücken aus Kunstreproduktionen. Diese verschiedenen Elemente werden in eine primär dekorative Anordnung integriert, die noch die Texturen der historischen Bild-

⁷³⁸ Vgl. Irma Vivaldi: „Calzaturificio di Varese’s Illustrated History“, in: *The Historialist of Shoes and Shoemakers*, 31.1.2011, <http://www.thehistorialist.com/2011/01/historicalist-presents-calzaturificio-di.html> (Zugriff: 30.1.2017); N.N.: „- 1950 -“, in: *Leder und Schuh* (Menü „Unternehmen“, Untermenü „Geschichte“), in <http://www.lisag.com/c/cms/holding/index.html> (Zugriff: 30.1.2017).

⁷³⁹ Vgl. Karl Neubacher: „Werke / Works 1955-1978“, in: *Karl Neubacher, 1926-1978*, hrsg. v. Günther Holler-Schuster/Peter Pakesch, Wien: Ambra 2014, S. 124-126; Maria Mitiska/Karl Neubacher: „Humanic Varese paßt immer“ [Plakat], in: *Bildarchiv Austria*, http://www.bildarchiv-austria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=16139594 (Zugriff: 30.1.2017).

⁷⁴⁰ Vgl. Michael Huber: „Als Kunst in die Werbung ausfranzte“, in: *Kurier*, 8.8.2014, <https://kurier.at/kultur/humanic-spots-als-kunst-in-die-werbung-ausfranzte/79.062.037> (Zugriff: 30.1.2017); Stephan Hilpold: „Guter Franz, böser Franz“, in: *Der Standard / rondo*, 10.12.2010, in: <http://derstandard.at/1577837040456/Shoemanic-Guter-Franz-boeser-Franz> (Zugriff: 30.1.2017).

⁷⁴¹ Vgl. Schwartz: *Der Werkbund*, S. 197-218.

fragmente (die Schraffuren der Stiche, die Rasterpunkte von Drucken) als Bildmuster verwertet. **(Abb. 112-113).**⁷⁴²

Weder in einen Erzählzusammenhang noch in eine stillgestellte Assemblage von Fragmenten fügen sich die Fotografien einer jungen Frau (Heidemarie Bernhard), die sich durch HUMANIC VARESE ziehen.⁷⁴³ Stattdessen folgen sie, wie die diversen abstrakten und (seltener) darstellenden Zeichentrickelemente, dem Rhythmus des von Komponist Gerhard Heinz zwischen perkussivem Jazz und Samba angelegten Werbelieds („H – U – M – A – N – I – C / V – A – R – E – S und E. / Darin kann ich tanzen geh’n, / lasse meine Beine seh’n.“). Schon CAPRICCIO ITALIEN ist deutlich auf die (dort: klassische) Musikbegleitung hin animiert und geschnitten, aber hier wird die synästhetische Umarmung zwischen Musik und Bildbewegung nicht nur deutlicher herausgearbeitet, sondern auch zum gegenständlichen Motiv: Die Frau tanzt, in Standbildern zwar, aber die pulsierende Musik und eine im Rhythmus gesetzte Jalousie-Blende ergänzen den Eindruck von Bewegung zwischen den Bildern.⁷⁴⁴

In CAN YOU IMAGINE THAT..., den Ferry Radax gemeinsam mit dem Zürcher Werbegrafiker Harry Emmel gestaltete, verzahnen sich Schnitt und Bewegung im Bild nicht nur mit der eklektischen Begleitmusik, sondern auch mit dem Kommentar auf der Tonspur: Stichworte aus dem Werbetext für die Tourist Everlight-Armbanduhr („light“, „power“, „contact“,) hallen hier oft schon als wiederholte Mantras durch die Tonspur, noch bevor die entsprechenden Sätze gesprochen sind. Analog dazu springt auch die Bildspur in Stakkato-Schnitten von Andeutungen zur Konkretion: „Light“ führt von einem Filmstudio-Scheinwerfer zum ebenso kreisrunden Uhrendisplay mit Mini-Glühbirne.⁷⁴⁵ Zu „power“ bildet ein Sammelsurium aus Batterien und Hemdknöpfen Muster auf wechselndem Grund, bevor die knopfgroße Batterie der Armbanduhr präsentiert wird **(Abb. 114-117).**⁷⁴⁶

Im Gegensatz zu den beiden Humanic-Filmen beinhaltet CAN YOU IMAGINE THAT... zwar Zeichen- und Legetrick-Elemente, ist aber überwiegend als Realfilm gedreht. Überblendungen und gemusterte Bildhintergründe forcieren allerdings auch hier eine Ästhetik der Schichtung, die diverse Elemente nicht nur diachron in der Zeit, sondern auch synchron im selben Bildraum anordnet. Diese Schichtungsästhetik kulminiert in der zweiten Hälfte des Vierminüters: In zwei

⁷⁴² Vgl. CAPRICCIO ITALIEN, 1:03:48,10-1:04:06,04.

⁷⁴³ Vgl. Renoldner: „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, S. 36.

⁷⁴⁴ Vgl. HUMANIC VARESE, 1:05:20,02-1:05:25,14.

⁷⁴⁵ Vgl. CAN YOU IMAGINE THAT..., 0:00:11,00-0:00:34,07.

⁷⁴⁶ Vgl. ebd., 0:00:34,08-0:00:55,22.

Durchläufen werden diverse Verwendungszwecke der leuchtenden Armbanduhr vorgeführt, wobei Grund und Figur des Bildes je auf unterschiedliche Weise Information tragen. Im ersten Fall zählt eine steigende Anzahl farbiger Quadrate im Bildhintergrund mit, während im Vordergrund weiße Strichzeichnungen diverse Tätigkeiten in abstrakter Form skizzieren – Wachdienst als voranschreitendes Zackenmuster, abendliche Büroarbeiten als wachsende chemische Kette (**Abb. 118-119**).⁷⁴⁷ Danach werden in Realfilmszenen diverse Anwendungen des beworbenen Produkts präsentiert (Stromausfall beim Fondue-Essen!), während im Vordergrund – auf einer eigenständigen Bildfläche – eine Reihe von Tourist Everlight-Armbanduhren im Sekunden-Takt von oben nach unten durch das Bild rücken (**Abb. 120**).⁷⁴⁸

Die Schichtung verschiedener Bildelemente, oft sogar: verschiedener Bildtypen im selben Kader, die alle drei Filme unternehmen, steht den Gattungen der Collage und der Fotomontage nahe. (Näher zum Beispiel als die in den 1930er Jahren als ‚Fotomontagen‘ rubrizierten Werbefilme – siehe Abschnitt V.2.1. –, die ihr Material vor allem diachron aneinanderreihen und nur fallweise in Überblendungen kombinieren.) Wenn Hans Albala gegen Ende von CAPRICCIO ITALIEN anstatt einfärbiger Flächen eine Zeitungsseite als Grund seiner Bildschichtung verwendet,⁷⁴⁹ dann wird damit auf eine Tradition der Collage in den bildenden Künsten angespielt, die (etwa in den „papiers collés“ des Kubismus) häufig Zeitungsfragmente als Material verwendete.⁷⁵⁰ Diese Bild-Schichtungen arbeiten einer Ästhetik der Fülle zu, die nun nicht mehr – wie bei den gefüllten Geschäftsregalen von KONSUM SELBSTBEDIENUNG (siehe Abschnitt IV.2.1.) – auf der Ebene des Repräsentierten liegt, sondern auf jener der Darstellungsverfahren. Demonstriert wird so eine Proliferation nicht nur der Waren, sondern auch der Bilder, vor deren Hintergrund der auratische Museumsbesuch in CAPRICCIO ITALIEN wenig überraschend als überholte Touristentortur erscheint.

Kontrollmächte der Modulation

Bilder gleiten über andere Bilder, am Grund jedes Bildes ein anderes: Zu diesem Generalbefund kommt auch Gilles Deleuze 1985, was den gegenwärtigen Zustand des Films betrifft. Nach einer Phase der enzyklopädischen Welterschließung durch Filmbilder in der ersten Hälfte des 20.

⁷⁴⁷ Vgl. ebd., 0:02:13,07-0:02:32,21.

⁷⁴⁸ Vgl. ebd., 0:02:32,22-0:03:39,09.

⁷⁴⁹ Vgl. CAPRICCIO ITALIEN, 1:03:55,08-1:03:56,21.

⁷⁵⁰ Vgl. Möbius: *Montage und Collage*, S. 139-146.

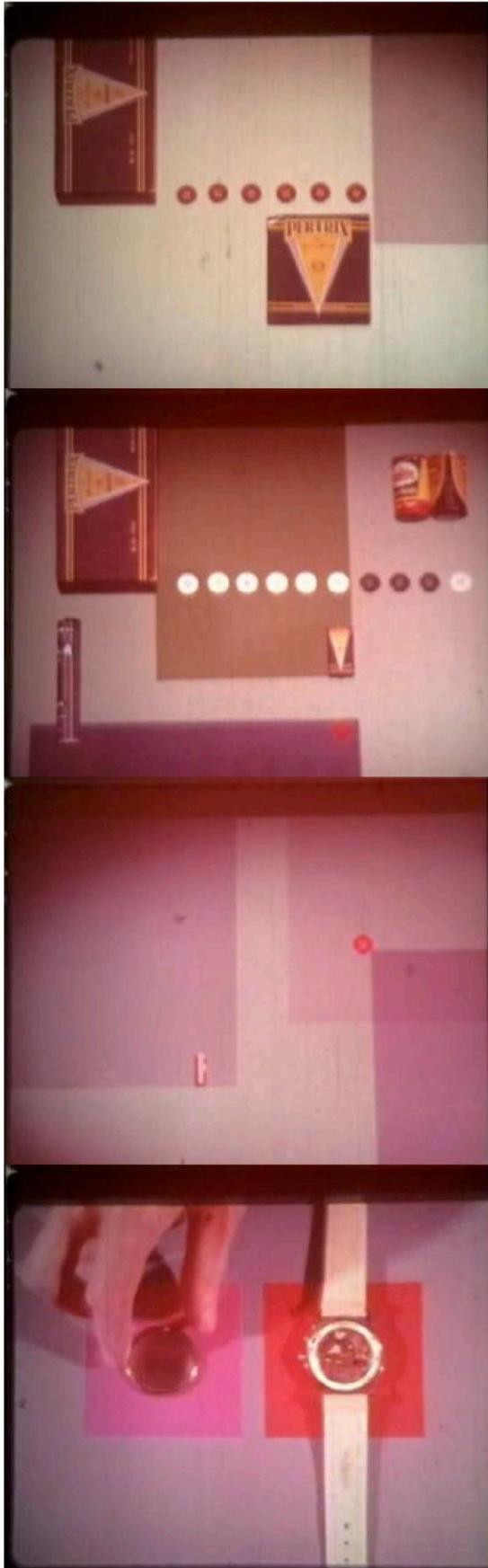


Abb. 114-117

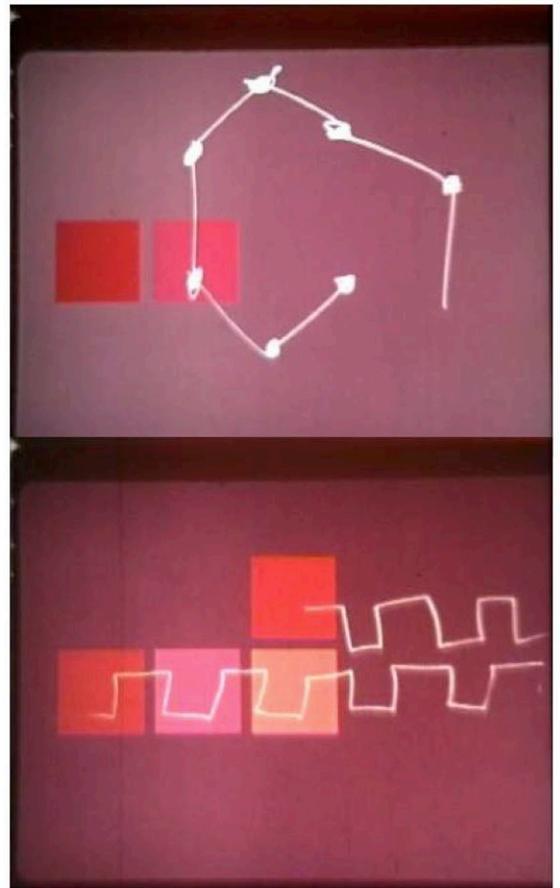


Abb. 118-119



Abb. 120

Jahrhunderts und einer Befragung des Bildes in der Nachkriegsmoderne sieht er, Serge Daney zitierend, ein „drittes Zeitalter“ des Filmbilds gekommen:

Nicht mehr: Was gibt es hinter dem Bild zu sehen? Noch: Wie soll man das Bild selbst sehen? Sondern: Wie soll man sich hineinbringen, wie hineingleiten? Denn jedes Bild gleitet jetzt über andere Bilder, da ‚der Grund des Bildes immer schon ein Bild‘ ist, und das Auge leer, Kontaktlinse.⁷⁵¹

Als Beispiele für die „neuen audio-visuellen Kombinationen und großen pädagogischen Entwürfe“ dieser Phase nennt Deleuze unter anderem die mit Rückprojektionen und Theaternebel angefüllten Einstellungen Hans-Jürgen Syberbergs (HITLER, EIN FILM AUS DEUTSCHLAND, 1977) und die analytischen Zooms in Roberto Rossellinis Spätwerk.⁷⁵² Die Reihe ließe sich ergänzen mit den abenteuerlichen Blue Box-Überlagerungen, die Ferry Radax in der zweiteiligen Doku-Fiktion LUDWIG WITTGENSTEIN (1974-76) produziert. In allen drei Fällen entstehen die Werke unter Beteiligung des Fernsehens, das für Deleuze und Daney auch der wesentliche externe Bezugspunkt des filmischen Übereinander-Gleitens der Bilder ist: Dessen primäre Funktion sei keine ästhetische, sondern eine soziale – die Inkarnation der „neuen ‚Kontroll‘-Mächte“.⁷⁵³ Während Film in der Bearbeitung der Welt ihr etwas hinzufüge, wäre „das Fernsehen der Konsens *par excellence*: es ist die unmittelbar soziale Technik, die keinerlei versetzte Beziehung zum Sozialen bestehen lässt, es ist die Sozialtechnologie im Reinzustand.“⁷⁵⁴

Als die drei Werbefilme von Albala und Radax in den Kinos laufen, steht die Sozialtechnologie Fernsehen in Österreich wie in den meisten europäischen Ländern noch eher im Zeichen des Mangels als jener Durchdringung des Alltags, die Deleuze mehr als zwei Jahrzehnte später diagnostiziert. Ende 1957 leben erst 54 Prozent der österreichischen Bevölkerung in Gebieten mit Senderversorgung, das Fernsehgerät fürs Eigenheim wird erst Mitte der 1960er Jahre vom Luxusobjekt zum Alltagsgegenstand herabsinken.⁷⁵⁵ Deleuzes Verweis auf „Kontroll“-Mächte“, die sich im gleitenden Bild ausdrücken, legt trotzdem eine verfolgenswerte Spur durch die drei Werbefilme.⁷⁵⁶ In Deleuzes bekanntem Text „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“

⁷⁵¹ Gilles Deleuze: „Brief an Serge Daney: Optimismus, Pessimismus und Reisen“, in: Ders.: *Unterhandlungen. 1972-1990*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 105.

⁷⁵² Ebd., S. 105f. Vgl. ebd. S. 105-107.

⁷⁵³ Ebd., S. 111.

⁷⁵⁴ Ebd., S. 110.

⁷⁵⁵ Vgl. Monika Bernold: ‚Die österreichische Fernsehfamilie‘. *Archäologien und Repräsentationen des frühen Fernsehens in Österreich*, Diss., Universität Wien 1997, S. 21, 103-109.

⁷⁵⁶ Deleuze: „Brief an Serge Daney“, S. 111.

von 1990 bezieht sich Kontrolle nicht nur auf post-disziplinarische Regierungstechnologien, sondern auch auf postfordistische Wertschöpfungsformen, wie sie spätestens seit Ender der 1960er Jahre prototypisch der Vorzeige-Kreativwirtschaftszweig Werbung verkörpert.⁷⁵⁷

Die drei Filme sind nicht nur Vorhut einer Werbeproduktion, die um 1960 herum zunehmend die eigene Kreativität virtuos auszuspielen beginnt. Sie führen in ihrer formalen Gestaltung diese postfordistische kreative Wertschöpfung so entschieden auf, wie das Filme mit im Gleichschritt marschierenden Massenprodukten in den 1930er Jahren für die fordistische Fließproduktion taten. Jean Baudrillard bilanziert um 1976 die Unterscheidung der beiden Produktionsformen folgendermaßen: An die Stelle „der seriellen Produktion (des industriellen Mechanismus, des Fließbands, der erweiterten Reproduktion etc.)“ trete die Herstellung von Modellen, „aus denen alle Formen durch eine leichte Modulation von Differenzen hervorgehen.“ Modulation heißt bei Baudrillard eine Flexibilität der Modelle mit begrenzter Reichweite: So sehr die Modulation Abweichung im Großen ausschließt, so sehr bringen sie diese im Detail permanent hervor. Als Beispiele für diese neue Produktionsweise, in der Zeichen selbstbezüglich und ohne Verweis auf ein Außen in immer neuen Permutationen kombiniert würden, führt Baudrillard die Mode an, als Produktion flüchtiger Minimal-differenzen *par excellence*, sowie weiter: „Medien, Werbung, Informations- und Kommunikationsnetze“.⁷⁵⁸

Durch diese Baudrillard'sche Optik der Modulation lassen sich auch die untersuchten Filme betrachten: Ihre Modelle in Modulation können Formen sein, die einen ganzen Film strukturieren – das Fliesen-Quadrat in *KERAMISCHE FLIESEN*, die Rumkugel-Kreise in *CASALI – RUM KOKOS* –, oder solche, die nur für eine Sequenz auftreten, um eine Reihe von Variationen zu durchlaufen: das Schachbrett-Muster in *CAPRICCIO ITALIEN*, das sich wiederholt monochrom einfärbt, um sich in einer anderen Farbe erneut aufzufächern,⁷⁵⁹ oder die Kreise, die in *HUMANIC VARESE* erst dezent im Bildhintergrund erscheinen, um dann im Rhythmus des Schlagwerks blitzschnell nach vorne zu peitschen und dort kreisrunde Fotogramme zu hinterlassen (**Abb. 121-123**).⁷⁶⁰

Mit Baudrillard ist, eine Abstraktionsstufe höher, auch die Werbefilm-Struktur als Modell zu begreifen, das etwa von *CAN YOU IMAGINE THAT...* nur „durch eine leichte Modulation von

⁷⁵⁷ Vgl. Reckwitz: *Die Erfindung der Kreativität*, S. 171-177.

⁷⁵⁸ Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod*, S. 102f.

⁷⁵⁹ Vgl. *CAPRICCIO ITALIEN*, 1:03:33,21-1:03:46,08.

⁷⁶⁰ Vgl. *HUMANIC VARESE*, 1:05:00,20-1:05:17,06.

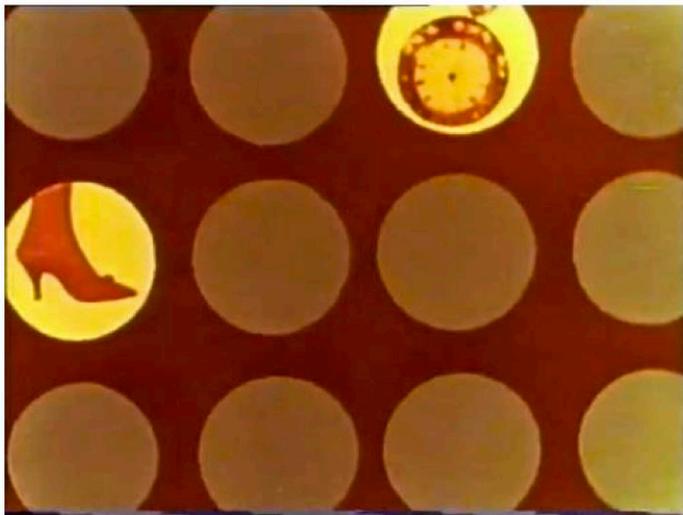
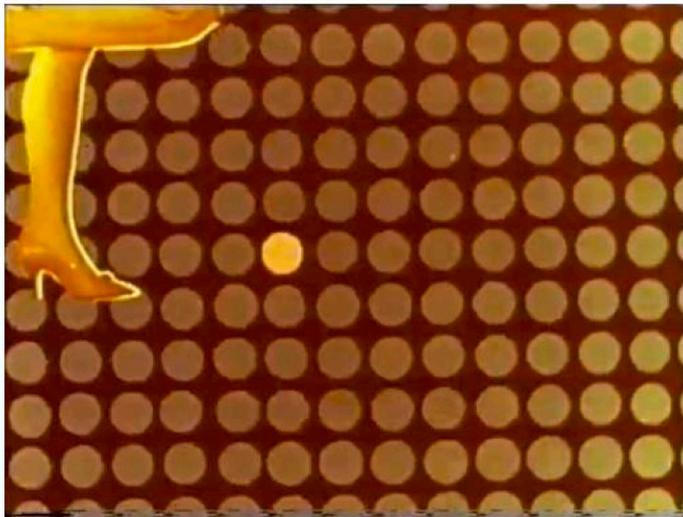


Abb. 121-123

Differenzen“ in Richtung Pop Art bugsiert wird.⁷⁶¹ Die verspielten Pirouetten des Films landen verlässlich bei einer Reihe werblicher Kernelemente. Mit einem ungleich biedereren Schweizer Armbanduhr-Werbefilm der gleichen Zeit wie DAS EDLE MIT SCHÖNHEIT GEPAAART (ca. 1959) teilt CAN YOU IMAGINE THAT... eine erstaunliche Anzahl von Manövern: die Großaufnahmen des Produkts samt adjektivreicher Anpreisungen auf der Tonspur; die flüchtige Entblößung des mechanischen Innenlebens der Uhr, die Vertrauen bildet, ohne Wissen zu vermitteln; die semantisch dichten Übergänge von externen Bildattraktionen zur gezeigten Ware.⁷⁶²

Eine solche Perspektive, die in den Modulationen nur das verkleidete gleiche Modell sieht, wird der Transformationslust dieser Filme aber nur bedingt gerecht. Eher ist mit Deleuze die Positivität der Modulationen in Rechnung zu stellen, die auch das Modulierende selbst verformt. In einer vielzitierten Stelle des „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“ vergleicht Deleuze die Modulation mit einer „sich selbst verformenden Gussform“.⁷⁶³ Modulation ist also nicht als Modell fixiert, sondern wie das von ihr Modulierte Veränderungen ausgesetzt.⁷⁶⁴ Analog liegt der Schauwert der gleitenden Umschichtungen in den Filmen darin, wie bruchlos oft eins ins andere übergeht, unterwegs anders wird. Eben hat sich in HUMANIC VARESE noch eine schraffierte Welle noch oben gewunden, da zuckt nun ein Tänzerinnen-Foto in die gleiche Richtung durch das Bild, mit Punkten im Schlepptau, die gleich zu an- und abschwellenden Kreisen werden.

Modulation benennt für Deleuze, ähnlich wie bei Baudrillard, eine neuartige Verfasstheit von politischen, sozialen und ökonomischen Machtverhältnissen. Die neuen Machtformen der Kontrolle, die „sich nach dem Zweiten Weltkrieg rasant entwickeln sollte“, grenzt Deleuze von etablierten Regimes der Disziplinierung ab.⁷⁶⁵ Das Flexible, kontinuierlich Variierte der Modulation macht die Kontrollmächte demnach geschmeidiger und entgrenzt ihre Geltungsbereiche. Konzentrierten die Einschließungsmilieus (Fabrik, Klinik, Gefängnis, Schule) der Disziplinargesellschaften Kräfte in begrenzten Zeit-Räumen, so setzt Kontrolle auf Streuung in Zeit und Raum, auf ein Flüssigwerden ehemals fester Modelle: Lebenslanges Lernen statt

⁷⁶¹ Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod*, S. 103.

⁷⁶² DAS EDLE MIT SCHÖNHEIT GEPAAART, circa 1959, für Longines (Saint-Imier). Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, mov von 35mm, 1'17" (25fps).

⁷⁶³ Gilles Deleuze: „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“, in: Ders.: *Unterhandlungen. 1972-1990*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 256.

⁷⁶⁴ Vgl. Dietmar Kammerer: „Das Werden der ‚Kontrolle‘: Herkunft und Umfang eines Deleuze’schen Begriffs“, in: *Überwachungspraxen – Praktiken der Überwachung. Analysen zum Verhältnis von Alltag, Technik und Kontrolle*, hrsg. v. Nils Zurawski, Opladen: Budrich UniPress 2011, S. 32.

⁷⁶⁵ Ebd., S. 255.

Schulabschluss oder etwa Home-Office-Sitzungen und gesellige Teamtreffen im Lokal ums Eck statt Achtstundentag mit Feierabend.⁷⁶⁶

In den drei untersuchten Filmen bildet sich mit bemerkenswertem Einfallsreichtum ein Selbstverständnis kreativer Produktion durch Modulation statt serieller Reproduktion ab. Damit sind sie zur Zeit ihrer Entstehung Vorhut einer Wertschöpfungslogik, die kapitalistische Staaten in der nördlichen Hemisphäre in den folgenden Jahrzehnten immer stärker strukturiert. Die Ungleichzeitigkeit, die sich in diesen Filmen Ende der 1950er Jahre inmitten eines in Österreich erstmals prosperierenden Fordismus ausdrückt, gehört zu einem Teil dem Medium Film selbst an. Als verzeitlichte Gussform, als „*Modulation*“ bezeichnet Deleuze im ersten Band seiner Kino-Philosophie, André Bazin paraphrasierend, den Film. Er grenzt ihn damit von der starren Formung in der Fotografie ab, nach demselben Schema, mit dem er wenige Jahre später die Kontroll- von den Disziplinargesellschaften unterscheidet.⁷⁶⁷

Auf die doppelte Verwendung der Denkfigur Modulation/Gussform bei Deleuze hat Drehli Robnik hingewiesen.⁷⁶⁸ Er betont die Triftigkeit der Analogsetzung von Film und Kontrollmacht vor allem in Bezug auf die Form von ‚affektiver Arbeit‘, die beim Sehen von Filmen geleistet wird. ‚Affektive Arbeit‘ bezeichnet in der (post-)operaistischen Theoriebildung Formen der Arbeit an Empfindungen und sozialen Beziehungen, die exemplarisch den Dienstleistungssektor durchdringen und etablierte Unterscheidungen zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit verwischen.⁷⁶⁹ Unter dem Vorzeichen postfordistischer Wirtschaftsordnungen sei das Kino als Ort ästhetischen und gesellschaftlichen Erlebens auch eine „Abendschule affektiver Arbeit“: „ein Zeit-Raum des Testens und Sanktionierens neuer Wissensformen, neuer Weisen der Kooperation und Valorisierung.“⁷⁷⁰

Stellen die gleitenden, dicht gestaffelten Wechselspiele von Formen in Bild und Ton bei Albala und Radax demnach Testparcours dar? Werden Zuseherinnen und Zuseher im Kino Ende der 1950er Jahre durch all die verspielten Schichtungen und fließenden Wechsel zur Intensivierung ihrer Wahrnehmungs- und Empfindungsressourcen angehalten? Wird hier der Groove einer modulierenden Produktionslogik spielerisch eingeübt, die damals in ausgesuchten Kreativbranchen wie der Werbung ihr ökonomisches Testgelände hatte? Diesen

⁷⁶⁶ Vgl. ebd., S. 255-258.

⁷⁶⁷ Gilles Deleuze: *Das Bewegungs-Bild. Kino 1*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 43.

⁷⁶⁸ Vgl. Drehli Robnik: „Betrieb und Betrieb – Affekte in Arbeit. Bild-Werdung als Wert-Bildung im Kino“, in: *Arbeit Zeit Raum. Bilder und Bauten der Arbeit im Postfordismus*, hrsg. v. Gabu Heindl, Wien: Turia + Kant 2008, S. 124.

⁷⁶⁹ Vgl. Michael Hardt: „Affective labour“, in: *boundary*, 26. Jg., (2/1999), S. 89-100, <http://www.english.ufl.edu/mrg/readings/Affective%20Labor.pdf> (Zugriff: 30.04.2017).

⁷⁷⁰ Robnik: „Betrieb und Betrieb – Affekte in Arbeit“, S. 122.

Schluss legt etwa Jonathan Beller nahe, der die Entgrenzung des Kinos in diverse Formen bewegter Laufbilder ab den 1950er Jahren im Zusammenhang einer zunehmenden Bewirtschaftung menschlicher Aufmerksamkeit sieht. Sehen, so Beller, würde als Form von Arbeit immer stärker bewirtschaftet: in einem extensiven Sinn (Laufbild-Werbung kommt mit dem Fernsehen etwa zeitgleich auch ins Wohnzimmer) wie in einem intensiven, der das im Kino geübte Sehen und Empfinden potenziell in Wertschöpfungsprozesse einbinde: „Every movement and every gesture is potentially productive of value.“⁷⁷¹

Dieser von Beller pauschal behaupteten Subsumtion des Kinos unter Kapital misstraut Robnik. Die Frage nach den Möglichkeiten von Kritik unter postfordistischen Bedingungen formuliert er so: „Wie lassen sich in der permanenten Modulation Unterbrechungen setzen?“⁷⁷² Nun, Unterbrechungen im starken Sinn bildökonomischer und -politischer Zäsuren und Einsprüche sind in den drei untersuchten Werbefilmen nicht zu bekommen. Aber dreierlei aufschlussreiche Haltepunkte weisen sie dennoch auf: ein gelegentliches Stocken der Bewegung, Augenblicke ironischer Brechung und einen Moment des Staunens.

V.3.2. Anhalten: CAPRICCIO ITALIEN; HUMANIC VARESE (beide 1959); CAN YOU IMAGINE THAT... (1957)

Stocken: Zerlegte Bewegung

Erstens: Ins Stocken kommt der Bewegungsfluss immer wieder, wenn die drei Filme statt geschmeidigen Gestaltenwandels Verfahren der Zerlegung von Bewegung in den Vordergrund stellen. Zu einem Zeitpunkt, als in Österreich wie in vielen anderen europäischen Staaten Werbung im Fernsehen eingeführt wird, verweisen diese Werbefilme zurück an den Beginn des 20. Jahrhunderts, als das Medium Film kontinuierlichen wie diskontinuierlichen Zeitbegriffen ein Testlabor war. Auf die zunehmende Zergliederung von (Arbeits-, Verkehrs-, Lebens-)Zeit in quantifizierbare Einheiten antworteten sowohl Konzepte des Schocks – eines ebenfalls diskontinuierlichen, aber nicht quantifizierbaren Erlebens – als auch der Zeit als irreduzibel kontinuierliche Dauer, zentral bei Henri Bergson.⁷⁷³

⁷⁷¹ Vgl. Beller: „Cinema, Capital of the Twentieth Century“, Absatz 6.

⁷⁷² Robnik: „Betrieb und Betrieb – Affekte in Arbeit“, S. 126.

⁷⁷³ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 3-13.

Weil Film Bewegung erst in isolierte Standbilder zerlegt, bevor diese in der Projektion wieder zum Augenschein des Kontinuierlichen zusammengesetzt wird, hat Bergson den Kinematografen als Medium der Dauer zurückgewiesen: Er könne nur die Illusion von Bewegung herstellen.⁷⁷⁴ Bekanntlich hat Gilles Deleuze in den 1980er Jahren gegen dieses Urteil Berufung eingelegt und das Kino als bergsonianische Zeitmaschine gedeutet. Im Sinne dieser Revision unterscheidet er die festgehaltenen Augenblicke im Einzelbild am Filmstreifen als *beliebige Momente* einer Bewegung von den *hervorgehobenen Momenten* oder Posen, zwischen denen Bewegung nur den Übergang zu bewerkstelligen habe. An dieser Unterscheidung hängt für Deleuze auch die zwischen einem vormodernen Denken von Bewegung, wonach diese in der Form von Posen zeitenthobene Ideen lediglich zur Aufführung bringt, und einem modernen Denken von Bewegung, das – ohne vorderhand zwischen wichtigeren und weniger wichtigen Momenten zu unterscheiden – die Positivität der Bewegung zu ihrem Wissensgegenstand macht.⁷⁷⁵

Wenn in CAPRICCIO ITALIEN Zeichentricksfiguren ermüdet an Gemälden mit starren Gestalten in Pose vorbeigehen, ist das eine Konfrontation von Zeichnungen beliebiger und hervorgehobener Momente. Tanz wird in Albalas Humanic-Filmen als Serie starrer Posen vorgeführt, als Aufführung der Idee von Tanz: In CAPRICCIO ITALIEN erwacht die Figur eines mittelalterlichen Trommlers durch Abwechslung mit einer spiegelverkehrten Kopie zu zuckender Bewegung. In HUMANIC VARESE deuten wenige fotografische Posen den Tanz einer jungen Frau an. In deutlichem Kontrast wird das Gehen von Frauenbeinen in HUMANIC VARESE nicht nur mit hervorgehobenen Momenten markiert, sondern als Serie beliebiger Momente vorgeführt, in einem Setting, das wie ein farbenfrohes Remake der chronofotografischen Studien Étienne-Jules Mareys wirkt: Ein Paar Beine in Stöckelschuhen geht wie auf einem Fließband horizontal neben der Kamera entlang. Aufgezeichnet werden sie als Sequenz einander überlappender Phasenbilder, in die ein Bewegungsablauf zerfällt (**Abb. 124**).⁷⁷⁶

1959, im Jahr der Einführung von Fernsehwerbung in Österreich hat diese Referenz auf das fotografische Einzelbild und seine Dynamisierung in HUMANIC VARESE etwas von einem demonstrativen Hervorkehren medientechnischer Grundlagen in Anbetracht des Fernsehbildes, das sich „den Voraussetzungen der Reproduktion verweigert und einem vollkommen neuen

⁷⁷⁴ Vgl. ebd., S. 174f.

⁷⁷⁵ Vgl. Deleuze: *Das Bewegungs-Bild*, S. 16-21.

⁷⁷⁶ Vgl. HUMANIC VARESE, 1:05:25,09-1:05:44,09.

Bildtyp zuarbeitet.⁷⁷⁷ Dieses neue Bild wird nicht mechanisch projiziert, sondern elektronisch per Amplitudenmodulation übertragen. Statt aus statischen Einzelbildern setzt es sich aus sukzessive übertragenen Zeilen zusammen.⁷⁷⁸

Gedreht wurden Fernsehwerbefilme freilich noch für Jahrzehnte auf Film. Die Ikonografie elektronischer Übertragung machte sich Albala allerdings vier Jahre nach HUMANIC VARESE einfallsreicht zunutze: In zwei Filmen für das Elektronikunternehmen Philips spielt er um 1963 mit der Welle als Form elektronischer Übertragung. Der knappe grafische Spot PHILIPS [PRODUKTE] variiert „die elektronische Welle als abstrakte Form von Philips-Produkten: Fernsehen, Radio, Licht.“⁷⁷⁹ Radios werden etwa von einer Tonwelle beworben, welche die Trompetenstöße auf der Tonspur visualisiert.⁷⁸⁰ PHILIPS [LICHTSPIEL] lässt Lichtimpulse wechselnder Größe und Stärke auf schwarzem Grund tanzen.⁷⁸¹ Eröffnet wird mit einer aus Lichtstrichen zusammengesetzten Welle, die sich vertikal durchs Bild schlängelt.⁷⁸² In der Zusammenschau bilanzieren Albalas Philips-Wellen und seine in Fotos zerfallenden Bewegungen in HUMANIC VARESE hochverdichtet eine medienhistorische Phase nach dem Zweiten Weltkrieg, die Marshall McLuhan als Übergangsperiode vom Zeitalter mechanischer Reproduktion zur Informationsökonomie des „electronic age“ charakterisiert hat.⁷⁸³

Brechung: Slowfox mit Stoppuhr

Auf die Tradition chronofotografischer Zerlegung und Vermessung von Bewegung bei Marey und Gilbreth bezieht sich auch CAN YOU IMAGINE THAT...: Wenn in einer Sequenz weiße Strichzeichnungen abstrahiert Tätigkeiten darstellen, erinnern die kontinuierlich entstehenden Linien (Wachdienst wird ein Zackenmuster zu Marschmusik) an die grafischen Destillate von

⁷⁷⁷ Marc Ries: *Medienkulturen*, Wien: Sonderzahl 2002, S. 197.

⁷⁷⁸ Vgl. Lorenz Engell: *Fernsehtheorie zur Einführung*, Hamburg: Junius 2012, S. 38-44.

⁷⁷⁹ Drehli Robnik: „Was ist der Trick? Österreichische Animationsfilme: Vom Wortspiel zum Handspiel“, in: *Animationsfilm in Österreich. Teil 1. 1900-1970. Begleitheft zur Filmschau*, hrsg. v. ASIFA, Wien: ASIFA 1998, S. 62. PHILIPS [PRODUKTE], circa 1963, für Philips, Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, SW, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 1:01:37,01-1:02:08,21.

⁷⁸⁰ Vgl. ebd., 1:01:42,16-1:01:46,12.

⁷⁸¹ PHILIPS [LICHTSPIEL], circa 1963, für Philips, Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, SW, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28", für diesen Film: 1:02:10,16-1:02:30,05.

⁷⁸² Vgl. ebd., 1:02:11,07-1:02:14,09.

⁷⁸³ Vgl. Jürgen Reuss/Rainer Höltschl: „Mechanische Braut und elektronisches Schreiben. Zur Entstehung und Gestalt von Marshall McLuhans erstem Buch“, in: Marshall McLuhan: *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Amsterdam: Verlag der Kunst 1996, S. 238f.; Marshall McLuhan: *Understanding Media. The Extensions of Man*, Fourth impression, London: Routledge & Kegan Paul 1968, S. 346-350.

Bewegung, die Marey und die Gilbreths mittels Lämpchen am untersuchten Körper erzielten.⁷⁸⁴ Im Gegensatz zu Albalas Filmen greift bei Radax die Vermessung von Bewegung sogar auf den Tanz über: Eine Szene zeigt Damen und Herren in einem Lokal Slowfox tanzen. Ihre übergroßen illuminierten Armbanduhren – die noch nicht, wie die Tourist Everlight, auf Knopfdruck leuchten – ziehen dabei im Dunkeln Lichtfiguren wie in einer absurden Gilbreth'schen Versuchsanordnung in Sachen Tanzschritt-Effizienz (**Abb. 125-126**).⁷⁸⁵

An diesem Punkt geht die Referenz auf eine Mediengeschichte der Zergliederung und Reduktion von Bewegung hinaus über deren bloße dekorative Auswertung. Der historische Kern des Zitierten – der Zugriff eines Produktivitätsimperativs auf Bewegungsabläufe – wird von CAN YOU IMAGINE THAT... reaktiviert und bringt dem Modulationsfluss eine aussagekräftige ironische Brechung bei. Die Verklammerung der Uhr mit dem Tanz, der Gilbreth'schen Arbeitsstudie mit dem Abend im Tanzlokal, insinuiert, dass sowohl die dargestellte Freizeitszenarie als auch die betonte Bewegungsfreiheit der filmischen Form einem Produktivitätsgebot ausgesetzt sind: Radax' Tänzeln von Bildidee zu Bildidee führt das Kinopublikum mit nicht weniger fester Hand durch ein Verkaufsargument als ein formelhafter Werbefilm-nach-Vorschrift.

Auch die skizzenhaft aufgeführten Freizeitwelten, mit denen der Film das beworbene Produkt verknüpft, stehen anscheinend unter Effizienzdruck, und dies nicht nur beim Tanz: Zum Ende von CAN YOU IMAGINE THAT... schieben sich Uhren im Sekundentakt über diverse Nachtszenarien – vom Autoparken über das Fondue-Essen im Freundeskreis bis hin zum Abendsport im Freien. Mit dieser Schichtung wird ein Alltag abseits der Erwerbsarbeit nicht nur vom beworbenen Produkt überlagert, sondern auch von einer laufenden Zeitanzeige getaktet.⁷⁸⁶

Nicht süffisant ausgestellt wie bei Radax, aber angedeutet wird das Ineinander von Tanzbewegung und Zeitdruck sogar in HUMANIC VARESE: Eine Fotocollage im Film versammelt neben den beworbenen Schuhen, zwei Blasmusikern und Großaufnahmen der Tänzerin auch Bilder einer Taschenuhr – *das* Emblem der körpernahen Rationalisierung von Zeit im 19. und frühen 20. Jahrhundert (**Abb. 127**).⁷⁸⁷

⁷⁸⁴ Vgl. CAN YOU IMAGINE THAT..., 0:02:13,07-0:02:32,21.

⁷⁸⁵ Vgl. ebd., 0:01:22,11-0:01:49,04.

⁷⁸⁶ Vgl. ebd., 0:02:32,22-0:03:39,09.

⁷⁸⁷ Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 4.



Abb. 124



Abb. 125-126

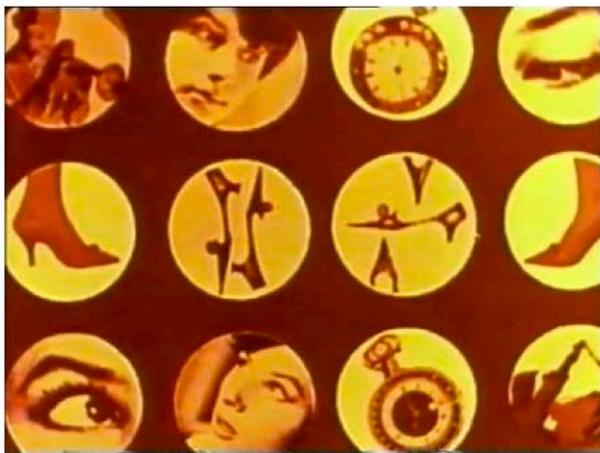


Abb. 127

Staunen: Kontinuitäts-Fetisch

Permanente Bewegung, so führen diese Szenen vor, signalisiert nicht Bewegungsfreiheit, sondern Geschäftigkeit. In HUMANIC VARESE dient sogar das Aussetzen von Bewegung dazu, das Fließen in sein Recht zu setzen. Dass überhaupt Bewegung ist in der Filmwahrnehmung, macht sogar stutzen und staunen: Statt einer kontinuierlichen Bewegung werden in einer Szene vier Fotos der tanzenden Frau auf einer Fläche versammelt. Ist eines erschienen, klappt eine Jalousie-blende auf und wieder zu, und die nächste kommt zum Vorschein (**Abb. 128-131**).⁷⁸⁸ Es fällt schwer, diese Bewegung der Bildfläche im Takt der Musik nicht als Figurenbewegung von einer Haltung zur nächsten zu sehen – sogar im zweiten Durchlauf, der nicht mehr eine plausible Bewegungsabfolge markiert, sondern eine Reihe von kreuz und quer durch den Bildraum flottierenden Posen (**Abb. 132**).⁷⁸⁹ Das Durchschauen des Tricks beseitigt ihn nicht.

Dass ausgerechnet das Bild einer jungen Frau den Bewegungsfluss anhält, ist aus der Perspektive feministischer Filmtheorie der 1970er Jahre nicht überraschend: Im hegemonialen Kino unterbreche der Auftritt der Frau die Handlung, schreibt Laura Mulvey 1975 im Filmtheorie-Klassiker „Visual Pleasure and Narrative Cinema“. Wird die Frau nicht sadistisch bestraft, so wird sie – oder vielmehr: werden Teile von ihr in Großaufnahme – zum Fetischobjekt stilisiert.⁷⁹⁰

Dem beworbenen Produkt gemäß handelt es sich in HUMANIC VARESE primär um einen Fußfetisch, dem etwa die Phasenaufnahmen gehender Beine frönen. In der Tanzfoto-Sequenz mit der Jalousie-Blende verdichten sich zwei Kernelemente filmischer Fetischbildung: die Stillstellung, wie sie Mulvey nennt,⁷⁹¹ und die Zerstückelung, die laut Sigmund Freud das zum Fetisch erkorene Partialobjekt von der begehrten ganzen Person abtrennt.⁷⁹² Die Zerstückelung des Frauenkörpers, die im Film anderweitig über Großaufnahmen von Gesicht und Füßen (samt Warenfetisch Stöckelschuh) präsent ist, vollzieht sich hier als kurioser Nebeneffekt der Jalousie-Blenden, die das Bild abwechselnd waagrecht und senkrecht durchschneiden.

Der Ablauf der Passage fetischisiert allerdings nicht so sehr die stillgestellte Frau, sondern ihre Bewegung. Zentral für den Fetischismus ist bei Freud die paradoxe Logik, ihn als Fantasie zu

⁷⁸⁸ Vgl. HUMANIC VARESE, 1:05:20,02-1:05:22,20.

⁷⁸⁹ Vgl. ebd., 1:05:22,21-1:05:25,14.

⁷⁹⁰ Vgl. Laura Mulvey: „Visual Pleasure and Narrative Cinema“, in: *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*, hrsg. v. Leo Braudy/Marshall Cohen, New York: Oxford University Press 1999, S. 838-840.

⁷⁹¹ Vgl. ebd., S. 840.

⁷⁹² Vgl. Hartmut Böhme: *Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2006, S. 396-406.



Abb. 128-131

Abb. 132



durchschauen und zugleich an ihn zu glauben.⁷⁹³ In ein solches ‚Ich weiß sehr wohl, aber...‘⁷⁹⁴ wird der Blick hier in Bezug auf die Figurenbewegung geworfen, die zwar als Bewegung des Grundes offengelegt wird, dabei aber wenig von ihrer überzeugenden Kraft verliert.⁷⁹⁵ Anschaulich wird hier das Einwilligen in eine Illusion von Kontinuität vorgeführt, die Laura Mulvey 1996 in *Fetishism and Curiosity* als fetischistische Grundstruktur der Kinoerfahrung bezeichnet: „The cinema from its earliest days has fascinated its audiences as a spectacle, and one that engages belief in the face of rational knowledge.“⁷⁹⁶ Mulvey betont zwei Jahrzehnte nach „Visual Pleasure and Narrative Cinema“ nicht so sehr die Stückelung und Stillstellung der Frau zum Fetischobjekt, sondern den Stellenwert der *Verleugnung* für die Fetischbildung: An den Kontinuitätseindruck des Kino glauben zu dürfen sei attraktiv erst deswegen, weil dieser Glauben stets bedroht werde durch besseres Wissen und die Zerbrechlichkeit der filmischen Konstruktion.⁷⁹⁷

Diese Fokusverschiebung in Mulveys Verwendung des Fetischbegriffs reagiert auf eine wahrgenommene Verschiebung in der kapitalistischen Kultur und der ihr korrespondierenden Filmästhetik. Mulveys frühe Kritik galt noch der hermetischen Illusion des klassischen Hollywoodkinos. Inzwischen stünde aber der einst eingeforderte Illusionsbruch im Dienste eines hegemonialen Genießens: Als „*trompe-l'œil* effect“ müsse er ein „pleasurable destabilising of perception“ leisten.⁷⁹⁸ Solche routinierten Rahmenbrüche rubriziert Mulvey 1996 unter „post-modern aesthetics“, ‚kontrollgesellschaftlich‘ wäre aber auch kein verkehrtes Label.⁷⁹⁹ Dass einen Trick zu durchschauen ihn noch nicht beseitigt, ist der Ausgangspunkt von Kritik unter kontrollgesellschaftlichen Bedingungen sich flexibel modulierender Macht. Statt dem großen gegenkulturellen Bruch mit dem Hollywoodkino zuzuarbeiten wie 1975, hat sich auch Mulvey in *Fetishism and Curiosity* entsprechend auf das Herausarbeiten kleiner signifikanter Brechungen verlegt.

⁷⁹³ Vgl. Sigmund Freud: „Fetischismus“, in: *textlog.de*, <http://www.textlog.de/freud-psychoanalyse-fetischismus.html> (Zugriff: 31.1.2017), Absatz 8.

⁷⁹⁴ Vgl. Dino Felluga: *Introduction to Psychoanalysis*, <https://www.cla.purdue.edu/english/theory/psychoanalysis/notes/mannoni.html> (Zugriff: 31.1.2017).

⁷⁹⁵ Die Illusion in dieser Sequenz betrifft nicht das Vorhandensein von Bewegung per se. Bewegung ist, als Tatsache visueller Wahrnehmung, im Bewegtbild präsent und nicht einfach repräsentiert. Aber die Bewegung ist, innerhalb der Repräsentation, klar eine des Grundes und keine der darauf befindlichen Figur. Vgl. Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 176f.

⁷⁹⁶ Laura Mulvey: *Fetishism and Curiosity*, Bloomington/London: Indiana University Press/British Film Institute 1996, S. 7.

⁷⁹⁷ Vgl. ebd., S. 8f., 14f.

⁷⁹⁸ Ebd., S. 14f.

⁷⁹⁹ Ebd., S. 14.

Die fetischistische Spannung zwischen einem Kontinuitätseindruck und dem besseren Wissen um seine Gebautheit prägt in HUMANIC VARESE nicht nur das Trompe-l'œil mit der stillgestellt-bewegten Frau. Die Integration von Verschiedenem (Stillstand und Bewegung; Zeichentrick und Fotografie; eruptive Posen und Chronofotografie) zur Anmutung von Kontinuität wird vom ganzen Film stolz als artistische Leistung ausgestellt. Bevor Anfang der 1960er Jahre das Kino in Österreich in eine schwere Publikums- und Produktionskrise gerät⁸⁰⁰ und der Werbefilm unter die Kuratel der Agenturen,⁸⁰¹ bewirbt HUMANIC VARESE das Kino als eine Apparatur, die – wie auch Jean-Louis Baudry in einem Gründungstext der Apparatus-Theorie befunden hat – Diskontinuierlichem den Augenschein von Kontinuitäten geben kann.⁸⁰²

Die fetischistische Struktur des ‚Ich weiß sehr wohl, aber...‘ betrifft schließlich nicht allein die Werbung für den Film als Medium der Modulation, sondern auch den eigentlichen Werbeauftrag von HUMANIC VARESE. In der Stillstellung und Zerstückelung der Frau als Bild im Erzählkino, so Mulvey, kreuzt sich der Sexualfetisch nach Freud mit dem Warenfetisch nach Karl Marx: Warenfetisch wäre das Bild insofern, als Spuren der darin eingegangenen Arbeitskraft daraus getilgt sind.⁸⁰³ Die Fetischstruktur des ‚Ich weiß sehr wohl, aber...‘ in HUMANIC VARESE entspricht allerdings weniger diesem Warencharakter (zumal der Film selbst Werbung, keine Ware ist) als sie eine zeitgenössische Adressierungsstrategie von Werbung reflektiert. Dass die Rahmung eines Films als Werbung die Glaubwürdigkeit des Gezeigten für das Publikum bereits relativiert, darauf reagiert HUMANIC VARESE mit einer Form, die Konzentration beansprucht, ohne Vertrauen in eine Beweisführung einzufordern. 1959, ein Jahr nach der deutschsprachigen Veröffentlichung von Vance Packards werbekritischem Bestseller *Die geheimen Verführer*,⁸⁰⁴ dessen Warnungen vor tiefenpsychologischen Manipulationsversuchen der Werbeindustrie auch die österreichische Branche verärgerten,⁸⁰⁵ war ein guter Zeitpunkt für einen Werbefilm, sein Publikum um Aufmerksamkeit wider besseres Wissen zu bitten.

⁸⁰⁰ Vgl. Sandgruber: *Ökonomie und Politik*, S. 479.

⁸⁰¹ Vgl. Hofer/Nicole Klein: *Werbung: Film und Spot*, S. 38.

⁸⁰² Vgl. Jean-Louis Baudry: „Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus“, in: *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, hrsg. v. Philip Rosen, New York: Columbia University Press 1986, S. 290f. [frz. Orig. 1970].

⁸⁰³ Vgl. Mulvey: *Fetishism and Curiosity*, S. 14. Vgl. Karl Marx: *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. In Zusammenhang ausgewählt und eingeleitet von Benedikt Kautsky, Stuttgart: Alfred Kröner 1957, S. 49-51.

⁸⁰⁴ Zur Wirkung des Buchs auf Auseinandersetzungen um Konsum in der BRD, vgl. Gasteiger: *Der Konsument*, S. 104-115.

⁸⁰⁵ Vgl. Carl Hundhausen: „Die geheimen Verführer“, in: *WWG Informationen*, 11 (1958), S. 6f.

VI. ZUM ABSCHLUSS SCHOKOKINO

„To read in detail is, however tacitly, to invest the detail with a truth-bearing function“, schreibt Naomi Schor, „and yet [...], the truth value of the detail is anything but assured.“⁸⁰⁶ Detaillierten stehen an der Klippe zwischen der Kontingenzleugnung methodischer Paranoia, die jedes Detail an der folgerichtigen Stelle für die vorgeschlagene Deutung vorfindet, und einer idiosynkratischen Selbstbehauptung der Seherfahrung, die Details als aus dem Sinngehalt des Gesamten herausfallende feiert. Während ersteres in der Filmwissenschaft stark mit einer Tradition ideologiekritischer textueller Filmanalyse in den 1970er Jahren verbunden ist,⁸⁰⁷ ist zweiteres für Mary Ann Doane wesentlicher Teil einer Linie vage utopischer Cinephilie. Eine schwer einzuordnende Schauspielerinnengeste, ein unerklärlich herausstechendes Dekorelement, ein leicht verschleppter Einsatz im Dialog eignen sich zur Feier in verschworenen cinephilen Zirkeln, so Doane, weil sie Kontingenz als Geschichtlichkeit in den Film einschreiben. Als utopisch bezeichnet sie diese Geschichtlichkeit, weil das Bild nicht nur auf den fotografisch gespeicherten vergangenen Moment in seinem So-Sein verweist, sondern weil dieses leicht exzentrische So-Sein daran erinnert, dass es auch anders hätte sein können, und sein könnte: „In the manner of all utopian discourses, it’s an homage to possibility.“⁸⁰⁸

Diese cinephile Aufladung von Details als aus dem Ganzen herausfallende ist notwendig privatistisch und nur begrenzt teilbar.⁸⁰⁹ Trotzdem schreibt sie *ex negativo* mit an einer Konzeption jener Regelpoetiken und semantischen Prozesse, an denen eine Behauptung von Überschuss oder Sinnleere des einzelnen Moments erst virulent werden kann. Eine Unterscheidung zwischen notwendigen und weniger notwendigen Details, wie sie auch Roland Barthes mit unterschiedlichen Begriffen für den realistischen Roman, für Fotografie und Film getroffen hat, erhält ihren Erkenntniswert erst als Aussage über unterschiedliche historische Regimes von Produktions- und Wirkungsästhetik. ‚Überflüssig‘ ist ein Barometer in einer Zimmerbeschreibung bei Gustave Flaubert nicht schlechthin, sondern nur vor der Kontrastfolie eines vorangegangenen klassischen Kunstregimes. Und vor dieser kann die spezifische ‚Über-

⁸⁰⁶ Schor: *Reading in Detail*, S. xlvii.

⁸⁰⁷ Vgl. Hagener: „Am Kreuzweg von Magie und Positivismus“, S. 57-71.

⁸⁰⁸ Doane: *The Emergence of Cinematic Time*, S. 231. Vgl. ebd. 225-232.

⁸⁰⁹ Vgl. ebd. S. 227; Rosen: *Change Mummified*, S. 173; Barthes: „Der dritte Sinn“, S. 59-62.

flüssigkeit' dieses Details in eine andersartige Ökonomie der Bedeutungsproduktion eingehen, die eine andere Behauptung von unbededter Wirklichkeitsfülle und damit verknüpft eine andere Idee fiktionaler Wahrscheinlichkeit etabliert.⁸¹⁰

Analog nutzt die vorliegende Arbeit Begrifflichkeiten einer auf die Untersuchung von Film als Massenkultur und Kunst fokussierten Filmtheorie, um in deren Verschiebung einige Züge einer Ökonomie der Details im Feld des Gebrauchsfilms zwischen 1915 und 1965 zu erfassen. Begünstigt wird dieser Begriffstransfer dadurch, dass alle hier untersuchten Gebrauchsfilme in den Aufgabenbereich fallen, den Hediger und Vonderau für den Industriefilm unter *rhetoric* rubrizieren: Rhetorik im Sinne einer „Herstellung von Kooperationsbereitschaft“.⁸¹¹ Diese Filme sind nicht primär hergestellt, um Informationen zu sammeln oder zu archivieren (etwa in Form einer filmischen Dokumentation von Forschung oder Maschinenparks), sondern mit dem erklärten Ziel, ein – weiter oder enger ausgewähltes – Publikum im Sinne einer wirtschaftlichen Körperschaft von etwas zu überzeugen: seien es Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz, Markentreue oder die industrielle Potenz der jungen Ersten Republik. Noch die hier untersuchten Bewegungsstudienfilme (*siehe Abschnitt III.2.*) sammeln nicht Daten, sondern verwerten Aufnahmen aus der Forschung in außerwissenschaftlichen Zusammenhängen. Was und wie in diesem und anderen Fällen zu sehen gegeben wurde, davon haben Begrifflichkeiten der Filmästhetik eine Ahnung.

Dennoch adressieren diese Filme ihr Publikum eben nicht als gekaufte Ware zu Zwecken von Unterhaltung oder Kunstgenuss, sondern als Überzeugungsversuche.⁸¹² Sie mögen daneben versteckte Agenden unterhalten, aber dass diese Filme eine Agenda haben, darum machen sie kein Geheimnis. „Das Werbebild“, schreibt Barthes, „ist *unverhohlen* oder zumindest emphatisch.“⁸¹³ Ein wesentliches Ziel dieser Arbeit war es, diese Unverhohlenheit der gewählten Filme in ihrer offensichtlichen Grobheit und weniger offensichtlichen Finesse methodisch ernst zu nehmen. Das bedeutet weder, sie zur Kunst zu nobilitieren noch mit einem cinephilen Blick Bildunfälle und andere Momente eigenpoetischer Erhabenheit aus dem Sinnanzu sprengen. Wie das Detailgewebe eines Films an einem Zusammenhang mitgearbeitet hat (das heißt notwendig: haben könnte), lässt sich erst unter Bezug auf zeitgenössische Typiken und Formeln des Industrie- und Werbefilms wie auch auf die sehr unterschiedlichen jeweiligen Herstellungs- und Präsentationskontexte jedes Films nach-

⁸¹⁰ Vgl. Schor: *Reading in Detail*, S. 101.

⁸¹¹ Hediger/Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization“, S. 28.

⁸¹² Vgl. Zimmermann: „Advertising and Film: A Topological Approach“, S. 24.

⁸¹³ Barthes: „Rhetorik des Bildes“, S. 29.

vollziehen. Damit verschreibt sich diese Dissertation einem rezenten Schwerpunkt in der Forschung zu Gebrauchsfilm, den der Forscher- und Sammlerpionier Rick Prelinger auf den Nenner einer Forschung nach der „economy of representation“ in ‚ephemerer‘ Filmgattungen gebracht hat: „how styles, techniques, strategies of rhetoric are mobilized by these films. I think whole new areas of study will evolve, just as semiotics, or gender studies, or psychoanalysis came up in relation to film.“⁸¹⁴

Welche Konturen nimmt die Ökonomie der Details – die Dauer und Frequenz ihres Erscheinens, ihre Dosierungen, Musterbildungen und Devianzen – im österreichischen Industrie- und Werbefilm 1915-1965 in der Zusammenschau an? Bestimmte Verfahren kehren zwischen den Kapiteln wieder, Unterschiede verweisen auf verschiedene Gebrauchsweisen: Erklärungen und Belehrungen zielen auf Übersichtlichkeit ab – als Reduktion von Details im Bild bis hin zur abstrakten Messanzeige oder der Hierarchisierung von Bilderscheinungen in mehr und weniger wichtige durch einen stützenden Text. Noch hier erfüllen aber die gelegentliche lebhaft Kamerageste (*siehe Abschnitt IV.2.1.*), schimmernde Oberfläche (*siehe Abschnitt II.1.*) oder Menschengestalt im Bildhintergrund (*siehe Abschnitt II.2.2.*) diverse Aufgaben von der ‚suasiven‘ Motivierung zum Dranbleiben und Weiterschauen bis zur Aufladung der gezeigten Objekte mit Attraktionswert.⁸¹⁵

Das Bewerben von Gütern und Dienstleistungen setzt dagegen auf das Erscheinen von Vielheiten. In deren Anordnung zeichnet sich eine aufschlussreiche Veränderung ab: Wo Menge sich in den 1920er und 1930er Jahren noch wenig ausdifferenziert im Bild ansammelt, strukturiert der Werbefilm der 1950er Jahre dieselbe, parallel zur Entfaltung und Sortimentexpansion einer Massenkonsumentwirtschaft, als Vielfalt. Wie das Waren- und Verpackungsportrait bringt auch die Unfallverhütung ihre eigene Regelpoetik hervor, deren Begrenzungen die sinnliche Dichte des filmischen Bildes vor der Anmutung des Obszönen schützen sollen.

Im Werbe- und Kulturfilm setzt sich um 1960 ein modischer Look der Verflüssigung durch. Davor wird der dominierende Gesamteindruck eines um stabile Lesbarkeit und geordnete Schauwerte bemühten Bildprogramms am deutlichsten in den 1930er Jahren aufgemischt: Filme wie *WIR HABEN HERZ* mit seinen Seifenschaum-Kaskaden oder *TEMPO-REKORD*

⁸¹⁴ Patrick Vonderau: „Vernacular Archiving. An Interview with Rick Prelinger“, in: *Films that Work. Industrial Film and the Productivity of Media*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, S. 53.

⁸¹⁵ Ähnlich hat Eef Masson für den Lehrfilm in den Niederlanden nachgezeichnet, wie Details einerseits als ablenkender Zierrat debattiert, andererseits als Attraktionswerte im Sinne einer pädagogischen Ökonomie der Mittel genutzt wurden. Vgl. Masson: *Watch and Learn*, S. 84, 88, 189-195.

mit seinem Archivmaterial-Tumult zelebrieren den Vorschein einer realiter in der Ständestaat-Diktatur nur ansatzweise existierenden Massenkonsumentwirtschaft mit kruder Verve, in der noch der große Entwicklungsschub der österreichischen Reklamebranche ab 1926 nachschwingt.⁸¹⁶

Innerhalb dieser Dynamisierung der österreichischen Reklamelandschaft um 1930 hielt der Film nicht zuletzt dank reizvoller technischer Innovationen wie der Durchsetzung von Ton- und Farbtechnologien eine prominente Position. Das bemerkenswerte zentraleuropäische Geflecht aus Werbebüros, Wahrnehmungspsychologie, filmtechnischem Fachwissen und Avantgarde rekonstruiert, in dem sich etwa ein Wiener Industrie- und Werbefilmproduzent wie Hans Ludwig Böhm mit seinen Produktionen und publizistischen Äußerungen bewegte, haben Sema Colpan und Lydia Nsiah in einer Fallstudie über dessen Shampoo-Werbefilm MORGENSTUNDE (1935) rekonstruiert.⁸¹⁷ MORGENSTUNDE war einer der ersten österreichischen Farbwerbefilme nach dem Drei-Streifen-Verfahren von Gasparcolor. Dieses Farbsystem und das österreichische Selenophon-Tonverfahren sind in dem Film nicht nur Mittel zum Zweck, sondern werden im Vorspann zugleich selbst beworben und in ihrem eigenen Markenglanz für die Shampoo-Werbung des Films eingespannt.⁸¹⁸

Dieses Beispiel demonstriert, dass die Verwendung von Film als Produktionsmittel in wirtschaftlichen Prozessen nicht von seiner prominenten Rolle als nachgefragtes massenkulturelles Produkt isoliert werden kann. Im Gegenteil: In den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts hat gerade der Status des Films als unscharfes mediales *boundary object*, in dem sich die Begehrlichkeiten der Wirtschaft, die Projekte der Wissenschaft und die Wünsche der Massen kreuzten, zu seiner Attraktivität in bestimmten wirtschaftlichen Zusammenhängen beigetragen (*siehe Abschnitt III.1.*).⁸¹⁹

Umgekehrt haben diese Verwendungen im Sinne eines performativen statt technik-deterministischen Medienverständnisses auch andere Potenziale des Films geltend gemacht als die kommerzielle Filmvorführung im Kino. So war die Werbung in der Weimarer Republik der 1920er Jahre der fachliche Schauplatz lebhafter Debatten über und Praktiken von Projektion bei Tageslicht und aus Koffergeräten: Die Vorführung von Bewegtbildern wurde in diesem Bereich bereits wesentlich als mobil und Teil (halb-)öffentlicher Umwelten gedacht und getätigt, der

⁸¹⁶ Vgl. Mattl: „Die Marke ‚Rotes Wien‘“, S. 58f.; Siegfried Mattl: „Konsumtion und Stadtentwicklung in Wien“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 92-96.

⁸¹⁷ Vgl. Sema Colpan/Lydia Nsiah: „More than Product Advertising: Animation, Gasparcolor and Sorela’s Corporate Design“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 114-130.

⁸¹⁸ Vgl. ebd., S. 114f.

⁸¹⁹ Vgl. Hoof: „Ist jetzt alles ‚Netzwerk‘?“, S. 52-60.

Kinosaal firmierte – nur leicht überspitzt formuliert – als der Sonderfall einer stillgestellten Projektionsumgebung.⁸²⁰

Ausblick: Fabrikpanorama in der Projektionskabine

Wie dieses Beispiel verdeutlicht, schließt die Deutung und Hervorbringung des Films in seinen wirtschaftlichen Gebräuchen nicht allein die formästhetischen Detail-Ökonomien, die Kern dieser Arbeit waren, ein, sondern auch die dispositiven Strukturen, in denen Film stattfindet.⁸²¹ (Wo sich die Gelegenheit bot, etwa in Bezug auf das Wanderkino des ÖPZ oder die Sondervorführungen von WIR HABEN HERZ, war davon auch die Rede.) Und diese andere Mediengeschichte des Films hat mit der Datumsgrenze 1965, die in dieser Arbeit die beginnende Hegemonie des Fernsehens und seiner anderen Zeitökonomie der Werbung bezeichnet, keineswegs ihr Ende erreicht. Für die Verwendung von Bewegtbildern in wirtschaftlichen Zusammenhängen sind Film und erst recht Kino im starken Sinn zwar heute nur ein Bezugspunkt neben anderen. Wie wirkmächtig diese geblieben sind, daran erinnern aber nicht nur rezente filmtheoretische Arbeiten zur Entgrenzung des Kinematischen,⁸²² sondern beispielsweise auch eine 2011 eröffnete Einrichtung in Wien-Liesing, die den Namen Schokokino trägt.

So heißt der Kinosaal, in dem die Chocolaterie und Konditorei Hanauer an einem ihrer Produktions- und Verkaufs-Standorte ein Fabrikationsvideo über ihr Produktsortiment von der Kakaobohnenernte bis zur Verarbeitung vorführt. Wie Patrick Vonderau gezeigt hat, gehören Vorführungen wie diese in den Zusammenhang der Kulturtechnik Werkbesichtigung und ihrer verschiedenen Medialisierungen und damit einhergehenden Kontrollbedingungen.⁸²³ Wie in so vielen Werkbesichtigungen ist auch hier die Videozuspielung von circa 20 Minuten Teil eines umfassenderen Erlebnisangebots, für das Eintritt bezahlt werden muss. (Manchmal ist der Gebrauchsfilm eben doch eine Ware.) Vor der Vorführung begrüßt der Unternehmenschef

⁸²⁰ Vgl. Cowan: „Taking it to the street“, 463-479.

⁸²¹ Für eine historisch-pragmatische Operationalisierung und Ausdifferenzierung des Dispositiv-Begriffs der Filmtheorie nach Jean-Louis Baudry, vgl. Frank Kessler: „The Cinema of Attractions as Dispositif“, in: *The Cinema of Attractions Reloaded*, hrsg. v. Wanda Strauven, Amsterdam: Amsterdam University Press 2006, S. 57-69. Für eine Geschichte der Werbung im Kinosaal, die zur Leinwand sogar in Konkurrenz tritt, vgl. Jeremy W. Groskopf: *Profit Margins: The American Silent Cinema and the Marginalization of Advertising*, Diss., Georgia State University, Atlanta 2013, S. 220-257.

⁸²² Vgl. dazu beispielsweise: *Screen Dynamics. Mapping the Borders of Cinema*, hrsg. v. Gertrud Koch/Volker Pantenburg/Simon Rothöhler, Wien: Österreichisches Filmmuseum/Synema 2012; *Nach dem Film, No. 15: Das Unsichtbare Kino*, hrsg. v. Alejandro Bachmann/Rasmus Greiner/Alexander Horwath/Winfried Pauleit/Ingo Zechner, 2017, <http://www.nachdemfilm.de/content/no-15-das-unsichtbare-kino> (Zugriff: 11.04.2017); Hesselberth: *Cinematic Chronotopes*.

⁸²³ Vgl. Vonderau: „Die Besichtigung als Kulturtechnik. Besucherfilme und die Autostadt Wolfsburg“, S. 201-213.

persönlich die Gäste im Projektionsraum. Danach schiebt sich die Leinwand nach oben und öffnet den Zugang zu einem Raum, in dem Schokolade eigenhändig aus Conchiermaschinen gezapft werden kann.

Der Tritt hinter (oder durch?) die Leinwand, die Steigerungs-dramaturgie hin zur Geschmack, Geruchssinn und Mitarbeit involvierenden Schokoladeverarbeitung und -verkostung könnte die Videovorführung als blasses Behelfsmittel erscheinen lassen. Schon die Entscheidung, das gesamte einstündige Programm unter dem Titel Schokokino zu bewerben, räumt dem Kino als Attraktion allerdings eine auffällig prominente Stelle ein. ‚Kino‘ macht hier einen Mehrwert an Stadt- und Standortgeschichte geltend: An derselben Stelle wie die Konditorei und Chocolaterie stand bis 1969 das Kino Rodaun, das auf der Firmenwebsite im Archivfoto präsentiert wird. Auch in der Gestaltung des Saals firmiert ‚Kino‘ als Reminiszenz an eine als vergangen deklarierte Massenkultur. „Bereits der Umbau zum Kino wurde möglichst authentisch betrieben“, versichert die Website: „So sind beispielsweise die Kinosessel Originale aus einem ehemaligen Bühnenbetrieb, die in liebevoller Arbeit restauriert wurden, um das Flair großen Kinos zu erzeugen.“⁸²⁴

Das holzbestuhlte Vorstadtkino als Inbegriff von Massenunterhaltung vor dem Fernsehzeitalter wird hier in einem genuss- und erlebniskulturellen Setting nostalgisch referenziert, ähnlich wie seine thermodynamischen Zeitgenossinnen Eisenbahn und Fließband. Verschmolzen zur Modelleisenbahn, führen beide dem Publikum nach der Vorführung Kostproben zu. Das Verhältnis von Arbeit und Konsum ist in der Raumarchitektur aufschlussreich invertiert: Kinosaal und Conchiermaschinenraum befinden sich in der ehemaligen Projektionskabine samt Filmlager des Kinos. An der Stelle des Auditoriums ist nun die Fabrikationshalle untergebracht. Wenn nach der Videoprojektion die Jalousien hochgehen, geben die breiten Fenster, durch die früher das Licht des Filmprojektors ging, einen Panoramablick in bester Industriefilmmanier frei. Ein solches Herstellungspanorama zum visuellen Konsum ist keine Erfindung des Kinos, sondern existierte davor beispielsweise schon in Form von aus Einzelfotos zusammengesetzten Fotopanoramen.⁸²⁵ Dass er hier für das Kino reklamiert wird, zeigt an, wie nachdrücklich einander Kinematografie und fordistische Produktionskultur im 20. Jahrhundert definiert haben.

⁸²⁴ N.N.: „Schokokino“, in: *Hanauers Schokokino*, <http://www.schokokino.at/schokokino/> (Zugriff: 11.04.2017). Für eine andere Verklammerung von Schokoladeproduktion und Kinosaal, in der ebenfalls die Leinwand eine entscheidende Stelle besetzt, vgl. Dennis Göttel: *Die Leinwand. Eine Epistemologie des Kinos*, München: Fink 2016, S. 32-35.

⁸²⁵ Vgl. Hediger: „Die Maschinerie des filmischen Stils“, S. 86f.

Abbildungsverzeichnis

Alle Abbildungen in der vorliegenden Arbeit sind als Zitate im Zusammenhang der im Text entwickelten Argumentation gesetzt.

Abb. 1-2: GLASBLÄSEREI, circa 1920-1921, Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 8'01'' (16 fps).

Abb. 3-4: DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES, 1916, Sascha-Film (Wien). Quelle: Filmarchiv Austria, viragiert, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 48'56''.

Abb. 5-8: FABRIK POLDIHÜTTE, circa 1915-1918, Sascha-Film (Wien). Quelle: Österreichisches Filmmuseum, SW, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 25'53''.

Abb. 9-12: THE BATTLE OF THE SOMME, 1916, W.F. Jury (London), Regie: G.H. Malins/J.B. McDowell. Quelle: DVD, Berlin/München: absolut Medien 2011, SW, stumm, 74'.

Abb. 13-18, 44: HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, circa 1923-1924, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 15'00'' (16 fps).

Abb. 19-20: PERLEN DER OSTMARK, 1938, Rudolf Mayer Film (Wien) für Amazone Strümpfe, Regie: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 3'28'' (24 fps).

Abb. 21-22, 58-62: WIR HABEN HERZ. EIN FILM VOM WÄSCHEWASCHEN, 1936, Dr. Hans Ludwig Böhm (Wien) für Wäscherei Habsburg, Bild: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://stadtfilm-wien.at/film/22/> (Zugriff: 26.10.2015), 15'53''.

Abb. 23-24: N.N.: „August Lichal R-W-V“, in: *Kontakt*, 6. Jg. (12/1931), S. 14f.

Abb. 25: BRÜCKENBAUER, 1946, Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. (Wien), Gestaltung und Fotografie: W.H. Sohm. Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, Ton, mp4 von 16mm, 13'32'' (25 fps).

Abb. 26: ODINNADCATYJ (DAS ELFTE JAHR), 1928, Regie: Dziga Vertov. Quelle: DVD, München: Film & Kunst 2009, SW, stumm, 53'.

Abb. 27-38: MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 1963, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 22'04'' (25 fps).

Abb. 39-43: AUSTRIA HOHLGLAS, 1964, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 12'44'' (25 fps).

Abb. 45-52: GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga, Technische Hochschule Columbia. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 7'10'' (Position auf DVD-Videofile: 0:29:07,15-0:36:17,20).

Abb. 53: HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, ca. 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 8'47'' (Position auf DVD-Videofile: 0:36:18,03-0:45:04,17).

Abb. 54: TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, 1960, Deutscher Verband f. Schweißtechnik e.V. (Düsseldorf) für die Farbenfabriken Bayer A.G. (Leverkusen). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 18'12'' (25 fps).

Abb. 55-57, 63-66: METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT, 1964, Theo Hörmann (Innsbruck) für die Metallwerke Plansee (Reutte), Regie: Theo Hörmann. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 19'02'' (25 fps).

Abb. 67-69: UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 1956, Dr. Hans Zickendraht (Zürich) für den Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten (Zürich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, SW, Ton, mp4 von 16mm, 19'41'' (25fps).

Abb. 70: Kettner, K.: „Testung von Unfallverhütungspaketen“, in: *Sichere Arbeit*, 5. Jg. (3/1952), S. 6.

Abb. 71: KONSUM SELBSTBEDIENUNG, circa 1965, Zelnik-Film für österreichische Konsumgenossenschaften. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, Video von 35mm auf <http://derstandard.at/2000015590584/Konsum-in-den-1960ern-Per-Selbstbedienung-zum-Menschen-von-heute> (Zugriff: 02.10.2016), 1'26''.

Abb. 72-76: WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 1964, Studio-Film (Wien) für das WIFI der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft (Österreich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 16'39'' (25 fps).

Abb. 77-78: TEMPO-REKORD, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 55'' (25 fps).

Abb. 79-82: NIMM DAS STEUER..., 1941, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Ostmärkische Volksfürsorge (Innsbruck). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 2'09'' (24 fps).

Abb. 83-84: N.N.: „Das Geheimnis der Zehn?“, in: Firmenarchiv *Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller*, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien, S. 3.

Abb. 85: DAS GUTE FEH, 1955, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für feh Taschentücher. Quelle: ADI MAYER FILM HISTORY REEL, Farbe, Ton, mp4, 18'12'', für diesen Film: 0:01:40,00-0:04:13,21.

Abb. 86-93: HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 1955, Traum & Maier (Wien) für Ankerbrot (Wien), Animation: Paul Obczovsky. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe,

Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:48:00,10-0:50:08,16.

Abb. 94: Marshall McLuhan: *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Amsterdam: Verlag der Kunst 1996, S. 127.

Abb. 95: K(L)EINE ZAUBEREI, 1958, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für d-c-fix, Konrad Hornschuch AG (Weißbach), Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:56:11,01-0:57:27,18.

Abb. 96-108: KERAMISCHE FLIESEN, 1960, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Echte Keramische Fliesen, Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:57:32,12-0:59:16,15.

Abb. 109: CASALI – RUM KOKOS, 1957, Traum & Maier (Wien) für Casali Rum Kokos, Manner (Wien), Regie: Carlo Raffener. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:00:53,24-1:01:32,14.

Abb. 110-113: CAPRICCIO ITALIEN, 1959, heller film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:02:38,04-1:04:20,19.

Abb. 114-120, 125-126: CAN YOU IMAGINE THAT..., 1957, Plex Film (Zürich) für Allemann (Welschenrohr), Drehbuch/Tricks/Gestaltung: Harry Emmel/Ferry Radax, Produktion: Emmel, Kamera: Radax. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 3'50'' (25fps).

Abb. 121-124, 127-132: HUMANIC VARESE, 1959, Schönbrunn Film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:04:24,02-1:06:01,22.

Filmografie

Im Detail zitierte Filme:

- ALLE NEUNE, 1939, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Gasgemeinschaft Wien. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 1'43'' (25 fps).
- ALS HET MOET... KAN HET, 1950, Haghe Film (Den Haag) für NV Van der Heem. Quelle: EYE Film Instituut Nederland, SW, Ton, mp4 von 35mm, 5'12''.
- AUS EINER WERKZEUGMASCHINENFABRIK, circa 1922-23, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 13'02'' (16 fps).
- AUSTRIA HOHLGLAS, 1964, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 12'44'' (25 fps).
- THE BATTLE OF THE SOMME, 1916, W.F. Jury (London), Regie: G.H. Malins/J.B. McDowell. Quelle: DVD, Berlin/München: absolut Medien 2011, SW, stumm, 74'.
- BILDER AUS EINER EISENGIESSEREI, circa 1922-1923, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 8'09'' (16 fps).
- BILDER AUS EINER GROSSSCHMIEDE, circa 1922-1923, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 4'33'' (16 fps).
- BILDER AUS EINER MÖBELTISCHLEREI, circa 1922-1923, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 10'26'' (16 fps).
- DAS BOHÈME-QUARTETT IN: 4 VON DER TEGETTHOFFSTRASSE, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://stadtfilm-wien.at/film/186/> (Zugriff: 7.2.2017), 2'39''.
- BRÜCKENBAUER, 1946, Österreichische Wochenschau- und Filmproduktions-K.G. (Wien), Gestaltung und Fotografie: W.H. Sohm. Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, Ton, mp4 von 16mm, 13'32'' (25 fps).
- CAN YOU IMAGINE THAT..., 1957, Plex Film (Zürich) für Allemann (Welschenrohr), Drehbuch/Tricks/Gestaltung: Harry Emmel/Ferry Radax, Produktion: Emmel, Kamera: Radax. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 3'50'' (25fps).
- CAPRICCIO ITALIEN, 1959, heller film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:02:38,04-1:04:20,19.
- CASALI – RUM KOKOS, 1957, Traum & Maier (Wien) für Casali Rum Kokos, Manner (Wien), Regie: Carlo Raffeiner. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:00:53,24-1:01:32,14.
- CENT FRANCS, 1936, Puvabi (Belgien) für Aristona Radio (Niederlande). Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg von 35mm, 5'19''.

- CONNAISSEZ-VOUS ÇA, 1956, Central-Film (Zürich) für Maggi. Quelle: „Short Films with Swiss Film Music“, DVD, in: *Swiss Film Music Anthology 1928-2012*, DVD-Box, herausgegeben von Mathias Spohr, Lausanne: Fondation Suisa 2014, 3'57''.
- DANGER – WOMEN AT WORK!, circa 1943, Vision Educational (New York City), Regie: J.A. Yovin. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, m4v auf https://archive.org/details/danger-women_at_work (Zugriff: 01.10.2016), 9'31''.
- THE DAYS OF OUR YEARS, 1955, Dudley Pictures Corporation (New York/Beverly Hills) für Union Pacific Railroad (USA), Regie: Allen Miner. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), Farbe, Ton, mp4 auf <https://archive.org/details/DaysofOu1955> (Zugriff: 01.10.2016), 20'02''.
- DAS EDLE MIT SCHÖNHEIT GEPAART, circa 1959, für Longines (Saint-Imier). Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, mov von 35mm, 1'17'' (25fps).
- EINKAUFEN LEICHT GEMACHT, 1951, US-Filmproduktion für das European Recovery Program, Regie: George Freedland. Quelle: Österreichische Mediathek, SW, Ton, Video-Exzerpt auf <http://www.mediathek.at/atom/14246EC4-24E-06E18-00000498-14239AC6/> (Zugriff: 02.10.2016), 6'54'' (Original: circa 22').
- FABRIK POLDIHÜTTE, circa 1915-1918, Sascha-Film (Wien). Quelle: Österreichisches Filmmuseum, SW, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 25'53''.
- A GAME OF CHANCE, 1961, British Films (Großbritannien) für das Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (London). Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Four. Stop! Look! Listen!*, London: British Film Institute 2010, Disc 2, Farbe, Ton, 9'26''.
- GANZ OBJEKTIV GESEHEN. EINE KLEINE HAUSHALT-GESCHICHTE, 1942, KWF Düsseldorf (Düsseldorf) für die Europäische Produktivitäts-Zentrale beim Europäischen Wirtschaftsrat und das Rationalisierungskuratorium der deutschen Wirtschaft, Regie: Hubert Kruchen. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 28'16'' (Position auf DVD-Videofile: 0:00:25,01-0:28:41,01).
- DAS GESETZ DER STRASSE, 1946, Gloriafilm A.G. (Zürich) für die Polizeidirektion des Kantons Zürich, Regie: Max Haufler. Quelle: DVD *Zeitreisen in die Vergangenheit der Schweiz – Auftragsfilme 1939-1959, Folge 1*, Zürich: Praesens 2007, SW, Ton, 18'25''.
- GIGANT UND MÄDCHEN, 1955, Hoela-Film (Wien), Regie: Kurt Steinwendner. Quelle: Filmarchiv Austria, SW, Ton, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 01.10.2016), 15'57''.
- GLASBLÄSEREI, circa 1920-1921, Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 8'01'' (16 fps).
- GRUBE CÄCILIE, 1917, Oliver-Film GmbH (Berlin). Deutsche Kinemathek, SW, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 14'03''.
- DAS GUTE FEH, 1955, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für feh Taschentücher. Quelle: ADI MAYER FILM HISTORY REEL, Farbe, Ton, mp4, 18'12'', für diesen Film: 0:01:40,00-0:04:13,21.
- GUTE IDEEN, 1950, Crown Film Unit, Central Office of Information, London, für die ECA-Mission UK und die Economic Information Unit of the British Treasury. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, Ton, 13'36'' (Position auf DVD-Videofile: 1:13:56,00-1:27:32,03).
- GUTE IDEEN ERLEICHTERN DIE ARBEIT, 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga, Technische Hochschule Columbia. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 7'10'' (Position auf DVD-Videofile: 0:29:07,15-0:36:17,20).

- HANSL UND DIE 200.000 KÜKEN, 1952, Regie: Georg Tressler. Quelle: *Selling Democracy. Die Filme des Marshallplans*, DVD 2, zusammengestellt von Rainer Rother, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2006, SW, Ton, 13'56''.
- HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN SCHNELLZUGSLOKOMOTIVEN, circa 1923-1924, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 15'00'' (16 fps).
- HÖCHSTLEISTUNGEN, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 43'' (24 fps).
- HÖHERE LEISTUNG, BESSERER LOHN!, ca. 1950, Technische Leitung: Frank A. Baird, Produktivitätskonsulent der ECA Sondermission in Österreich, Kamera: Prof. Gideon A. Varga. Quelle: DVD E9480, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 8'47'' (Position auf DVD-Videofile: 0:36:18,03-0:45:04,17).
- HUMANIC VARESE, 1959, Schönbrunn Film (Wien) für Humanic (Graz), Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:04:24,02-1:06:01,22.
- HUNGERSTREIK IM SCHLARAFFENLAND, 1955, Traum & Maier (Wien) für Ankerbrot (Wien), Animation: Paul Obczovsky. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:48:00,10-0:50:08,16.
- THE JOKER, 1952, Mode-Art Pictures (USA) für American Bridge Division of United States Steel (USA). Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), Farbe, Ton, m4v auf https://archive.org/details/0424_Joker_The_01_47_20_00 (Zugriff: 01.10.2016), 30'55''.
- MR.
- JONES TAKES THE AIR, 1946, Crown Film Unit (London) für die Royal Society for the Prevention of Accidents. Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Six. Worth the Risk*, London: British Film Institute 2011, Disc 1, SW, Ton, 9'39''.
- K(L)EINE ZAUBEREI, 1958, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für d-c-fix, Konrad Hornschuch AG (Weißbach), Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:56:11,01-0:57:27,18.
- KERAMISCHE FLIESEN, 1960, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Echte Keramische Fliesen, Regie: Martin Bauer. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:57:32,12-0:59:16,15.
- DE KLANT IS GEWILLIG MAAR... HET VLEES WAS ZWAK, circa 1960-1969, Safari Filmproduktie (Hilvarenbeek) Co-op Nederland (Niederlande), Regie: Joop van Essen. Quelle: Beeld en Geluid, Farbe, Ton, mpeg von 16mm, 12'18''.
- KOMMT NACH BADEN, 1937, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für die Stadt Baden. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 27'' (25 fps).
- KONSUM SELBSTBEDIENUNG, circa 1965, Zelnik-Film für österreichische Konsumgenossenschaften. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, Farbe, Ton, Video von 35mm auf <http://derstandard.at/2000015590584/Konsum-in-den-1960ern-Per-Selbstbedienung-zum-Menschen-von-heute> (Zugriff: 02.10.2016), 1'26''.
- KREISE, 1933, für Tolirag (Berlin), Regie: Oskar Fischinger. Quelle: *Oskar Fischinger: Ten Films*, DVD, Los Angeles: Center for Visual Music 2006, 1'48''.

- KRIEGSGEFANGENENLAGER UND BETRIEBE DER BAULEITUNG FELDBACH, 1915, Sascha-Film (Wien).
Quelle: Filmarchiv Austria, viragiert, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 30'24''.
- KUNER MAYONAISE, 1959, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Thea. Quelle: 40 JAHRE LEHRGANG FÜR WERBUNG UND VERKAUF – 40 JAHRE WERBUNG IN ÖSTERREICH, Farbe, Ton, mp4, 48'45'', für diesen Film: 0:21:55,00-0:23:05,11.
- MAGGI WÜRZE, 1957, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Maggi. Quelle: ADI MAYER FILM HISTORY REEL, Farbe, Ton, mp4, 18'12'', für diesen Film: 0:04:14,23-0:05:17,03.
- METALLE FÜR DIE RAUMFAHRT, 1964, Theo Hörmann (Innsbruck) für die Metallwerke Plansee (Reutte), Regie: Theo Hörmann. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 19'02'' (25 fps).
- MIES EN LÈNE EN DE BONBONS, 1925, I.W.A. Film (Den Haag) für Ringers Schokolade, Regie: Otto van Neyenhoff. Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg 3-teilig von 35mm, 14'48'', 15'01'' und 12'27''.
- MIT UNBEKANNTEM ZIEL, 1963, Regler-Film (Wien) für die Bundeshandelskammer und das Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 22'04'' (25 fps).
- MURATTI GREIFT PRIVAT, 1935, für Muratti, Regie: Oskar Fischinger. Quelle: *vimeo*, <https://vimeo.com/ondemand/33906> (Zugriff: 8.2.2017), 2'26''.
- NAPOLI GOLDDSSERT, 1966, Traum & Maier (Wien) für Napoli Golddessert, Manner (Wien). Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:51:27,15-0:53:05,03.
- NIMM DAS STEUER..., 1941, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Ostmärkische Volksfürsorge (Innsbruck). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 2'09'' (24 fps).
- ODINNADCATYJ (DAS ELFTE JAHR), 1928, Regie: Dziga Vertov. Quelle: DVD, München: Film & Kunst 2009, SW, stumm, 53'.
- THE ORIGINAL FILMS OF FRANK B. GILBRETH, 1968, presented by James S. Perkins in collaboration with Dr. Lillian M. Gilbreth and Dr. Ralph M. Barnes, Sponsored by the Chicago Chapter of the Society for the Advancement of Management. Quelle: Archive.org, SW, stumm, Video auf <https://archive.org/details/OriginalFilm> (Zugriff: 26.06.2016), 15'23'' und https://archive.org/details/OriginalFilm_2 (Zugriff: 26.06.2016), 16'42''.
- PERLEN DER OSTMARK, 1938, Rudolf Mayer Film (Wien) für Amazone Strümpfe, Regie: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://efilms.ushmm.org> (Zugriff: 22.04.2017), 3'28'' (24 fps).
- PHILIPS [LICHTSPIEL], circa 1963, für Philips, Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, SW, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:02:10,16-1:02:30,05.
- PHILIPS [PRODUKTE], circa 1963, für Philips, Regie: Hans Albala. Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, SW, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 1:01:37,01-1:02:08,21.
- PHILIPS RADIO, 1931, für Philips N.V. (Amsterdam), Regie: Joris Ivens. Quelle: DVD-Box *Joris Ivens Weltenfilmer. Filme 1912-1988, DVD 1 1912/1933*, Berlin: absolut Medien 2009, SW, Ton, 35'48''.
- DER REGENBOGEN, 1957, Regler-Film (Wien) für Bundeshandelskammer/Wirtschaftsförderungsinstitut, Regie: Harald Zusanek.
- SAFE AS YOU THINK, 1950, Jam Handy Organization (Detroit) for General Motors (Detroit), Regie: Haford Kerbawy. Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, mp4 auf

- https://archive.org/details/0403_Safe_As_You_Think_02_29_00_00 (Zugriff: 02.10.2016), 26'45''.
- SIX MURDEROUS BELIEFS, 1955, Emerson Film Corporation (USA) für National Safety Council (USA). Quelle: Prelinger Archives (San Francisco), SW, Ton, m4v auf http://archive.org/details/0419_Six_Murderous_Beliefs_07_44_28_00 (Zugriff: 01.10.2016), 11'37''.
- SIX PACKAGING STUDIES, 1942, Department of Administrative Engineering at New York University. Quelle: DVD E9676, Videothek des tfm | Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Universität Wien, SW, stumm, 11'19'' (Position auf DVD-Videofile: 0:30:25,22-0:41:46,01).
- SONNE INS HAUS – SONNE-BRIKETTS, 1932, für Sonne-Briketts (Freienhufen), Regie: Hans Fischerkoesen. Quelle: *Geschichte des deutschen Animationsfilms*, DVD 6, kuratiert von Ulrich Wegenast, Berlin/München: absolut medien 2011, 3'01''.
- DAS STAHLWERK DER POLDIHÜTTE WÄHREND DES WELTKRIEGES, 1916, Sascha-Film (Wien). Quelle: Filmarchiv Austria, viragiert, stumm, Video auf <http://www.europeanfilmgateway.eu/> (Zugriff: 26.10.2015), 48'56''.
- TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ, 1960, Porta-Film (Hamburg), Regie: Hans H. Hermann. Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 9'38'' (25 fps).
- DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR, 1923, Produktion: Staatliche Filmhauptstelle (Wien). Quelle: Filmarchiv der media wien im Wiener Stadt- und Landesarchiv, SW, stumm, mp4 von 16mm, 16'40'' (16 fps).
- TEMPO-REKORD, 1936, Mayer's Filmbüro (Wien) für Wilhelm Sandera Orig. engl. Stoffe (Wien). Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 55'' (25 fps).
- THEA MARGARINE, 1955, Adi Mayer's Filmbüro (Wien) für Thea. Quelle: 40 JAHRE LEHRGANG FÜR WERBUNG UND VERKAUF – 40 JAHRE WERBUNG IN ÖSTERREICH, Farbe, Ton, mp4, 48'45'', für diesen Film: 0:20:46,22-0:21:54,24.
- TÖDLICHES ALIBI, 1965, Minke-Film (Wien) für den Unfallverhütungsdienst der AUVA (Wien). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 21'22'' (25 fps).
- TRAUDL'S NEUER GEMÜSEGARTEN, 1952, Regie: Georg Tressler. Quelle: *Selling Democracy. Die Filme des Marshallplans*, DVD 2, zusammengestellt von Rainer Rother, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2006, SW, Ton, 15'17''.
- TROPFENÜBERGANG IM SCHWEISSLICHTBOGEN, 1960, Deutscher Verband f. Schweißtechnik e.V. (Düsseldorf) für die Farbenfabriken Bayer A.G. (Leverkusen). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 18'12'' (25 fps).
- UMGANG MIT GAS-, SCHWEISS- UND SCHNEIDGERÄTEN, 1959/60, Deutscher Verband für Schweißtechnik für die Farbenfabriken Bayer A.G. (Leverkusen). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 16mm, 14'06'' (25fps).
- UNFALLSCHUTZ UND VERWENDUNG VON VORRICHTUNGEN (KEHLEN UND FRÄSEN), 1956, Dr. Hans Zickendraht (Zürich) für den Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten (Zürich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, SW, Ton, mp4 von 16mm, 19'41'' (25fps).
- VARIATIONS ON A CELLOPHANE WRAPPER, 1970, Regie: David Rimmer. Quelle: Video verfügbar auf http://ubu.com/film/rimmer_cellophane.html (Zugriff: 26.10.2015), Farbe, Ton, 8'40''.
- WENIGER LAUFEN - MEHR VERKAUFEN, 1964, Studio-Film (Wien) für das WIFI der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft (Österreich). Quelle: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich, Wien, Farbe, Ton, mp4 von 35mm, 16'39'' (25 fps).

- WER SORGEN HAT..., 1958, Traum & Maier (Wien) für Casali Goldteufel, Manner (Wien). Quelle: ANIMATIONSFILM IN ÖSTERREICH 1900-1970, Farbe, Ton, mp4 von VHS, herausgegeben von ASIFA, Wien: ASIFA 1998, 2h00'28'', für diesen Film: 0:53:09,20-0:54:43,21.
- WIE SAG ICH'S MEINER FRAU?, circa 1958, heller film (Wien) für österreichische Konsumgenossenschaften. Quelle: Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, mp4 von 35mm, 3'38'' (25fps).
- WIR HABEN HERZ. EIN FILM VOM WÄSCHEWASCHEN, 1936, Dr. Hans Ludwig Böhm (Wien) für Wäscherei Habsburg, Bild: Rudolf Mayer. Quelle: Depot Kurt Mayer, Österreichisches Filmmuseum, SW, Ton, Video von 35mm auf <http://stadtfilm-wien.at/film/22/> (Zugriff: 26.10.2015), 15'53''.
- WORTH THE RISK?, 1948, Crown Film Unit (London) für das Ministry of Transport (London). Quelle: 2-DVD-Set *The COI Collection Volume Six. Worth the Risk*, London: British Film Institute 2011, Disc 1, SW, Ton, 9'04''.
- ZOO MEN VOERT, ZOO MEN BOERT, 1923, I.W.A. Film (Den Haag) für Sluis Geflügelfutter. Quelle: Beeld en Geluid, SW, stumm, mpeg 2-teilig von 35mm, 9'46'' und 10'37''.

Weitere genannte Filme:

- #HEIMKOMMEN (2015, Alex Feil)
1. APRIL 2000 (1952, Wolfgang Liebeneiner)
- BIC! BALL PEN (1964, Idee und Storyboard: Ferry Radax)
- DAS BLUMENWUNDER (1925, Max Reichmann)
- LE CHANT DU STYRÈNE (1958, Alain Resnais)
- CLEOPATRA (1934, Cecil B. DeMille)
- ENTR'ACTE (1924, René Clair)
- FLÖSSER (1941, Bruno Wozak)
- GESCHWINDIGKEIT MAL ZEIT (1961, Harald Zusanek)
- GLAS (1958, Bert Haanstra)
- HITLER, EIN FILM AUS DEUTSCHLAND (1977, Hans-Jürgen Syberberg)
- KALEIDOSKOP MADE IN AUSTRIA (1961, Helmut Pfandler)
- KEINE ANGST VOR AUTOMATISIERUNG (1961, Harald Zusanek)
- KIPHO (1925, Guido Seeber/Julius Pinschewer)
- KRUPP HEUTE – MENSCHEN UND WERK (1958, Eduard Wieser)
- LUDWIG WITTGENSTEIN (1974-76, Ferry Radax)
- M – EINE STADT SUCHT EINEN MÖRDER (1931, Fritz Lang)
- MELODIE DER WELT (1930, Walter Ruttmann)
- METALL DES HIMMELS (1935, Walter Ruttmann)
- METROPOLIS (1927, Fritz Lang)
- DIE MÖRDER SIND UNTER UNS (1946, Wolfgang Staudte)
- MORGENSTUNDE (1935, Hans Ludwig Böhm)
- MUSIK FÜR DIE WELT (1955, Karl Sztollar)
- MÜSSEN (2016, Greg Gray)
- OKTJABR' (OKTOBER, 1928, Sergej Eisenstein)
- OVER GLAS GESPROKEN (1958, Bert Haanstra)
- PAISÀ (1946, Roberto Rossellini)
- ŠESTAJA ČAST' MIRA (EIN SECHSTEL DER ERDE, 1926, Dziga Vertov)
- STROM DER BERGE (1952, Victor Vicas)

SUNRISE (1927, F.W. Murnau)

THE WIND (1928, Victor Sjöström)

ZEITGESCHEHEN – SCHNELL GESEHEN! (ab 1945, Produktion: Österreichische Wochenschau- und
Filmproduktions-K.G. Hübler-Kahla)

ZWEIGROSCHENZAUBER (1929, Hans Richter)

Bibliografie

Unpublizierte Quellen

Colpan, Sema/Lydia Nsiah: „Shaping industrial modernity: Austrian sponsored films between 1920 and 1960“, unpublizierter Vortrag bei der *European Social Science and History Conference* (ESSHC) 2012, 12.04.2012, University of Glasgow, Großbritannien.

Bundesarchiv Deutschland, Berlin-Wilmersdorf:

N.N.: „DAS GEHEIMNIS DER 10, Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien VII (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 62m, W.T. [Werbefilm; Anmerkung JS]“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 2.12.1938, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

N.N.: „PERLEN DER OSTMARK: Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien VII (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 85m“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 26.09.1938, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

N.N.: „DAS ZAUBERFLÄSCHCHEN: Adi Mayer's Filmbüro Wien (A+H [Antragsteller und Hersteller; Anmerkung JS]), 90 m“, Zulassungskarte der Filmprüfstelle Berlin, datiert auf 15.5.1943, in: BArch R 9346, Zulassungskarten deutscher Filmprüfstellen, Bundesarchiv Berlin-Fehrbelliner Platz (eingesehen am 13.11.2012).

Wirtschaftskammer Österreich, Wien:

N.N.: „AUSTRIA HOHLGLAS“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 175. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

N.N.: „Gesundheitswesen, Unfallverhütung, 1. Hilfe“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 41f., sowie: Nachtrag zum Sachregister, S. 4. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

N.N.: „TROPFENÜBERGANG IM SCHWEIßLICHTBOGEN“, in: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft: *Filmdienst*, Loseblattsammlung, Wien, nach 1970, S. 78. Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv, Bereich: Filmsammlung der Wirtschaftskammer Österreich.

Podhradsky, H.: „An das Bundesministerium für Auswärtige Angelegenheiten“, 23.07.1964, in: Gesch.-Zahl WF 24.550/1964; Gegenstand: „Leihweise Überlassung von Filmen an das ECE-Sekretariat“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.

- „Antrag“, 07.07.1959, in: Gesch.-Zahl WF 23.381/1959; Gegenstand: „Herstellung von Fernseh-Kurzfilmen für die österreichische Wirtschaftswerbung im Ausland“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.
 - „Antrag an das Präsidium“, 07.07.1959, in: Gesch.-Zahl WF 23.381/1959; Gegenstand: „Wirtschaftsförderungsfilme für Fernsehwerbung“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.
 - „Bericht und Antrag an das Präsidium“, 31.03.1958, in: Gesch.-Zahl WF 22.331/1958, Gegenstand: „Filmdienst“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.
- Wessely: „Antrag für die Präsidialsitzung“, 13.10.1956, in: Gesch.-Zahl WF 25.472/1956; Gegenstand: „Herstellung eines Wirtschaftswerbefilms“, Archiv: Wirtschaftskammer Österreich, Wien – Abteilung Recht und Organe/Archiv.

Firmenarchiv Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, Wien:

- Meder, Erich: „Qualität bleibt Qualität. Ein Werbefilm für ‘Abadie’ von Erich Meder“, in: Firmenarchiv Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien.
- „Wien steht Kopf. Ein Persil-Reklame-Film. Idee von Erich Meder“, in: Firmenarchiv Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien.
- N.N.: „Das Geheimnis der Zehn?“, in: Firmenarchiv Rudolf Mayer, Kurzfilmhersteller, im Besitz von Kurt Mayer, deponiert im Österreichischen Filmmuseum, Wien.

Österreichisches Staatsarchiv, Wien:

- OeStA/AdR BKA Stk alt MSL 234 (1919).
 OeStA/AdR BKA Stk alt MSL 237 (ex 1922), darin: N.N.: „Film-Fabrikation pro März 1922“,
 N.N.: „Rechnung No. 0485“.

Wiener Stadt- und Landesarchiv:

- N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 69“, Dokument im Filmarchiv der media wien, Wiener Stadt- und Landesarchiv.
 N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 71“, Dokument im Filmarchiv der media wien, Wiener Stadt- und Landesarchiv.
 N.N.: „Evidenzblatt für Nr. 75“, Dokument im Filmarchiv der media wien, Wiener Stadt- und Landesarchiv.

Publizierte Quellen

- Agamben, Giorgio: „Noten zur Geste“, in: *Mittel ohne Zweck. Noten zur Politik*, Freiburg/Berlin: diaphanes 2001, S. 53-62.
- Alloa, Emmanuel: „Oikonomia. Der Ausnahmezustand des Bildes und seine byzantinische Begründung“, in: *BildÖkonomie. Haushalten mit Sichtbarkeiten*, hrsg. v. Emmanuel Alloa/Francesca Falk, München: Fink 2013, S. 275-325.
- Ansen, David: „King of Comedy. Newsweek’s 1986 Profile of Robin Williams“, in: *Newsweek*, 07.07.1986, <http://www.newsweek.com/king-comedy-newsweeks-1986-profile-robin-williams-264094> (Zugriff: 19.04.2017).
- Auerbach, Erich: „Figura“, in: Ders.: *Gesammelte Aufsätze zur Romanischen Philologie*, Bern/München: Francke 1967, S. 55-92.
- *Mimesis. Dargestellte Wirklichkeit in der abendländischen Literatur*, Bern: Francke 1994 [Orig. 1946].
- Aumont, Jacques: *À quoi pensent les films*, Paris: Séguier 1996.
- Bachmann, Alejandro/Rasmus Greiner/Alexander Horwath/Winfried Pauleit/Ingo Zechner (Hrsg.): *Nach dem Film, No. 15: Das Unsichtbare Kino*, 2017, <http://www.nachdemfilm.de/content/no-15-das-unsichtbare-kino> (Zugriff: 11.04.2017).
- Balász, Béla: *Der Geist des Films*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001 [Orig. 1930].
- Ballhausen, Thomas/Paolo Caneppele (Hrsg.): *Entscheidungen der Wiener Filmzensur 1922-1925*, Wien: Filmarchiv Austria 2002.
- Bamford, Kiff: „Desire, Absence and Art in Deleuze and Lyotard“, in: *Parrhesia*, 16 (2013), S. 50f.
- Barthes, Roland: „Der dritte Sinn. Forschungsnotizen über einige Fotogramme S.M. Eisensteins“, in: Ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990, S. 47-66 [frz. Orig. 1970].
- *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1989 [frz. Orig. 1980].
- *Die Lust am Text*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1974 [frz. Orig. 1973].
- „Der Real(itäts)effekt“, in: *nach dem film 2* (2000), <http://www.nachdemfilm.de/content/der-realitätseffekt> (Zugriff: 26.03.2017) [frz. Orig. 1968].
- „Rhetorik des Bildes“, in: Ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990, S. 28-46 [frz. Orig. 1964].
- Baudrillard, Jean: *Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen*, Wiesbaden: Springer 2015, [frz. Orig. 1970].
- *Der symbolische Tausch und der Tod*, Berlin: Matthes & Seitz 2011 [frz. Orig. 1976].
- *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt am Main: Campus 2007 [frz. Orig. 1968].
- Baudry, Jean-Louis: „Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus“, in: *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, hrsg. v. Philip Rosen, New York: Columbia University Press 1986, S. 287-298 [frz. Orig. 1970].
- Beck, Ulrich: „Risikogesellschaft und Vorsorgestaat – Zwischenbilanz einer Diskussion“, in: Ewald: *Der Vorsorgestaat*, S. 535-558.

- Beil, Benjamin/Lorenz Engell/Jens Schröter/Herbert Schwaab/Daniela Wentz: „Die Serie. Einleitung in den Schwerpunkt“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2012), S. 10-16.
- Beller, Jonathan L.: „Cinema, Capital of the Twentieth Century“, in: *Postmodern Culture*, 4. Jg. (3/1994), <http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.594/beller.594> (Zugriff: 31.1.2017).
- Beniger, James: „The Control Revolution“, in: *Communication in History. Technology, Culture, Society*. Third Edition, hrsg. v. David Crowley/Paul Heyer, New York [u.a.]: Longman 1999, S. 305-315.
- Benjamin, Walter: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“, in: Ders.: *Illuminationen. Ausgewählte Schriften 1*, ausgewählt v. Siegfried Unseld, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 136-169.
- *Das Passagen-Werk*, 2 Bände, hrsg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1983.
- Bernold, Monika: ‚*Die österreichische Fernsehfamilie*‘. *Archäologien und Repräsentationen des frühen Fernsehens in Österreich*, Diss., Universität Wien 1997.
- „Selbstbedienung und Sichtbarkeit: Bilder vom ‚zeitgemäßen Leben‘“, in: *Relation*, 7. Jg. (1+2/2000), S. 137-144.
- Berz, Peter: *08/15. Ein Standard des 20. Jahrhunderts*, München: Fink 2001.
- Blättler, Christine: „Einleitung“, in: *Kunst der Serie. Die Serie in den Künsten*, hrsg. v. Christine Blättler, München: Fink 2010, S. 7-14.
- „Serial Sixties auf Französisch“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2012), S. 70-79.
- Blümlinger, Christa: *Kino aus zweiter Hand. Zur Ästhetik materieller Aneignung im Film und in der Medienkunst*, Berlin: Vorkwerk 8 2009.
- Bochsler, Regula/Pascal Derungs (Mitarbeit): „Swiss Made – Ein Jahrhundert Schweizer Werbefilm“, in: *Und führe uns in Versuchung. 100 Jahre Schweizer Werbefilm*, hrsg. v. Regula Bochsler/Pascal Derungs, Zürich: Museum für Gestaltung 1998, S. 45-79.
- Böhm, Hans Ludwig: „Filmwerbung und Werbefilm.“, in: *Reklame-Presse*, September 1936, 1. Jg. (2/1936), S. 2.
- Böhme, Gernot: *Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, München: Fink 2001.
- Böhme, Hartmut: *Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2006.
- Böhnke, Alexander: *Paratexte des Films. Über die Grenzen des filmischen Universums*, Bielefeld: Transcript 2007.
- Boyer, Robert: *The Regulation School: A Critical Introduction*, New York: Columbia University Press 1990.
- Brakhage, Stan: *Metaphors on Vision*, New York: Film Culture 1963, <https://archive.org/details/metaphorsonvisio00brak> (Zugriff: 25.06.2016).
- Brändli, Sibylle: *Der Supermarkt im Kopf. Konsumkultur und Wohlstand in der Schweiz nach 1945*, Wien/Köln/Weimar: Böhlau 2000.
- Bruckmüller, Ernst: *Nation Österreich. Kulturelles Bewußtsein und gesellschaftlich-politische Prozesse*. 2., ergänzte und erweiterte Aufl., Wien/Köln/Graz: Böhlau 1996.
- Buchschwenter, Robert: „Venus aus dem Korsett. Vom Entkork(s)en sexueller Phantasien im österreichischen Animationsfilm“, in: *Die Kunst des Einzelbilds. Animation in Österreich – 1832 bis heute*, hrsg. v. Christian Dewald/Sabine Groschup/Mara Mattuschka/Thomas Renoldner, Wien: Filmarchiv Austria 2010, S. 239-251.
- Bussemer, Thymian: *Propaganda. Konzepte und Theorien*, 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2008.

- Büttner, Elisabeth/Christian Dewald: „07 – Festkultur“, in: *Filmarchiv* 47 (10-11/2007), S. 37.
 ---- *Das tägliche Brennen. Eine Geschichte des österreichischen Films von den Anfängen bis 1945*, Salzburg/Wien: Residenz 2002.
- Colpan, Sema/Lydia Nsiah: „More than Product Advertising: Animation, Gasparcolor and Sorela’s Corporate Design“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 114-130.
- Colpan, Sema/Lydia Nsiah/Joachim Schätz: „Verbinden, Formen, Aufbauen. BRÜCKENBAUER und die Produktivität des Kinos“, in: *zeitgeschichte*, 41. Jg. März/April 2014 (2/2014), S. 102-121.
- Cowan, Michael: „Advertising and Animation: From the Invisible Hand to Attention Management“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 93-113.
 ---- „Advertising, Rhythm, and the Filmic Avant-Garde in Weimar: Guido Seeber and Julius Pinschewer’s KIPHO Film“, in: *October* 131 (2010), S. 23-50.
 ---- „Fidelity, Capture and the Sound Advertisement. Julius Pinschewer and Rudi Klemm’s DIE CHINESISCHE NACHTIGALL“, in: *zeitgeschichte*, 41. Jg. März/April 2014 (2/2014), S. 77-88.
 ---- „Taking it to the street: screening the advertising film in the Weimar Republic“, in: *Screen*, 54. Jg. (4/2013), 463-479.
 ---- *Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity. Avant-Garde – Advertising – Modernity*, Amsterdam: Amsterdam University Press 2014.
- Curtis, Robin: „Deixis, Imagination und Perzeption. Bestandteile einer performativen Theorie des Films“, in: *Deixis und Evidenz*, hrsg. v. Horst Wenzel/Ludwig Jäger in Zusammenarbeit mit Robin Curtis/Christina Leuchtermann, Freiburg i.Br./Berlin/Wien: Rombach 2008, S. 241-259.
- Curtis, Scott: „Die kinematographische Methode. Das ‚Bewegte Bild‘ und die Brownsche Bewegung“, in: *montage AV*, 14. Jg. (2/2005), S. 23-43.
- Daston, Lorraine/Peter Galison: „Das Bild der Objektivität“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 29-99.
- Deleuze, Gilles: *Das Bewegungs-Bild. Kino 1*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997.
 ---- „Brief an Serge Daney: Optimismus, Pessimismus und Reisen“, in: Ders.: *Unterhandlungen. 1972-1990*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 101-118.
 ---- *Francis Bacon. Logik der Sensation*, München: Fink, 1995.
 ---- „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“, in: Ders.: *Unterhandlungen. 1972-1990*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 254-262.
 ---- *Das Zeit-Bild. Kino 2*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 32.
 ----/Felix Guattari: *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*, Minneapolis/London: University of Minnesota 1987, online verfügbar unter <http://projectlamar.com/media/A-Thousand-Plateaus.pdf> (Zugriff: 26.10.2015).
- Dimendberg, Edward: „Das sind keine Stilübungen’: Zu Alain Resnais’ Industriefilm LE CHANT DU STYRÈNE“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 101-131.
- Ditt, Karl: „Rationalisierung im Einzelhandel: Die Einführung und Entwicklung der Selbstbedienung in der Bundesrepublik Deutschland 1949-2000“, in: *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne*, hrsg. v. Michael Prinz, Paderborn [u.a.]: Ferdinand Schöningh 2003, S. 315-356.
- Doane, Mary Ann: *The Emergence of Cinematic Time. Modernity, Contingency, the Archive*, Cambridge (Mass.)/London: Harvard University Press 2002.

- „Hat das Medium Gewicht?“, in: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* (2/2010), S. 15-26.
- „The Indexical and the Concept of Medium Specificity“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 128-152.
- Doering-Manteuffel, Anselm: „Ordnung jenseits der politischen Systeme: Planung im 20. Jahrhundert“, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 34. Jg. (3/2008), S. 398-406.
- Dubois, Philippe: „Plastizität und Film. Die Frage des Figuralen als Störzeichen“, in: *Störzeichen. Das Bild angesichts des Realen*, hrsg. v. Oliver Fahle, Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften 2003, S. 113-135.
- „La tempête et la matière-temps, ou le sublime et le figural dans l'œuvre de Jean Epstein“, in: *Jean Epstein. Cinéaste, Poète, Philosophe*, hrsg. v. Jacques Aumont, Paris: Cinémathèque Française 1998, S. 267-323.
- Ebenführer, Astrid: „Rauchen für Österreich und Probleme mit Brustwarzen“, in: *derStandard.at*, 18.10.2011, <http://derstandard.at/1318726033790/100-Jahre-Werbefilm-in-Oesterreich-Rauchen-fuer-Oesterreich-und-Probleme-mit-Brustwarzen> (Zugriff: 28.1.2017).
- Eco, Umberto: „Serialität im Universum der Kunst und der Massenmedien“, in: Ders.: *Im Labyrinth der Vernunft. Texte über Kunst und Zeichen*, hrsg. v. Michael Franz/Stefan Richter, Leipzig: Reclam 1995, S. 301-324.
- Eder, Franz X.: „Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980“, in: *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945*, hrsg. v. Susanne Breuss/Wien Museum, Wien: Czernin 2005, S. 24-33.
- Eigner, Peter: „(Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert. Die Geschichte einer Wechselbeziehung“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 42-70.
- Eikels, Kai van: „Collective Virtuosity, Co-Competition, Attention Economy. Postfordismus und der Wert des Improvisierens“, in: *Improvisieren. Paradoxien des Unvorhersehbaren. Kunst – Medien – Praxis*, hrsg. v. Hans-Friedrich Bormann/Gabriele Brandstetter/Annemarie Matzke, Bielefeld: Transcript 2010, S. 125-160.
- Ellmeier, Andrea: *Konsum, Politik und Geschlecht. Österreich in den 1950er und 1960er Jahren*, Diss., Universität Wien 2005.
- *Konsumentinnen. Einkaufen in Wien 1918-1933 (II). Eine Analyse konsumgenossenschaftlicher Frauen(presse)Politik und bürgerlicher Frauen- und Kundenzeitschriften*, Dipl., Universität Wien 1990.
- „Mrs. Consumer und Mr. Keynes im Nachkriegsösterreich. Der vergessene Sozialpartner ‚KonsumentIn‘“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 233-256.
- Ellwood, David W.: „Film and the Marshall Plan“, in: *Images of the Marshall Plan in Europe. Film, Photographs, Exhibits, Posters*, hrsg. v. Günther Bischof/Dieter Stiefel, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2009, S. 61-68.
- Elsaesser, Thomas: „Archive und Archäologien: Der Ort des nicht-fiktionalen Films im Feld der zeitgenössischen Medien“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 34-53.
- „Die Stadt von morgen: Filme zum Bauen und Wohnen“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 2. Weimarer Republik 1918-1933*, hrsg. v. Antje Ehmman/Jeanpaul Goergen/Klaus Kreimeier, Stuttgart: Reclam 2005, S. 380-409.
- Engell, Lorenz: *Fernsehtheorie zur Einführung*, Hamburg: Junius 2012.

- /Bernhard Siegert: „Editorial“, in: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*, Jg. 3 (1/2012), S. 5-9.
- Eue, Ralph: „Schmeicheldienst für die gute Sache. Georg Tresslers Kultur- und Propagandafilme“, in: *Halbstarke. Georg Tressler: Zwischen Auftrag und Autor*, hrsg. v. Robert Buchschwenter/Lukas Maurer, Wien: Filmarchiv Austria 2003, S. 31-48.
- Ewald, François: *Der Vorsorgestaat*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993.
- Farocki, Harun: „Amerikanische Einstellung. Notizen zu einem Film über Malls“, in: Ders.: *Nachdruck. Texte*, hrsg. v. Susanne Gaensheimer/Nicolas Schafhausen, Berlin: Vorwerk 8 2001, 293-305.
- Felluga, Dino: *Introduction to Psychoanalysis*, <https://www.cla.purdue.edu/english/theory/psychoanalysis/notes/mannoni.html> (Zugriff: 31.1.2017).
- Forster, Ralf: *Ufa and Nordmark. Zwei Firmengeschichten und der deutsche Werbefilm 1919-1945*, Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier 2005.
- Foucault, Michel: *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2015 [frz. Orig. 1975].
- Frahm, Laura: *Jenseits des Raums. Zur filmischen Topologie des Urbanen*, Bielefeld: Transcript 2010.
- Fremuth-Kronreif, Barbara: „Der ‚Österreich-Film‘. Die Realisierung einer Idee“, in: 1. APRIL 2000, hrsg. v. Ernst Kieninger/Nikola Langreiter/Armin Loacker/Klara Löffler, Wien: Filmarchiv Austria 2000, S. 11-71.
- Freud, Sigmund: „Fetischismus“, in: *textlog.de*, <http://www.textlog.de/freud-psychoanalyse-fetischismus.html> (Zugriff: 31.1.2017).
- Füssler, Claudia: „Alles paletti. Die Europalette ist seit 50 Jahren das Holzmaß aller Dinge.“, in: *Die Zeit*, 05.05.2011 (19/2011), <http://www.zeit.de/2011/19/Europalette> (Zugriff: 01.10.2016).
- Gasteiger, Nepomuk: *Der Konsument. Verbraucherbilder in Werbung, Konsumkritik und Verbraucherschutz 1945-1989*, Frankfurt am Main/New York: Campus 2010.
- Geimer, Peter: „Image as Trace: Speculations about an Undead Paradigm“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 7-28.
- Gerlich, Rudolf: *Die gescheiterte Alternative. Sozialisierung in Österreich nach dem Ersten Weltkrieg*, Wien: Braumüller 1980.
- Gethmann, Daniel/Susanne Hauser: „Einleitung“, in: *Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science*, hrsg. v. Daniel Gethmann/Susanne Hauser, Bielefeld: Transcript 2009, S. 9-15.
- Gödde, Günter: „Der Kraftbegriff bei Freud. Physiologische und psychologische Verwendungen“, in: *Zeichen der Kraft. Wissensformationen 1800 - 1900*, hrsg. v. Thomas Brandstetter/Christof Windgätter, Berlin: Kadmos 2008, S. 228-246.
- Goergen, Jeanpaul: „In filmo veritas! Inhaltlich vollkommen wahr. Werbefilme und ihre Produzenten“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 2. Weimarer Republik. 1918-1933*, hrsg. v. Klaus Kreimeier/Antje Ehmman/Jeanpaul Goergen, Stuttgart: Reclam 2005, S. 348-363.
- Gosh, Shona: „German supermarket Edeka’s Christmas ad beats John Lewis and Sainsbury’s on YouTube“, in: *campaign*, 09.12.2015, http://www.campaignlive.co.uk/article/german-supermarket-edekas-christmas-ad-beats-john-lewis-sainsburys-youtube/1376221?src_site=marketingmagazine (Zugriff: 26.03.2017).
- Göttel, Dennis: *Die Leinwand. Eine Epistemologie des Kinos*, München: Fink 2016.
- Grazia, Victoria de: „Changing Consumption Regimes in Europe, 1930-1970. Comparative Perspectives on the Distribution Problem“, in: *Getting and Spending. European and*

- American Consumer Societies in the Twentieth Century*, hrsg. v. Susan Strasser/Charles McGovern/Matthias Judd, Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press 2010, S. 59-83.
- Greilinger, Philipp Georg: *Das Wiener Arsenal in Geschichte und Gegenwart. Eine Analyse der historischen Systembrüche in Österreich unter Anwendung des historischen Institutionalismus-Ansatzes*, Diss., Universität Wien 2013.
- Griffiths, Alison: *Wondrous Difference. Cinema, Anthropology, & Turn-of-the-Century Visual Culture*, New York: Columbia University Press 2002.
- Groskopf, Jeremy W.: *Profit Margins: The American Silent Cinema and the Marginalization of Advertising*, Diss., Georgia State University, Atlanta 2013.
- Guckes, Emil: *Der Tonfilm als Werbemittel in Deutschland*, Diss., Leopold-Franzens-Universität Innsbruck 1937.
- Gunning, Tom: „Before Documentary: Early nonfiction films and the ‚view‘ aesthetic“, in: *Uncharted Territory. Essays on early nonfiction film*, hrsg. v. Daan Hertogs/Nico de Klerk, Amsterdam: Nederlands Filmmuseum 1997, S. 9-24.
- „Moving Away from the Index“, in: *differences*, 18. Jg. (1/2007), S. 29-52.
- „Vor dem Dokumentarfilm. Frühe non-fiction-Filme und die Ästhetik der ‚Ansicht‘“, in: Kintop 4. Anfänge des dokumentarischen Films, hrsg. v. Frank Kessler/Sabine Lenk/Martin Loiperdinger, Basel/Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 1995, S. 111-121.
- „What’s the Point of an Index? Or, Faking Photographs“, in: *Nordicum Information* (2/2004), S. 39-49, <http://www.nordicom.gu.se/en/tidskrifter/nordicom-review-1-22004/whats-point-index-or-faking-photographs> (Zugriff: 25.10.2015).
- Hacking, Ian: „Was There a Probabilistic Revolution 1800-1930?“, in: *The Probabilistic Revolution. Volume 1: Ideas in History*, hrsg. v. Lorenz Krüger/Lorraine J. Daston/Michael Heidelberger, Cambridge [Mass.]/London: The MIT Press 1987, S. 45-55.
- Hagener, Malte: „Am Kreuzweg von Magie und Positivismus: Die Hermeneutik des Verdachts und die ‚paranoiden‘ Analysen der 1970er Jahre“, in: *Classical Hollywood und kontinentale Philosophie*, hrsg. v. Ivo Ritzer, Wiesbaden: Springer 2015, S. 57-71.
- Hagner, Michael: „Mikro-Anthropologie und Fotografie. Gustav Fritschs Haarspaltereien und die Klassifizierung der Rassen“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 252-284.
- Hammond, Michael: *The Big Show. British Cinema Culture in the Great War 1914–1918*, Exeter: University of Exeter 2006.
- Hampel, Lucie: „200 Jahre Mode in Wien“, in: *200 Jahre Mode in Wien. Aus den Modesammlungen des Historischen Museums der Stadt Wien*, hrsg. v. Herbert Tomiczek, Wien: Verein der Freunde der Hermesvilla 1976, S. 19-30.
- Hardt, Michael: „Affective labour“, in: *boundary*, 26. Jg., (2/1999), S. 89-100, <http://www.english.ufl.edu/mrg/readings/Affective%20Labor.pdf> (Zugriff: 30.04.2017).
- Harvey, David: *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origin of Cultural Change*, Cambridge (Mass.)/Oxford: Blackwell 1990.
- Haubold, Joh.: „Die photographische Aufnahme von Maschinen“, in: *Allgemeine Photographische Zeitung*, 01.12.1923 (22-24/1923), S. 119f.
- Hediger, Vinzenz: „Dann sind Bilder also nichts!‘ Vorüberlegungen zur Konstitution des Forschungsfelds ‚Gebrauchsfilm‘“, in: *montage AV*, 14. Jg. (2/2005), S. 11-22.
- „Die Maschinerie des filmischen Stils: Innovation und Konventionalisierung im Industriefilm“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 83-89.

- „Thermodynamic Kitsch. Computing in German Industrial Films, 1928/1963“, in: *Films that Work. Industrial Film and the Productivity of Media*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, S. 127-149.
- „Vom Überhandnehmen der Fiktion. Über die ontologische Unterbestimmtheit filmischer Darstellung“, in: „*Es ist als ob*“. *Fiktionalität in Philosophie, Film- und Medienwissenschaft*, hrsg. v. Gertrud Koch/Christiane Voss, München: Fink 2009, S. 163-183.
- /Patrick Vonderau: „Record, Rhetoric, Rationalization. Film und industrielle Organisation“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 22-33.
- Heise, Sebastian: „WM der kreativsten Werber“, in: *Focus online*, 15.6.2007, http://www.focus.de/finanzen/news/werbung/tid-6584/cannes-rolle_aid_63355.html (Zugriff: 30.1.2017).
- Heller, Heinz B.: „Die filmische Avantgarde in der Fabrik. Beobachtungen und Anmerkungen zu den Industriefilmen von Walter Ruttmann und Joris Ivens“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 42-57.
- Herrmann, Hans-Christian von: „Pensum – Spur – Code. Register der Arbeitswissenschaft bei Taylor, Gilbreth und Bernstein“, in: *Anthropologie der Arbeit*, hrsg. v. Ulrich Bröckling/Eva Horn, Tübingen: Gunter Narr 2002, S. 193-208.
- Hesselberth, Pepita: *Cinematic Chronotopes: Affective Encounters in Space-Time*, Diss., Universität van Amsterdam 2012.
- Hilpold, Stephan: „Guter Franz, böser Franz“, in: *Der Standard / rondo*, 10.12.2010, in: <http://derstandard.at/1577837040456/Shoemanic-Guter-Franz-boeser-Franz> (Zugriff: 30.1.2017).
- Hofer, Natalie/Nicole Klein: *Werbung: Film und Spot. Eine Analyse von Werbefilmen und Werbespots unter Berücksichtigung von werbe-geschichtlichen und sozioökonomischen Bedingungen sowie von film- und gestaltungstechnischen Merkmalen*, Dipl., Wirtschaftsuniversität Wien 2005.
- Holl, Ute: „Neuropathologie als filmische Inszenierung“, in: *Konstruierte Sichtbarkeiten. Wissenschafts- und Technikbilder seit der Frühen Neuzeit*, hrsg. v. Martina Heßler, München: Fink 2006, S. 217-240.
- Hoof, Florian: „Film – Labor – Flow-Charting. Mediale Kristallisationspunkte moderner Managementtheorie“, in: *Medien in Raum und Zeit. Maßverhältnisse des Medialen*, hrsg. v. Ingo Köster/Kai Schubert, Bielefeld: Transcript 2009, S. 239-266.
- „Ist jetzt alles ‚Netzwerk‘? Mediale ‚Schwellen- und Grenzobjekte‘“, in: *Jenseits des Labors. Transformationen von Wissen zwischen Entstehungs- und Anwendungskontext*, hrsg. v. Florian Hoof/Eva-Maria Jung/Ulrich Salaschek, Bielefeld: Transcript 2011, S. 45-62.
- „‘The One Best Way’. Bildgebende Verfahren der Ökonomie und die Innovation der Managementtheorie nach 1860“, in: *montage AV*, 15. Jg. (1/2006), S. 123-138.
- Horkheimer, Max/Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt am Main: Fischer 2004, S. 139-142 [Orig. 1947].
- Horn, Eva: „Die Zukunft der Dinge. Imaginationen von Unfall und Sicherheit“, in: *Behemoth*, 4. Jg. (2/2011), S. 26-57.
- Hortnig, Michael/Hendrik Schreiner/Josef Westner: „Die österreichische Antwort auf die Comedian Harmonists. Das Wiener Bohème-Quartett“, in: *Grammophon Portal*, <http://grammophon-platten.de/page.php?170> (Zugriff: 29.1.2017).
- Horwath, Alexander: „Blitz (Energie-Umwandlung beim modernen Kinematographen). Nur ein Film ist. von Gustav Deutsch. Aber jetzt gehören ihm auch die anderen“, in: *Gustav*

- Deutsch, <http://www.gustavdeutsch.net/index.php/de/filme-a-videos/85-blitz-energie-umwandlung-beim-modernen-kinematographen.html> (Zugriff: 25.06.2016).
- Huber, Jörg/Philipp Stoellger: „Kontingenz als Figur des Dritten – zwischen Notwendigkeit und Beliebbarkeit“, in: *Gestalten der Kontingenz. Ein Bilderbuch*, hrsg. v. Jörg Huber/Philipp Stoellger, Zürich/Wien/New York: Edition Voldemeer/Springer 2008, S. 7-21.
- Huber, Michael: „Als Kunst in die Werbung ausfranzte“, in: *Kurier*, 8.8.2014, <https://kurier.at/kultur/humanic-spots-als-kunst-in-die-werbung-ausfranzte/79.062.037> (Zugriff: 30.1.2017).
- Hundhausen, Carl: „Die geheimen Verführer“, in: *WWG Informationen*, 11 (1958), S. 6f.
- Hwaletz, Otto: „Austrofordismus. Ein Entwurf“, in: *Auf in die Moderne! Österreich vom Faschismus bis zum EU-Beitritt*, red. v. Peter Oberdammer/Christian Rammer/Reinhard Zeilinger, Wien: Promedia Druck- und Verlagsgesellschaft 1996, S. 100-209.
- Jetschgo, Johannes/Ferdinand Lacina/Michael Pammer/Roman Sandgruber: *Österreichische Industriegeschichte. Band 2. 1848 bis 1955. Die verpasste Chance*, hrsg. v. Österreichische Industriegeschichte GmbH, Linz, Wien: Ueberreuter 2004.
- Johansen, Jorgen Dines/Svend Erik Larsen: *Signs in Use: An Introduction to Semiotics*, London/New York: Routledge 2005.
- Jung, Uli/Wolfgang Mühl-Benninghaus: „Ästhetischer Wandel. Dokumentarische Propagandafilme“, in: *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland. Band 1. Kaiserreich 1895–1918*, hrsg. v. Uli Jung/Martin Loiperdinger, Stuttgart: Reclam 2005, S. 429-453.
- Kammerer, Dietmar: „Das Werden der ‚Kontrolle‘: Herkunft und Umfang eines Deleuze’schen Begriffs“, in: *Überwachungspraxen – Praktiken der Überwachung. Analysen zum Verhältnis von Alltag, Technik und Kontrolle*, hrsg. v. Nils Zurawski, Opladen: Budrich UniPress 2011, S. 19-34.
- Kessler, Frank: „The Cinema of Attractions as Dispositif“, in: *The Cinema of Attractions Reloaded*, hrsg. v. Wanda Strauven, Amsterdam: Amsterdam University Press 2006, S. 57-69.
- „Notes on Dispositif“, unpubliziertes Arbeitspapier, 2007, <http://www.hum.uu.nl/medewerkers/f.e.kessler/Dispositif%20Notes11-2007.pdf> (Zugriff: 24.10.2015).
- /Eef Masson: „Schichtkäse. Zur Problematik des Industriefilms als Genre“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 73-82.
- Kettner, K.: „Testung von Unfallverhütungsplakaten“, in: *Sichere Arbeit*, 5. Jg. (3/1952), S. 5-7.
- Kinsky-Weinfurter, Gottfried: *Filmmusik als Instrument staatlicher Propaganda. Der Kultur- und Industriefilm im Dritten Reich und nach 1945*, München: Ölschläger 1993.
- Klein, Martin: *Einführung in die DIN-Normen*, 12. Auflage, Stuttgart/Leipzig/Berlin/Wien/Zürich: B.G. Teubner/Beuth 1997.
- Klinger, Rudolf: *Messen und Prüfen im Maschinenbau. Lehr- und Handbuch mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis*, Zürich: Schweizer Druck- und Verlagshaus Zürich 8 1946.
- Knappe, Alexandra: „Nazi-Codes in Edeka-Spot? ‚Es ist erschütternd‘“, in: *manager magazin*, 23.11.2016, <http://www.manager-magazin.de/politik/deutschland/interview-zu-edeka-werbespot-mit-nazi-codes-a-1122653.html> (Zugriff: 26.03.2017).
- Knotzer, Emil J.: „Die österreichische Konsumgenossenschaftsbewegung in der 2. Republik von 1945 bis 1978“, in: *150 Jahre Konsumgenossenschaften in Österreich*, hrsg. v. Johann Brazda/Siegfried Rom, Wien: Eigenverlag des FGK 2006, S. 277-356.

- *Vom Marktführer zur Insolvenz, Vom Marktführer zur Insolvenz. Eine Geschichte der österreichischen Konsumgenossenschaftsbewegung in der 2. Republik 1945 - 1995*, Diss., Universität Wien 2006.
- Koch, Gertrud: „Film als Experiment der Animation. Sind Filme Experimente am Menschen?“, in: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*, 3. Jg. (1/2012), S. 11-24.
- /Volker Pantenburg/Simon Rothöhler (Hrsg.): *Screen Dynamics. Mapping the Borders of Cinema*, Wien: Österreichisches Filmmuseum/Synema 2012.
- Kracauer, Siegfried: „Das Ornament der Masse“, in: Ders.: *Das Ornament der Masse*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 50-63 [Orig. 1927].
- „Die Photographie“, in: Ders.: *Das Ornament der Masse. Essays*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 21-39 [Orig. 1927].
- Krämer, Sybille: „Das Medium als Spur und als Apparat“, in: *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998, S. 73-94.
- „Sprache – Stimme – Schrift. Sieben Gedanken über Performativität als Medialität“, in: *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*, hrsg. v. Uwe Wirth, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 323-346.
- Krammer, Marion: „Neuordnung der Wirklichkeit. Fotomontage als neues Medium und ihre Bedeutung für Propaganda, Werbung und Kunst“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 192-197.
- Krasnicki, Paul: „Systematisierte Reklame“, in: *Österreichische Reklame*, 3. Jg. (1/1929), S. 20f.
- Krasny, Elke: „Das Gebot der Farbe Weiß. Sauberkeit und Hygiene im Industrie- und Unternehmensfilm“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 164-175.
- Krenn, Günter: *Die Kulturfilme der Wien-Film. 1938-1945*, Wien: Österreichisches Filmarchiv 1992.
- Kühschelm, Oliver: „Selbstbedienung und Supermärkte. Das Versprechen von Zeitersparnis, Wahlfreiheit und unerschöpflicher Fülle“, in: *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945*, hrsg. v. Susanne Breuss/Wien Museum, Wien: Czernin 2005, S. 46-59.
- Kurtzig, Käthe: „Die Arten des Werbefilmes“, in: *Industrielle Psychotechnik*, 3. Jg. (10/1926), S. 310-314.
- La France, Samuel: „Seeing Through the Past, Again. David Rimmer's Found-Footage Films“, in: *Cinema Scope*, 15. Jg., Nr. 57, 2014, S. 29-32.
- Laak, Dirk van: „Planung. Geschichte und Gegenwart des Vorgriffs auf die Zukunft“, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 34. Jg. (3/2008), S. 305-326.
- Labak, Erwin: *Die Entwicklung des Selbstbedienungsbetriebes im Rahmen der österreichischen Konsumgenossenschaften!*, Diss., Hochschule für Welthandel, Wien 1959.
- Lackner, Helmut: „Die Rationalisierung der industriellen Produktion“, in: *Arbeit/Mensch/Maschine. Der Weg in die Industriegesellschaft*, hrsg. v. Rudolf Kropf, Linz: Gutenberg 1987, S. 99-108.
- Landers, Margot: „Brief einer Hausfrau an eine Großwäscherei“ in: *Österreichische Wäscher- und Wäscheputzer-Zeitung*, Mai 1929, S. 5f.
- Lee, Martyn J.: *Consumer Culture Reborn. The cultural politics of consumption*, London/New York: Routledge 1993.
- Löffler, Petra: „Schwindel, Hysterie, Zerstreuung. Zur Archäologie massenmedialer Wirkungen“, in: *Trancemedien und Neue Medien um 1900. Ein anderer Blick auf die Moderne*, hrsg. v. Marcus Hahn/Erhard Schüttpelz, Bielefeld: Transcript 2009, S. 375-401.

- Luhmann, Niklas: „Kontingenz als Eigenwert der modernen Gesellschaft“, in: Ders.: *Beobachtungen der Moderne*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1992, S. 93-128.
- Luks, Timo: *Der Betrieb als Ort der Moderne. Zur Geschichte von Industriearbeit, Ordnungsdenken und Social Engineering im 20. Jahrhundert*, Bielefeld: Transcript 2010.
- Lüscher, Rudolf M.: *Henry und die Krümelmonster. Versuch über den fordistischen Sozialcharakter*, Tübingen: konkursbuch Verlag Claudia Gehrke 1988.
- Liotard, Jean-François: „Acinema“, in: *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, hrsg. v. Philip Rosen, New York: Columbia University Press 1986, S. 349-359 [frz. Orig. 1973].
- *Discours, figure*, 5. Aufl., Paris: Klincksieck 2002 [Orig. 1971].
- M.: „Mensch und Betrieb. Verlustkonto Unfall“, in: *Der Schlüssel*, 3. Jg. (5/1953), S. 3.
- Macleod, Duncan: „EDEKA Time as Gift for Christmas“, in: *The Inspiration Room*, 04.12.2016, <http://theinspirationroom.com/daily/2016/edeka-time-as-gift-for-christmas/> (Zugriff: 26.03.2017).
- Maderthaler, Wolfgang/Lutz Musner: „Im Schatten des Fordismus – Wien 1950 bis 1970“, in: *Randzone. Zur Theorie und Archäologie von Massenkultur in Wien 1950-1970*, hrsg. v. Roman Horak/Wolfgang Maderthaler/Siegfried Mattl/Lutz Musner/Otto Penz, Wien: turia + kant 2004, S. 31-54.
- Makropoulos, Michael: *Modernität und Kontingenz*, München: Fink 1997.
- Mandel, Ernest: „Elektrotechnik – Antriebskraft der technologischen Revolution“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 95-113.
- Martin, Adrian: *Last Day Every Day. Figural Thinking from Auerbach and Kracauer to Agamben and Brenez*, Brooklyn: punctum books 2012.
- Marx, Karl: *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. In Zusammenhang ausgewählt und eingeleitet von Benedikt Kautsky, Stuttgart: Alfred Kröner 1957.
- Maryška, Christian: „Internationales Niveau. Grafikdesign und Werbewirtschaft um 1930“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 184-191.
- Masson, Eef: *Watch and Learn. Rhetorical Devices in Classroom Films after 1940*, Amsterdam: Amsterdam University Press 2012.
- Mattl, Siegfried: „Konsumtion und Stadtentwicklung in Wien“, in: *Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert*, hrsg. v. Susanne Breuss/Franz X. Eder, Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006, S. 86-103.
- „Die Marke ‚Rotes Wien‘. Politik aus dem Geist der Reklame“, in: *Kampf um die Stadt. Politik, Kunst und Alltag um 1930*, hrsg. v. Wolfgang Kos, Wien: Czernin 2010, S. 54-63.
- /Vrääth Öhner: „Eine andere Realität, die zur Kamera spricht‘. *Film. Stadt. Wien*. Ein transdisziplinäres Forschungsprojekt“, in: Siegfried Mattl: *Die Strahlkraft der Stadt. Schriften zu Film und Geschichte*, hrsg. v. Drehli Robnik, Wien: Österreichisches Filmmuseum/Synema 2016, S. 123-132.
- Maurer, Lukas: *Kurt Steinwendner*, Wien: Filmarchiv Austria 2011.
- McLuhan, Marshall: *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Amsterdam: Verlag der Kunst 1996.
- *Understanding Media. The Extensions of Man*, Fourth impression, London: Routledge & Kegan Paul 1968.
- Meikle, Jeffrey L.: *American Plastic. A Cultural History*, New Brunswick/New Jersey: Rutgers 1995.

- Meißl, Gerhard: „Rationalisierung und Automatisierung“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 115-127.
- Meyer-Widmer, Paul: „Die Stellung des Films in der modernen Werbung“, in: *Die österreichische neue Werbung* (5-6/1956), Beilage: „Vom 25. Bis 27. Oktober 1956 veranstaltete das Wirtschaftsförderungsinstitut [...]“, S. 66-68.
- Meyer, Mark-Paul: „Moments of Poignancy. The aesthetics of the accidental and the casual in early nonfiction film“, in: *Uncharted Territory. Essays on early nonfiction film*, hrsg. v. Daan Hertogs/Nico de Klerk, Amsterdam: Nederlands Filmmuseum 1997, S. 51-60.
- Meyers, Cynthia B.: „The Best Thing on TV: 1960s US Television Commercials“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 173-193.
- Mitiska, Maria/Karl Neubacher: „Humanic Varese paßt immer“ [Plakat], in: *Bildarchiv Austria*, http://www.bildarchiv.austria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=16139594 (Zugriff: 30.1.2017).
- Mittenecker, Erich: „Entstehung und Verhütung gefährlicher Fehlhandlungen“, in: *Sichere Arbeit*, 3. Jg. (2/1950), S. 1-5.
- Möbius, Hanno: *Montage und Collage. Literatur, bildende Künste, Film, Fotografie, Musik, Theater bis 1933*, München: Fink 2000.
- Möller, Olaf: „Die Pastellfarben des Proletariats“, in: *taz, die tageszeitung*, 08.06.2004, S. 17.
- Moritz, Verena/Karin Moser/Hannes Leidinger: *Kampfbzone Kino. Film in Österreich 1918-1938*, Wien: Filmarchiv Austria 2008.
- Moser, Karin: „Nach dem Krieg – Die Staatliche Filmhauptstelle: Verwalter des Vergangenen, Mahner der Gegenwart, Propagandist einer neuen Idee“, in: *Der Erste Weltkrieg und das Ende der Habsburgermonarchie*, virtuelle Ausstellung, hrsg. v. Schloss Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H., 2014, <http://ww1.habsburger.net/de/kapitel/nach-dem-krieg-die-staatliche-filmhauptstelle-verwalter-des-vergangenen-mahner-der-gegenwart> (Zugriff: 25.10.2015).
- Mulvey, Laura: *Fetishism and Curiosity*, Bloomington/London: Indiana University Press/British Film Institute 1996.
- „Visual Pleasure and Narrative Cinema“, in: *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*, hrsg. v. Leo Braudy/Marshall Cohen, New York: Oxford University Press 1999, S. 838-833-844.
- Musser, Charles: *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press 1990.
- N.N.: „- 1950 -“, in: *Leder und Schuh* (Menü „Unternehmen“, Untermenü „Geschichte“), in <http://www.lsag.com/c/cms/holding/index.html> (Zugriff: 30.1.2017).
- N.N.: „(Die medizinischen Filme der österreichischen Bundesfilmhauptstelle.)“, in: *Der Filmbote*, 10.03.1923 (10/1923), S. 22.
- N.N.: „Ankerbrot AG“, in: *Austria-Forum*, http://austria-forum.org/af/AEIOU/Ankerbrot_AG (Zugriff: 29.1.2017).
- N.N.: „August Lichal R-W-V“, in: *Kontakt*, 6. Jg. (12/1931), S. 14-16.
- N.N.: „Aus der Liste der Transportfilme“, in: *Der Schlüssel*, 12. Jg. (2/1962), Nr. 2, 01.02.1962, S. 7.
- N.N.: „Aus einem Gespräch mit der Geschäftsleitung der Feinwaschanstalt ‚Habsburg‘“, in: *Die Hausfrau*, 6. Jg. Februar 1926 (1/1926), S. 2.
- N.N.: „C 873 Objektiv gesehen (Gruppe 8 f)“, in: *Der Schlüssel*, 10. Jg. (9/1960), S. 19.

- N.N.: „CENT FRANCS (Aristona reclame)“, in: *Beeld en Geluidwiki*, [http://beeldengeluidwiki.nl/index.php/Cent_francs_\(Aristona_reclame\)](http://beeldengeluidwiki.nl/index.php/Cent_francs_(Aristona_reclame)) (Zugriff: 02.10.2016).
- N.N.: „Chronik“, in: *AUVA Soziale Unfallversicherung*, <https://www.auva.at/portal27/auvaportal/content?contentid=10007.670956&viewmode=content> (Zugriff: 30.09.2016).
- N.N.: „Einkaufen leicht gemacht“, in: *Der Schlüssel*, 7. Jg. (1/1957), S. 7.
- N.N.: „ELEKTRISCHE LOKOMOTIVE“, in: *Filmarchiv der media wien*, <http://mediawien-film.at/film/72/> (Zugriff: 26.10.2015).
- N.N.: „Die elektrischen Lokomotiven der Oesterreichischen Bundesbahnen“, in: *Die Lokomotive* (5/1925), S. 79-84, Teile verfügbar unter: <http://mediawien-film.at/film/72/> (Zugriff: 26.10.2015).
- N.N.: „Der erste Industriefilm der Wochenschau- und Filmproduktions K.G.“, in: *Österreichische Kino Zeitung*, 19.10.1946, S. 2.
- N.N.: „Ein Film für Hausfrauen!“, in: *Die österreichische Hausfrau* (12/1936), S. 7.
- N.N.: „Filmdienst“, in: *Sichere Arbeit*, 11. Jg. (1/1958), S. 15f.
- N.N.: „Hans Glück“, in: *Filmarchiv der media wien*, <http://mediawien-film.at/akteur/40/> (Zugriff: 26.10.2015).
- N.N.: „Hauptversammlung des Bundes der Wiener Lichtspieltheater“, in: *Kino-Journal*, 1392, 10.04.1937, S. 4-8.
- N.N.: „Hauptversammlung des Verbandes der Klein- und Mittelkinos“, in: *Kino-Journal*, 1393, 17.04.1937, S. 4-7.
- N.N.: „Historischer Kalender“, in: *Der Standard*, 18.11.2010, <http://derstandard.at/1288660098334/Historischer-Kalender> (Zugriff: 24.10.2015).
- N.N.: „The History of Advertising 20 – A Cannes Lion“, in: *campaign*, 24.6.2011, <http://www.campaignlive.co.uk/article/history-advertising-20-cannes-lion/1076691> (Zugriff: 30.1.2017).
- N.N.: „Im Filmdienst des Österreichischen Produktivitätszentrums [...]“, in: *Der Schlüssel*, 14. Jg. (19/1964), S. 30-32.
- N.N.: „Index“, in: *Commens. Digital Companion to C.S. Peirce*, created and maintained by Mats Bergman/Sami Paavola/João Queiroz, <http://www.commens.org/dictionary/term/index> (Zugriff: 25.06.2016).
- N.N.: „Inventur des österreichischen Kulturfilms“, in *Filmkunst*, 1 (1949), S. 97f.
- N.N.: „Ein Kaufmann plaudert aus der Praxis“, in: *Der Schlüssel*, 3. Jg. (11/1953), Beilage „Moderner Lebensmittelhandel“, S. IIIf.
- N.N.: „Die Kinobesitzer für eine Regelung des Reklamewesens“, in: *Kino-Journal*, 1400, 05.06.1937, S. 2-4.
- N.N.: „Die Kinodiapositive“, in: *Kontakt*, 6. Jg. (3/1931), S. 66.
- N.N.: „Die Kurztonfilm-Erzeugung nicht mehr freies Gewerbe“, in: *Kino-Journal*, 1338, 28.03.1936, S. 6.
- N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1946-1960“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, S. 25-57.
- N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1963“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, S. K1-K8.
- N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1964“, in: *Filmkunst*, 44 (2/1965), S. K1-K6.
- N.N.: „Die österreichischen Kulturfilme 1965“, *Filmkunst*, 47 (1/1966-67), S. K1-K8.
- N.N.: „Österreichischer Kulturfilmpreis 1963“, in: *Filmkunst*, Sammelnummer 1964, Umschlaginnenseite vorne.
- N.N.: „Österreichischer Kulturfilmpreis 1964“, in: *Filmkunst*, 44 (2/1965), Umschlaginnenseite vorne.

- N.N.: „Rhythmus und Resonanz als ökonomisches Prinzip in der Reklame. (Ein interessanter Vortrag Fritz Pauli's.)“, in: *Kontakt*, 1. Jg., 7 (1926), S. 8.
- N.N.: „Richtigstellung“, in: *Kino-Journal*, 1394, 24.04.1934, S. 7f.
- N.N.: „Rudi Mayer, Kameramann“, in: *Kurt Mayer Film*,
<http://www.kurtmayerfilm.com/schwimmer/english/biografien.html> (Zugriff: 29.1.2017).
- N.N.: „Schokokino“, in: *Hanauers Schokokino*, <http://www.schokokino.at/schokokino/> (Zugriff: 11.04.2017).
- N.N.: „TECHNIK – 3 STUDIEN IN JAZZ, 1961“, in: <http://www.metropoleruhr.de/kultur/film-foto/industriefilm-ruhr-2010/drei-studien.html> (Zugriff: 26.10.2015).
- N.N.: „DIE TECHNIK IM KAMPFE MIT DER NATUR“, in: <http://mediawien-film.at/film/75/> (Zugriff: 26.10.2015).
- N.N.: „Der technische Lehrfilm – der schwerste Lehrfilm“, in: *Der Filmbote*, 25.03.1922 (12/1922), S. 8-10.
- N.N.: „Die Transportrationalisierung auf der Wiener Herbstmesse 1960“, in: *Der Schlüssel*, 10. Jg. (10/1960), S. 3.
- N.N.: „Unbefugte Kurzfilmherstellung“, in: *Kino-Journal*, 1379, 09.01.1937, S. 4.
- N.N.: „Unfallverhütungskommission (1900)“ und N.N.: „Wiederherstellung der österreichischen Sozialversicherung (1945)“, beide in: *AUVA Geschichtsportal*,
<http://geschichtsportal.auva.at/themen/> (Zugriff: 30.09.2016).
- N.N.: „Warum Kino-Reklame?“ [Werbeanzeige], in: *Österreichische Reklame-Praxis*, 2. Jg. (2/1935), S. 89.
- N.N.: „Werbefernsehen in Österreich“, in: *WWG Informationen*, 10 (1958), S. 8f.
- N.N.: „Wirtschaftlichkeit und Unfallverhütung“, in: *Der Schlüssel*, 6. Jg. (10/1956), S. 3.
- N.N.: „Zum Schutz der heimischen Kurzfilmindustrie.“, in: *Kino-Journal*, 1355, 25.07.1936, S. 10.
- N.N.: „Zur Bequemlichkeit der Zuspätkommenden“, in: *Kino-Journal*, 1364, 25.09.1936, S. 4f.
- Neubacher, Karl: „Werke / Works 1955-1978“, in: *Karl Neubacher, 1926-1978*, hrsg. v. Günther Holler-Schuster/Peter Pakesch, Wien: Ambra 2014, S. 122-209.
- Nohr, Rolf F.: *Nützliche Bilder. Bild, Diskurs, Evidenz*, Münster/Hamburg/Berlin/London: Lit 2014.
- Nsiah, Lydia: „Es lebe die elementare Gestaltung' – der beseelte Werbefilm“, in: *Mies van der Rohe, Richter, Graeff & Co. Alltag und Design in der Avantgardezeitschrift G*, hrsg. v. Karin Fest/Sabrine Rahman/Marie-Noëlle Yazdanpanah, Wien: Turia + Kant 2013, S. 161-168.
- „Konsum in den 1960ern: Per Selbstbedienung zum ‚Menschen von heute‘“, in: *derStandard.at*, 11.05.2015, <http://derstandard.at/2000015590584/Konsum-in-den-1960ern-Per-Selbstbedienung-zum-Menschen-von-heute> (Zugriff: 02.10.2016).
- „Werbe-/Industriefilm: Vereinte Empfindung im Rhythmus von PHILIPS RADIO“, in: *Hans Richters RHYTHMUS 21. Schlüsselfilm der Moderne*, hrsg. v. Forschungsnetzwerk BTWH, Würzburg: Königshausen & Neumann 2012, S. 172-182.
- O'Quinn, Kimberley: „The Reason and Magic of Steel: Industrial and Urban Discourses in DIE POLDIHÜTTE“, in: *A Second Life. German Cinema's First Decades*, hrsg. v. Thomas Elsaesser, Amsterdam: Amsterdam University Press 1996, S. 192-201.
- Österreichisches Kuratorium für Wirtschaftlichkeit, Ausschuss für Organisation für Unfallverhütung unter Leitung von Franz Maresch: *Organisation der betrieblichen Unfallverhütung*, Wien: Österreichischer Gewerbeverlag 1960 (= *ÖKW-Veröffentlichungen*, Nr. 39).
- Pachleitner, Franz: „Industrielle Photographie“, in: *Allgemeine Photographische Zeitung*, 01.09.1922 (17-18/1922), S. 224-226.

- Packard, Vance: *Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewussten in jedermann*, Düsseldorf/Wien [u.a.]: Econ 1992 [engl. Orig. 1957].
- Pantenburg, Volker: „Back and Forth. Anmerkungen zum horizontalen Keraschwenk“, in: *Bilddbewegungen*, hrsg. v. Pirkko Rathgeber/Nina Steinmüller, München: Fink 2013, S. 158-176.
- Pauli, Fritz: „Das Problem des Werbefilms“, in: *Die Reklame*, 19. Jg. (1926) S. 616f.
 ---- „Werbesachenprüfung. Aus dem webpsychologischen Laboratorium der Georg Schicht A.-G., Aussig A. E.“, in: *Kontakt*, 4. Jg. (3/1929), S. 3-6.
- Peirce, Charles S., „Of Reasoning in General“, in: *The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings. Volume 2 (1893-1913)*, hrsg. v. Peirce Edition Project, Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press 1998, S. 11-26 [Orig. 1895].
- Petrasch, Wilhelm: *Die Wiener Urania*, Wien/Salzburg: Böhlau 2007.
- Pfoertner, André: *Amerikanisierung der Betriebswirtschaftslehre im deutschsprachigen Raum. Versuch der Nachzeichnung eines historischen Prozesses unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse in Österreich und der Schweiz*, Egelsbach/Frankfurt am Main/München/New York: Dr. Hänsel-Hohenhausen 2001.
- Pias, Claus: „Wie die Arbeit zum Spiel wird“, in: *Anthropologie der Arbeit*, hrsg. v. Ulrich Bröckling/Eva Horn, Tübingen: Gunter Narr 2002, S. 209-230.
- Rabinbach, Anson: *Motor Mensch. Kraft, Ermüdung und die Ursprünge der Moderne*, Wien/Berlin: Turia + Kant 2001.
- Rancière, Jacques: „Die Fläche des Designs“, in: Ders.: *Politik der Bilder*. Berlin: diaphanes 2005, S. 107-125.
 ---- „Die Geschichtlichkeit des Films“, in: *Die Gegenwart der Vergangenheit. Dokumentarfilm, Fernsehen und Geschichte*, hrsg. v. Eva Hohenberger/Judith Keilbach, Berlin: Vorwerk 8 2003, S. 230-246.
- Rasch, Manfred: „Nur der Nebel ist grau. Impressionen aus dem neuen Werk der August Thyssen-Hütte“, in: *Ferrum*, 76 (2004), S. 94-105.
- Rathkolb, Oliver, „Die ‚Wien-Film‘ Produktion am Rosenhügel. Österreichische Filmproduktion und Kalter Krieg“, in: *Medienkultur in Österreich: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der 2. Republik*, hrsg. v. Hans Heinz Fabris/Kurt Luger, Wien/Graz: Böhlau 1988, S. 117-132.
- Reckwitz, Andreas: *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, in: Frankfurt am Main: Suhrkamp 2012.
- Reichert, Ramón: „Der Arbeitsstudienfilm. Eine verborgene Geschichte des Stummfilms“, in: *medien & zeit*, 17. Jg. (5/2002), S. 46-57.
 ---- „Film und Rationalisierung. Die Industriefilme des Österreichischen Produktivitäts-Zentrums während des European Recovery Program“, in: *Blätter für Technikgeschichte*, 62 (2000), S. 45-109.
 ---- „Die Filme des Österreichischen Produktivitätszentrums 1950-1987. Ein Beitrag zur Diskussion um den Film als historische Quelle“, in: *Relation*, 7. Jg. (1+2/2000), S. 71-135.
 ---- *Im Kino der Humanwissenschaften. Studien zur Medialisierung wissenschaftlichen Wissens*, Bielefeld: Transcript 2007.
 ---- „Marshallplan und Film. Intermedialität, narrative Strategien und Geschlechterrepräsentation“, in: *Besetzte Bilder. Film, Kultur und Propaganda in Österreich 1945-1955*, hrsg. v. Karin Moser, Wien: Filmarchiv Austria 2005, S. 439-473.
- Renoldner, Thomas: „Animation in Österreich – 1832 bis heute“, in: *Die Kunst des Einzelbilds. Animation in Österreich – 1832 bis heute*, hrsg. v. Christian Dewald/Sabine Groschup/Mara Mattuschka/Thomas Renoldner, Wien: Filmarchiv Austria 2010, S. 41-153.

- „Animationsfilm in Österreich 1900-1970“, in: *Animationsfilm in Österreich. Teil 1. 1900-1970. Begleitheft zur Filmschau*, hrsg. v. ASIFA, Wien: ASIFA 1998, S. 10-41.
- Reuss, Jürgen/Rainer Höltzschl: „Mechanische Braut und elektronisches Schreiben. Zur Entstehung und Gestalt von Marshall McLuhans erstem Buch“, in: Marshall McLuhan: *Die mechanische Braut. Volkskultur des industriellen Menschen*, Amsterdam: Verlag der Kunst 1996, S. 233-247.
- Ries, Marc: *Medienkulturen*, Wien: Sonderzahl 2002.
- Riesenfellner, Stefan/Josef Seiter: *Der Kuckuck. Die moderne Bild-Illustrierte des Roten Wien*, Wien: Verlag für Gesellschaftskritik 1995.
- Robnik, Drehtli: „Betrieb und Betrieb – Affekte in Arbeit. Bild-Werdung als Wert-Bildung im Kino“, in: *Arbeit Zeit Raum. Bilder und Bauten der Arbeit im Postfordismus*, hrsg. v. Gabu Heindl, Wien: Turia + Kant 2008, S. 114-135.
- „Was ist der Trick? Österreichische Animationsfilme: Vom Wortspiel zum Handspiel“, in: *Animationsfilm in Österreich. Teil 1. 1900-1970. Begleitheft zur Filmschau*, hrsg. v. ASIFA, Wien: ASIFA 1998, S. 59-63.
- Rohde, Carsten: „Plastic fantastic. Stichwörter zur Ästhetik des Kunststoffes“, in: *Ästhetik der Materialität*, hrsg. v. Christiane Heibach/Carsten Rohde, Paderborn: Fink 2015, S. 123-143.
- Ronell, Avital: *The Test Drive*, Urbana/Chicago: University of Illinois Press 2005.
- Rosen, Philip: *Change Mummified. Cinema, Historicity, Theory*, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2001.
- (Hrsg.): *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, New York: Columbia University Press 1986.
- Ruf, Oliver: „Ökonomie der Vergeudung. Die Figur des Verausgebens bei Georges Bataille“, in: *Überfluss und Überschreitung. Die kulturelle Praxis des Verausgebens*, hrsg. v. Christine Bähr/Suse Bauschmid/Thomas Lenz/Oliver Ruf, Bielefeld: Transcript 2009, S. 27-40.
- Sandgruber, Roman: *Ökonomie und Politik. Österreichische Wirtschaftsgeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart*. Themenband von *Österreichische Geschichte*, hrsg. v. Wolfram Herwig, Wien: Ueberreuter 1995.
- Sarasin, Philipp: „Die Rationalisierung des Körpers. Über ‚Scientific Management‘ und ‚biologische Rationalisierung‘“, in: Ders.: *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003, S. 61-99.
- Schaefer, Dirk: „Heavy Metal – Vom Stahlwerk ins Studio. Musikalische Experimente im Industriefilm um 1960“, in: *The Vision Behind. Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950*, hrsg. v. Beate Hentschel/Anja Casser, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 28-39.
- Schaffer, F.: „Alibihandlungen‘ in der Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 18. Jg. (2/1965), S. 9-11.
- Schätz, Joachim: „Aus Liebe zum Detail. Ein paar Schauplätze einer Filmtheorie der Kontrolle“, in: *kolik.film*, 18 (2012), S. 29-34.
- „Parsing the Archive of Rudolf Mayer Film, Vienna, 1937–9“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 257-265.
- „Pflicht als Kür. Drei Auftragsfilme von Ferry Radax“, in: *Vision, Utopie, Experiment. Ferry Radax*, hrsg. v. Georg Vogt/Otto Mörth/Isabella Hirt, Wien: Sonderzahl 2014, 102-116.
- Schaub, Mirjam: „Die Lust am Wildern in fremden Theoriegefilten“, in: *certeau.de*, red. v. Georg Eickhoff/Daniel Bogner, April 2002, <http://www.certeau.de/schaub.htm> (Zugriff: 27.03.2017).

- Scheichlbauer, Heinz J.: „Warum auch Kinowerbung?“, in: *Die österreichische neue Werbung* (3-4/1956), S. 17-20.
- Schlüpmann, Heide: „Frühes Kino als Gegenkino – was ist aus seiner (Wieder-)Entdeckung heute geworden?“, in: *Screenwise. Film, Fernsehen, Feminismus*, hrsg. v. Monika Bernold/Andrea B. Braidt/Claudia Preschl, Marburg: Schüren 2004, S. 107-114.
- Schor, Naomi: *Reading in Detail. Aesthetics and the Feminine*, New York/London: Routledge 2007 [Orig. 1987].
- Schroer, Markus: *Das Individuum der Gesellschaft. Synchroner und diachroner Theorieperspektiven*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001.
- Schuchnig, Josef: *Adi Mayer Film 1923-2003. 80 Jahre Filmproduktion. Qualität mit Tradition*, Wien: Adi Mayer's Filmbüro 2006.
- Schwaar, Marc: „Stromzeiten“, in: *Lichtjahre. 100 Jahre Strom in Österreich*. Katalog zur gleichnamigen Ausstellung im Künstlerhaus Wien, 02.06.-31.08.1986, Wien: Kremayr & Scheriau 1986, S. 177-211.
- Schwartz, Frederic J.: *Der Werkbund. Ware und Zeichen 1900-1914*, Dresden: Verlag der Kunst 1999.
- Seier, Andrea: *Remediatisierung. Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Berlin: Lit 2007.
- Sema Colpan: „Exakter, leichter, schneller. Betriebsberatung durch den Filmdienst des Wirtschaftsförderungsinstituts“, in: *Kulturen des Ökonomischen. Historisch-kulturwissenschaftliche Beiträge*, hrsg. v. Franz X. Eder/Oliver Kühschelm/Brigitta Schmidt-Lauber/Philipp Ther/Claudia Theune, Wien: Verlag des Instituts für Europäische Ethnologie 2013, S. 98-119.
- Shearer, J. Ronald: „Talking about Efficiency: Politics and the Industrial Rationalization Movement in the Weimar Republic“, in: *Central European History*, 28 Jg. (7/1995), S. 483-506.
- Siegert, Bernhard: „Am Ende der Kräfte. Von der thermodynamischen zur nachrichtentheoretischen Welt“, in: *Zeichen der Kraft. Wissensformationen 1800 - 1900*, hrsg. v. Thomas Brandstetter/Christof Windgätter, Berlin: Kadmos 2008, S. 273-285.
- Simmel, Georg: „Der Bildrahmen. Ein ästhetischer Versuch“, in: Ders.: *Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908. Band 1*, hrsg. v. Rüdiger Kramme/Angela Rammstedt/Otthein Rammstedt, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1995, S. 101-108.
- Simon, Felix: „Weihnachten wird's ganz schön viral“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.12.2015, http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/edeka-werbespot-heimkommen-bricht-youtube-klickrekord-13957427-p2.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (Zugriff: 26.03.2017).
- Snyder, Joel: „Sichtbarmachung und Sichtbarkeit“, in: *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*, hrsg. v. Peter Geimer, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 142-167.
- Soetens, Johan/Job Meihuizen: *Glas op celluloid. Nederlandse cineasten en de glasfabrieken 1918-1958*, Amsterdam: De Bataafsche Leeuw 2006.
- Souriau, Etienne: „Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie“, in: *montage AV*, 6. Jg. (2/1997), S. 140-157 [frz. Orig. 1951].
- Spängler, W.: „Kino-Reklame“, in: *Österreichische Reklame*, 7, 2. Jg. (1928), S. 23.
- Stetter, Friedrich: „Der Reklametonfilm“, in: *Österreichische Reklame*, 4. Jg., (5/1930), S. 10-13, 17.
- Strelka, Joseph P.: *Dante und die Templergnosis*, Tübingen: Francke 2012.
- Tanner, Jakob: „Industrialisierung, Rationalisierung und Wandel des Konsum- und Geschmacksverhaltens im europäisch-amerikanischen Vergleich“, in: *Europäische*

- Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, hrsg. v. Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka, Frankfurt/New York: Campus, S. 583-613.
- Taylor, Brandon: „Swarming, Entropy, Flow: Fließen, Schwärmen, Entropie“, in: *Verflüssigungen. Ästhetische und semantische Dimensionen eines Topos*, hrsg. v. Cassandra Nakas, Paderborn: Fink 2015, S. 13-21.
- Turow, Joseph: *The Aisles Have Eyes. How Retailers Track Your Shopping, Strip Your Privacy, and Define Your Power*, New Haven/London: Yale University Press 2017.
- Virlio, Paul: *Krieg und Kino. Logistik der Wahrnehmung*, Frankfurt am Main: Fischer 1989.
- Vivaldi, Irma: „Calzaturificio di Varese’s Illustrated History“, in: *The Historialist of Shoes and Shoemakers*, 31.1.2011, <http://www.thehistorialist.com/2011/01/historialist-presents-calzaturificio-di.html> (Zugriff: 30.1.2017).
- Vonderau, Patrick: „Die Besichtigung als Kulturtechnik. Besucherfilme und die Autostadt Wolfsburg“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 201-213.
- „Introduction: On Advertising’s Relation to Moving Pictures“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 1-18.
- „Vernacular Archiving. An Interview with Rick Prelinger“, in: *Films that Work. Industrial Film and the Productivity of Media*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, S. 51-61.
- Warhanek, Raimund: „10 Jahre österreichischer Kulturfilmpreis“, in: *Filmkunst*, 35 (1961), S. 9.
- Warhanek, Raimund: „Filmförderung durch das österreichische Kulturressort“, in: *Filmkunst*, 36 (1962) S. 23-25.
- Wasner, Georg/Joachim Schätz: „Wir müssen immer wieder an die Stelle zurück, wo die Gedankenkette damals abgerissen ist“, in: *kolik.film*, 20 (2013), S. 106-113.
- Wees, William C.: *Light Moving in Time. Studies in the Visual Aesthetics of Avant-Garde Film*, Berkeley/Los Angeles/Oxford: University of California Press 1992, S. 56-77, <http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft438nb2fr;brand=ucpress> (Zugriff: 25.06.2016).
- Weniger, Kay: *Zwischen Bühne und Baracke. Lexikon der verfolgte Theater-, Film- und Musikkünstler 1933-1945*, Berlin: Metropol 2008.
- Wimmer, Paul: *Der Dramatiker Harald Zusanek*, Innsbruck: Universitätsverlag Wagner 1988.
- Winkler, Hartmut: *Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004.
- Wirth, Uwe: „Rahmenbrüche, Rahmenwechsel. Nachwort des Herausgebers, welches aus Versehen des Druckers zu einem Vorwort gemacht wurde“, in: *Rahmenbrüche, Rahmenwechsel*, hrsg. v. Uwe Wirth, unter Mitarbeit von Julia Paganini, Berlin: Kadmos 2013, S. 15-57.
- Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft (Hrsg.): *Planung im Einzelhandel*, Wien: Wirtschaftsförderungsinstitut der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft 1964 (= *Schriftenreihe Rationalisieren*, Folge 27).
- Wollen, Peter: *Signs and Meaning in the Cinema*. 5th edition, London/New York: BFI/Palgrave MacMillan 2013 [Orig. 1969].
- Zechner, [Hans]: „Psychologische Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 2. Jg. (1/1949), S. 1-3.
- „Psychologische Unfallverhütung“, in: *Sichere Arbeit*, 2. Jg. (2/1949), S. 10.
- Zechner, Ingo: „Elementares Kino: Fünf Notizen zu Hans Richters RHYTHMUS 21“, in: *Hans Richters RHYTHMUS 21. Schlüsselfilm der Moderne*, hrsg. v. Forschungsnetzwerk BTWH, Würzburg: Königshausen & Neumann 2012, S. 91-102.

- Zimmer, Fabian: „Gefesselte Naturkräfte’. Zur filmischen Inszenierung von Wasserkraft und Modernisierung“, in: *Das Vorprogramm. Lehrfilm, Gebrauchsfilm, Propagandafilm, unveröffentlichter Film in Kinos und Archiven am Oberrhein, 1900-1970. Eine französisch-deutsche Vergleichsstudie*, hrsg. v. Philipp Osten/Gabriele Moser/Christian Bonah/Alexandre Sumpf/Tricia Close-Koenig/Joël Danet, Heidelberg/Strasbourg: A25 Rhinofilm 2015, S. 123-140.
- Zimmermann, Yvonne: „Advertising and Film: A Topological Approach“, in: *Films That Sell. Moving Pictures and Advertising*, hrsg. v. Bo Florin/Nico de Klerk/Patrick Vonderau, London: Palgrave/BFI 2016, S. 21-39.
- „Dokumentarischer Film: Auftragsfilm und Gebrauchsfilm“, in: *Schaufenster Schweiz. Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896-1964*, hrsg. v. Yvonne Zimmermann, Zürich: Limmat 2011, S. 34-83.
- „Industriefilme“, in: *Schaufenster Schweiz. Dokumentarische Gebrauchsfilme 1896-1964*, hrsg. v. Yvonne Zimmermann, Zürich: Limmat 2011, S. 241-381.
- „Was Hollywood für die Amerikaner, ist der Wirtschaftsfilm für die Schweiz’. Anmerkungen zum Industriefilm als Gebrauchsfilm“, in: *Filmische Mittel, industrielle Zwecke. Das Werk des Industriefilms*, hrsg. v. Vinzenz Hediger/Patrick Vonderau, Berlin: Vorwerk 8 2007, S. 54-72.
- Zips, Martin: „Von Werbung und Nazi-Codes“, in: *Süddeutsche Zeitung*, 07.12.2016, <http://www.sueddeutsche.de/panorama/edeka-weihnachtsspot-von-werbung-und-nazi-codes-1.3284489?reduced=true> (Zugriff: 26.03.2017).

Abstracts

Deutschsprachiges Abstract:

Ökonomie der Details. Rationalisierung und Kontingenz in österreichischen Industrie- und Werbefilmen 1915-1965

Aufbauend auf einem umfangreichen Literaturkorpus der Filmtheorie und -geschichte verstehe ich in meiner Dissertation das Medium Film als eng verbunden mit der Geschichte ökonomischer Rationalisierungsbemühungen im 19. und 20. Jahrhundert. Zuletzt hat die Filmwissenschaftlerin Mary Ann Doane dafür plädiert, Film als eine von mehreren Repräsentationstechnologien und Wissensformen zu begreifen, die seit Ende des 19. Jahrhunderts zur Standardisierung und Rationalisierung von Zeit im Zusammenhang kapitalistischer Modernisierung beitragen, aber auch eigenwillig auf diese reagieren. Einerseits arbeitet Film der Teilbarkeit von Zeit in diskrete Einzelmomente zu, andererseits erfasst er in besonderer Weise Aspekte von Kontingenz, Zufall und Flüchtigkeit. Rationalisierung und Kontingenz – zwei Konzepte, deren Spannungen und Verschränkungen Entscheidendes an der industriellen Moderne des 19. und 20. Jahrhunderts erfassen – sind die historischen und theoretischen Leitbegriffe des Dissertationsvorhabens.

Gegenstand der Dissertation sind überwiegend österreichische und in Österreich eingesetzte Werbe- und Industriefilme aus der Zeit zwischen 1915 und 1965, die ich aus der Perspektive einer kulturwissenschaftlich konturierten Filmwissenschaft untersuche. Der Eigenart dieser Medienobjekte als Gebrauchsfilmen in wirtschaftlichen Funktionszusammenhängen ist der thematische Fokus auf mehreren Ebenen angemessen. Kontingenz wird hier in drei Zusammenhängen relevant, die auch Kreuzungspunkte zwischen ökonomischer Funktion und filmästhetischer Potenzialität markieren: *Erstens* Kontingenz als das Sich-Ereignen von Zufälligem, Unvorhergesehenem – im Filmbild, in der Bildfolge wie im Gebrauch der Filme. *Zweitens* Kontingenz als Grenzbegriff dessen, was eine auf Effizienz und Übersicht abzielende Präsentation moderner Industriekultur auszublenden hat, als Gefahr der Unleserlichkeit oder Verwirrung, gegen die sich die Schnittmuster vieler Industriefilme abzdichten versuchen. *Drittens* das Aufscheinen von Kontingenz als Fülle und Möglichkeitsoffenheit, im Rahmen einer

bewussten Bewirtschaftung des Filmbilds – etwa bei der demonstrativen Darbietung einer mehr oder weniger geordneten Fülle so-nicht-notwendiger Details.

Der Großteil der untersuchten Filme wurde im Rahmen einer umfangreichen Recherche in den Jahren 2010-2013 in Archiven (u.a. Österreichisches Filmmuseum, Archiv der Wirtschaftskammer Österreich, Filmarchiv der Stadt Wien media wien) ausfindig gemacht und gesichtet. Die dominante Methode ist die des Close Readings einzelner Filme und Filmgruppen in ihrem historischen Funktionszusammenhang und ihrer formästhetischen Spezifik. Die Filme sind nach thematischen Schwerpunkten zueinander angeordnet – Formen, Messen und Prüfen, Planen, Sammeln und Ordnen –, die auf eine Vermittlung zwischen unternehmerischer Funktion und formaler Eigendynamik abzielen.

Diese Konstellation von Filmen und Begriffen beruft sich wiederum auf drei Ausgangsthesen. *Erstens*: Die spezifische Modernität des Mediums Film kann aufschlussreich über den Begriff der Kontingenz bestimmt werden. Kontingenz bezeichnet dabei nicht nur ein Verhältnis des Films zum Zufälligen und Flüchtigen, sondern auch eines zu (filmischen wie wirtschaftlichen) Prozessen der Planung. *Zweitens*: Industrie- und Werbefilme sind instrumentell auf die Erfüllung wirtschaftlicher Zwecke hin gestaltet. Was Unternehmen und andere Körperschaften vom Film wollten, welche Aufgaben sie ihm zudachten und wie er sie erfüllte, lässt sich aber nicht loslösen von spezifischen medialen Vermögen, die am Film wahrgenommen und in Industrie- und Werbefilmen zur Aufführung gebracht wurden. Eine Mischung aus Mikroanalysen und historischer Kontextualisierung kann diese in Industrie- und Werbefilmen formulierten Entwürfe filmischer Medialität bergen. *Drittens*: In der Ökonomie der Details, die diese Werbe- und Industriefilme durchwirkt, drückt sich auch die makroökonomische Entwicklung hin zu einer Massenkonsumwirtschaft ab. Dies geschieht weniger im Sinne eines Systems wiederkehrender formaler Elementen, die sich zu einer ‚fordistischen Ästhetik‘ im starken Sinn verdichten würden, als mittels Übersetzungen, Gradierungen und taktischer Winkelzüge, die selbst kontingent und vielfach anlassbezogen bleiben. Gerade darin werfen die untersuchten Filme und ihre Präsentationskontexte Schlaglichter in eine nach wie vor wenig belichtete Geschichte wirtschaftlicher Modernisierungsprozesse im Österreich des 20. Jahrhunderts.

Abstract in English:

Economy of details. Rationalization and contingency in Austrian industrial and advertising films 1915-1965

Building on an extensive body of film theory and film history writing, I argue for film's deep connection to the history of efforts at economic rationalization in the 19th and 20th centuries. Most recently, film scholar Mary Ann Doane has made the case for counting film among a number of technologies of representation and forms of knowledge that have contributed as well as reacted to the standardization and rationalization of time in the context of capitalist modernization since the end of the 19th century: On the one hand, film assisted the conception of time as divisible into discrete units, on the other hand it proved exceptionally adept at capturing aspects of contingency, chance and the ephemeral. *Rationalization* and *contingency* – two concepts that account for vital quandaries of 19th and 20th century industrial modernity in their tension as well as interconnection – are the key concepts of my dissertation.

The dissertation's subjects are industrial and advertising films that have been produced or shown in Austria between 1915 and 1965 – media objects that bear out this connection in ways both obvious and subtle. Contingency is relevant to an examination of those films in three regards: *First*, contingency in the sense of chance and the unforeseen – in the film image, in the sequence of images as well as in the usage of films. *Second*, contingency as a liminal concept of that which a presentation of modern industrial culture aiming for efficiency and overview must block out – the danger of illegibility or confusion that the editing patterns of many industrial films are designed to ward off. *Third*, the appearance of contingency as fullness and potentiality, as part of a conscious cultivation of the film image's affinity to contingency – for instance via the ostentatious presentation of an only loosely ordered abundance of details.

The bulk of the examined films were found and viewed in archives (Austrian Film Museum, Wirtschaftskammer Österreich, and Film Archive of the City of Vienna media wien, among others) in the course of extensive research between 2010 and 2013. The predominant method is the close reading of particular films and groups of films in their historical context of use and their formal and aesthetic specificity. The films have been grouped according to thematic focus areas – shaping, measuring and testing, planning, collecting and ordering – in which their entrepreneurial purpose and formal dynamics intersect.

This constellation of films and concepts is grounded in three methodic assumptions: *First*: The specific modernity of the medium of film can instructively be captured via the concept of contingency. As the examined films amply demonstrate, contingency does not only indicate an affinity to chance and the ephemeral, but also to (filmic as well as economic) processes of planning. *Second*: Industrial and advertising films are designed as instruments to serve an economic purpose. But the aims that companies used films for, the tasks they assigned to films and how they were fulfilled by them can't be detached from specific capacities that the medium of film was perceived to have and that were thus flaunted by industrial and advertising films. Those sketches of filmic mediality that are contained within industrial and advertising films can be traced via a mixture of microanalysis and historical contextualization. *Third*: Within the economy of details that is at work in those advertising and industrial films, the macroeconomic development towards an economy of mass consumption in Austria manifests itself. It does so not in the sense of a system of recurring formal elements that solidify into a ‚Fordist Aesthetic‘ with capital letters, but rather via translations, gradations and tactical dodges which themselves remain contingent on their specific occasions. In that respect, the analyzed films and their contexts of presentation highlight a history of economic modernization in 20th century Austria that still remains underexposed.