

Pierre-Emmanuel Jaques

## Die Schweiz überfliegen. Oder: »wie man die beste Werbung für unser Land macht«

2009

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1683>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Jaques, Pierre-Emmanuel: Die Schweiz überfliegen. Oder: »wie man die beste Werbung für unser Land macht«.  
In: Judith Keilbach, Alexandra Schneider (Hg.): *Fasten your seatbelt! Bewegtbilder vom Fliegen*. Münster: LIT 2009  
(Medien'welten. Braunschweiger Schriften zur Medienkultur), S. 55–66. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1683>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - Share Alike 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0>

## **DIE SCHWEIZ ÜBERFLIEGEN ODER: »WIE MAN DIE BESTE WERBUNG FÜR UNSER LAND MACHT«**

Der Niedergang der Fluggesellschaft Swissair wurde allgemein als Katastrophe nationalen Ausmaßes empfunden. Die Fülle der Kommentare in den Medien und die enormen Geldspritzen seitens des Bundes zeugen von der tiefgehenden Beunruhigung, welche die ökonomische Krise des nämlichen Unternehmens ausgelöst hat. Der Verlust einer großen Zahl von Arbeitsplätzen allein erklärt aber noch nicht die Aufregung, die das Verschwinden der Swissair auslöste. Wäre die Fluggesellschaft nicht mit solchem Symbolwert ausgestattet, der den Rahmen eines privaten Unternehmens um einiges übersteigt, hätte niemals eine solch traumatische Erschütterung des ökonomischen Lebens stattfinden können. Das Ende der Swissair wurde als eine das ganze Land umfassende Krise wahrgenommen. Wobei diese Sichtweise die Herausforderungen der Globalisierung und des wachsenden Konkurrenzkampfes unter den Akteuren der weltweiten Ökonomie schlichtweg ausblendet.

Der Erfolg von *GROUNDING. DIE LETZTEN TAGE DER SWISSAIR* (2005, Michael Steiner) profitierte von diesem Schock, den die Unternehmenspleite der Swissair hinterlassen hat. Verlängert der Film mit seinem relativ einfachen Erklärungsmodus doch nur noch den der Fluggesellschaft anhaftenden Mythos. Beschäftigt man sich mit der Swissair als Nationalsymbol, gilt es die durch die Medien und insbesondere durch die Werbung verbreiteten Bilder zu untersuchen. Plakate und Anzeigen, aber auch Film und Fernsehen haben maßgeblich dazu beigetragen, die Swissair als nationales Symbol zu etablieren. Bezöge man sich nun allein auf die von der Swissair selbst finanzierten Filme, würde man aber die viel grundlegendere Bedeutung der kinematografischen Flugbilder für die Identitätskonstruktion der Schweiz noch nicht genügend in Rechnung stellen. Hierfür lohnt es, sich mit den Ursachen der Begeisterung für Flugapparate auseinander zu setzen und sich genauer mit bestimmten, sich wiederholenden Motiven, hier vor allem den Bergen, in Luftfahrtfilmen zu befassen.

## Werbung für das Flugwesen im Kino

Schon der Filmhistoriker Roland Consandey (2000) hat auf die Permanenz von Flugbildern auf den Schweizer Kinoleinwänden hingewiesen. Ohne zu übertreiben lässt sich behaupten, dass hierzulande jedes aeronautische Ereignis gefilmt worden ist; keine Flugvorführung wäre ohne die Anwesenheit eines Kameramannes denkbar gewesen. Als zum Beispiel 1912 ein ›Wettbewerb von Wasserflugzeugen‹ in Ouchy stattfand, schickte das Royal Biograph, eines der Kinos der Stadt, extra einen Kameramann, um möglichst schnell Bilder dieses Ereignisses zu liefern. Die Wochenzeitung der Stadt Lausanne verweist in ihrem Veranstaltungskalender mit besonderem Nachdruck auf solche lokalen Ereignisse.

»Das Biograph hat alle notwendigen Maßnahmen getroffen, um bereits am Dienstag die Hauptereignisse der Schau in Ouchy zeigen zu können: die wunderschönen Flüge von Burry und Caudron, die Heldentaten unseres Grandjean mit seiner kapriziösen Libelle – all dies aufgelockert durch komische oder pittoreske Szenen, die die Filmkamera bei den Zuschauern am Rande der Flugbahn mit Vergnügen entdeckt: da wäre etwa dieser sympathische Professor, dem eine Dame zusammen mit dem Piloten kurz vor Abflug eine Abschiedsgeste zuwirft, oder der Knirps und sein Cocker Spaniel, zwei Wasserratten [*hydroflaneurs*], die in einem Boot, das nur wenig größer als eine Nusschale ist, auf dem Wasser hin- und herfahren« (*Lausanne-Plaisirs*, Nr. 51, 7. September 1912).

Dieser Text ist in vielfältiger Hinsicht aufschlussreich: Er zeigt die Bewunderung für die so genannten ›Heldentaten‹ der Flieger, und gleichzeitig versäumt er es nicht, die Anwesenheit einer Persönlichkeit zu betonen, die durch diese Bewunderung zu einem Helden wird. Beide Aspekte konstituieren eine ideale Gemeinschaft, die durch den Ausdruck ›unser Grandjean‹ markiert wird. Immer wieder rufen die Wochenschauen die Heldentaten der Flieger ins Gedächtnis, wie es die Vielfalt der dem Fliegen gewidmeten Themen bezeugt: das Schweizer Filmarchiv hat kürzlich eine DVD-Reihe »Die ›Schweizer Filmwochenschau‹ erzählt...« (darunter *DIE SCHWEIZ FLIEGT. DIE ZIVILLUFTFAHRT VON 1940 BIS 1975*) herausgegeben, ganz auf die von Nostalgie geprägte Schwärmerei für solche Bilder setzend. Über ihren anekdotischen Charakter hinausgehend, aber dennoch die von solchen Flugdemonstrationen ausgelöste Begeisterung demonstrierend, stellen diese Filme einen Katalog von heroischen Fliegern dar, insbesondere Géo Chavez, der 1910 während des ersten Fluges über die Alpen bei einer Bruchlandung starb. Der Schweizer Oskar Bider ist einer der Fluggpioniere, die regelmäßig auf den lokalen und ausländischen Leinwänden zu sehen waren. Im Schweizer Filmarchiv lagern zwei von der Basler Eos-Film produzierte

Werke: GRUNDSTEIN ZUM BASLER FLUGWESEN UND DIE TRAVERSIERUNG DER SCHWEIZER ALPEN IM FLUGZEUG [DURCH OSCAR BIDER], beide 1919, kurz vor dem tödlichen Unfall des Fliegerhelden gedreht. Der Spielfilm BIDER DER FLIEGER von Leonard Steckel und Max Werner Lenz von 1941 lässt vermuten, dass dessen Heldentaten noch Jahre später als Publikumsmagnete funktionierten.

In den 1920er und 1930er Jahren tritt eine weitere, zentrale Figur im Hinblick auf die Verbindung von Flugwesen und Kino in Erscheinung: der Flieger und Abenteurer Walter Mittelholzer (1894–1937). Seine Filme brachten ihm in den 1920er und 1930er Jahren einen immensen Erfolg ein, besonders die Expeditionsfilme PERSIENFLUG (1925), AFRIKAFLUG (1927) und ABESSINIENFLUG (1934). Mittelholzer spielte eine zentrale Rolle bei der Weiterentwicklung der Luftfahrt, da er an der Gründung der Swissair beteiligt war. Weniger bekannt, aber nicht weniger wichtig, war sein Interesse für das Kino, das auch zu der Entwicklung derjenigen Filmproduktionsgesellschaft beitrug, die eine der wichtigsten der Schweiz werden sollte: die Praesens (Dumont 1987, 88–90). Mittelholzer betraute die Züricher Produktionsgesellschaft nämlich mit der Montage und dem Vertrieb seiner Aufnahmen. Er lässt sich sogar von einem der Kameramänner des Hauses begleiten (Emil Berna), wie z.B. bei seiner Expedition nach Abessinien. AFRIKAFLUG, der kürzlich vom Schweizer Filmarchiv restauriert wurde, ähnelt den zahlreichen Expeditionsfilmen, die zu dieser Zeit gedreht wurden, so weist er etwa dieselben Kennzeichen von Exotik auf wie beispielsweise die Werke von Martin Johnson (zu Johnson s. Brownlow 1979; Deeken 2004). Trotzdem ist es wichtig, die Bedeutung des Flugzeugs im genannten Film zu unterstreichen, denn dieses verweist auf das Begehren des weißen Mannes, sein Territorium nicht nur materiell, sondern auch symbolisch zu vergrößern. Das fliegende Auge des Abendlandes nimmt die Welt wahr, vermisst und erforscht sie, indem Bilder von weit entfernten und oftmals mythischen Orten (der Kilimandscharo, Kairo) in die Heimat geholt werden. Diese Expeditionsfilme heben die abendländische Entwicklung der Technik hervor und verleihen so den Bestrebungen der Welteroberung Nachdruck. Die von Mittelholzers Leistung ausgehenden Wirkungen werden zufällig sichtbar in einer Aktualität, die sich ebenfalls im Schweizer Filmarchiv findet, nämlich Material mit dem Titel CHURER FASTNACHT UMZUG 1. MÄRZ 1927 [sic, d. Ü.], gedreht von der Züricher Filmproduktionsgesellschaft Fridli-Film. Es zeigt eine vorbeiziehende, schwarz verkleidete Gruppe mit ihrem Fastnachtswagen, der einem verkleinerten Modell eines Mittelholzer-Flugzeugs ähnelt: dem Merkur. Dieser kurze Film bezeugt die breite gesellschaftliche Resonanz, die die Expeditionen des Piloten, Fotografen und Cineasten hervorrief.

Der Schweizer Filmarchiv konnte dieses Jahr dank der Hilfe der Cinémathèque de Toulouse DIE EROBERUNG DES HIMMELS (1938, Hans Richter) restaurieren. Die wieder gefundene Filmrolle zeigt das zeitgenössische Internationale Flugmeeting (Dübendorf 1937) mit einer von Darius Milhaud hinreißend komponierten Musik.

## Instrument der Werbung

Die Produktion von Auftragsfilmen bildete für das Filmschaffen in der Schweiz, zumindest hinsichtlich der Produktion, eine wichtige Grundlage. Seit den 1920er Jahren hatte der Film als Mittel der Werbung seinen festen Platz im Arsenal von Werbestrategien, von denen Unternehmen oder Verbände und Vereine Gebrauch machten. So gesehen war der Einsatz des Werbefilms für ein so bedeutendes Unternehmen wie die Swissair unverzichtbar, um deren Aktivitäten noch bekannter zu machen und ihr Markenimage klarer zu definieren. Im Schweizer Filmarchiv finden sich mehrere im Auftrag der Swissair produzierte Filme, darunter DER SCHÖNSTE TAG MEINES LEBENS (BEAUX SOUVENIRS DE GOSSE, 1939, Leopold Lindtberg), der jedoch erst nach dem Krieg vorgeführt wurde, oder DEUX GÉNÉRATIONS – UNE TRADITION (1956, Walter Lesch und René Boeniger). Noch vor dem mehr oder weniger bekannten ...THIS IS YOUR CAPTAIN SPEAKING! (1966, Ulrich Kündig) wurde 1959 AUSKUNFT IM COCKPIT (Niklaus Gessner) gedreht. Man könnte noch mehr Titel erwähnen, z.B. von Charles Zbinden oder Walter Baumgartner, die zum Renommee der Swissair beigetragen haben. Verschiedene Aspekte scheinen beim Betrachten der genannten Werke erwähnenswert: Wie in DER SCHÖNSTE TAG MEINES LEBENS spielen auch in AUSKUNFT IM COCKPIT etwa Kinder eine wichtige Rolle. In ersterem macht sich eine Gruppe kleiner Jungen mit ihren Fahrrädern zum Flughafen auf, in den sie sich heimlich einschleichen. Von einem Angestellten überrascht, treffen sie einen verständnisvollen Piloten, der sie zu einem Testflug einlädt. Fasziniert von den Flugzeugen und bereits gut informiert über deren Funktionsweise, werden sie nun auch in die Aufgaben des Piloten eingeweiht. Ganz ähnlich erklärt in AUSKUNFT IM COCKPIT der Pilot einer Dame die Voraussetzungen, die ihr Neffe erfüllen muss, um die Laufbahn eines Flugkapitäns einschlagen zu können. Hinter der Anwesenheit dieser Kinder lässt sich eine doppelte Intention erahnen: die Leidenschaft für diesen Beruf zu wecken und sich dabei an eine Öffentlichkeit zu richten, die sich womöglich in diesen Filmen wieder erkennen kann. Es wird Durchhaltevermögen gepredigt, indem immer wieder die Herausforderungen dieses Berufes betont werden. Eine dem Piloten ähnlich konstruierte

Figur, heldenhaft und außerordentlich kompetent, findet sich in *DEUX GÉNÉRATIONS – UNE TRADITION* wieder. Dieser Film versucht die Gemeinsamkeit zwischen dem Beruf des Vaters als Uhrmacher und dem des Sohnes als Pilot anschaulich zu machen: das beständige Bemühen um Präzision und gute Arbeit beseelt beide Generationen.

Während die erwähnten Werke einerseits die Begeisterung für den Beruf eines Flugkapitäns erwecken wollen, zeigen sie den Piloten aber auch als normalen Menschen, dessen alltägliches Leben traditionsgemäß verläuft. In *...THIS IS YOUR CAPTAIN SPEAKING!* kehrt der Pilot etwa in sein Heim zurück, wo ihn seine Frau bereits mit seinem Lieblingsessen erwartet. Diese Inszenierung ist ähnlich paradox wie die der Helden innerhalb der nationalen Ikonografie (Tavel 1991, 1–12, 43–63). Auch wenn in erster Linie besondere Figuren gezeigt werden sollen, so sind diese dennoch meist von Attributen befreit, die sie von vornherein als Helden charakterisieren. So stellen etwa Bescheidenheit, Fleiß oder Opferbereitschaft diejenigen Werte dar, mit denen die Piloten einiger dieser Filme assoziiert werden. Abgesehen davon, dass diese Filme schon bei den Jüngsten die Leidenschaft für den Pilotenberuf wecken wollen, haben sie außerdem den Auftrag, die Schweiz als technologisch hoch entwickeltes Land zu zeigen, das seinen Platz im internationalen Reigen einnimmt. Denn dank seiner Flughäfen und seiner Fluggesellschaft ist die Schweiz nun mit den wichtigsten Zielorten der Welt verbunden.

## Didaktische Aspekte

Über eine einfache Verbraucherwerbung hinaus, weist ein bedeutender Teil der Filme, die sich mit dem Flugwesen beschäftigen, auch didaktische Aspekte auf. Während sich einige Filme vornehmlich auf die Karrierestationen eines Piloten konzentrieren (*DER SCHÖNSTE TAG MEINES LEBENS* oder *AUSKUNFT IM COCKPIT*), versuchen doch viele von ihnen Informationen über Luftfahrt und Sicherheitsmaßnahmen für Passagiere zu vermitteln. Wie so oft, ziehen es Dokumentarfilme (oder Auftragsfilme) vor, kommerzielle Interessen durch informative Aspekte auszugleichen. *ZUR SONNE EMPOR* (1935, Charles Masset) beispielsweise informiert über die Flugstrecke eines Postflugzeugs, zeigt gleichzeitig aber Wintersportorte, an denen es auf dem Wege der Postzustellung vorbeifliegt. Die Einrichtung dieser Linie garantiert trotz Schnee selbst zu höher gelegenen Bergdörfern eine reibungslose Postzustellung. Die Inszenierung des Postflugzeugs über schneebedeckten Gipfeln verbindet und verstärkt sowohl informative als auch kommerzielle Aspekte.

Besonders auffallend sind solche informativen Elemente in *LES AILES EN SUISSE / DIE SCHWEIZ UND IHR LUFTVERKEHR* (1929–30, Charles-Georges Duvanel). Während der Film einerseits Werbezwecken dient, stützt er sich gleichermaßen auf die Vermittlung von Information und Wissen. Zwei Aspekte dienen dabei ganz besonders dem Argumentationsaufbau: die Sicherheit und ihre Abhängigkeit von Kommunikationsmitteln. Der Film zeigt (mithilfe einer Erzählhandlung), wie ein Flugzeug, trotz schlechter Wetterbedingungen und dank Radio-Peilung, während des Fluges vom Boden aus geleitet werden kann. Der TSF-Funk [*radio TSF*] ermöglicht die Verbindung zum Tower, so dass Flugzeuge bei schlechten Bedingungen auf ihrer Flugroute bleiben können. Elektrische Bodenbeleuchtungen gestatten es ihnen sogar bei minimaler Sichtweite zu landen. Dieser Film informiert Zuschauerinnen und Zuschauer und überzeugt sie, dass alles getan wird, um die Sicherheit der Passagiere zu garantieren. Indem die Notwendigkeit des Ausbaus von Flughäfen in der Schweiz immer wieder betont wird, bewegt sich dieses Werk entlang der Strecke der Postzustellung. Es zeigt, dass die Flugrouten mit Bahn- und Busverbindungen weitestgehend abgestimmt sind. Der Film informiert über die Konditionen des in Europa herrschenden Transportwesens, wobei der Anschluss des Schweizer Luftliniennetzes schnelle Verbindungen zu anderen europäischen Hauptstädten sichert und die Kooperation mit anderen Transportmitteln ermöglicht. *LES AILES... / DIE SCHWEIZ...* widmet sich der Geschichte eines jungen Paares, das im Flugzeug reist, und gleichzeitig klärt dieses Werk über die Schritte auf, die zu einem schnellen Besteigen der Maschine beitragen.

## Tourismus und Kino

Die Behauptung, die Schweiz nehme eine privilegierte Position im Herzen Europas ein, findet sich in zahlreichen Filmen zur Tourismuswerbung. In *VILLES DE SUISSES / TOWNS OF SWITZERLAND* (1946–47, C.H. Pilet) etwa befördert eine Maschine der Marke Douglas abenteuerlustige Touristen, die unterwegs sind, das Land zu entdecken. Als Auftragsfilm der schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung [*Office central suisse du tourisme / OCST* bzw. Schweiz Tourismus, d. Ü.] schreibt sich *VILLES DE SUISSE* in die Reihe derjenigen Filme ein, die auf die Lust der Zuschauer abzielen, das Land auf eigene Faust zu entdecken. Bilder von einschlägigen Touristenorten und miteinander vernetzte Verkehrsmittel sind explizite Einladungen, das Land zu besichtigen, das solch eine Vielfalt an Sehenswürdigkeiten und prächtigen Landschaften aufweist. Für den Tourismus zu werben ist auch eine der Missionen von *LES AILES EN SUISSE / DIE*

SCHWEIZ UND IHR LUFTVERKEHR – einer der wenigen Streifen, der mit offizieller Förderung von einem Bundesrat unterstützt wurde. Der Film profitierte von der Schirmherrschaft Jean-Marie Musys, dem Bundespräsidenten im Jahre 1930. Dieser versicherte einige Jahre zuvor:

»Ich bin überzeugt, dass das Kino der industriellen oder touristischen Propaganda große Dienste erweisen kann. Für das Gaststättengewerbe, um nur einen Aspekt zu nennen, könnten in den großen Fremdenverkehrszentren gezeigte Filme, sofern sie sorgfältig hergestellt und mit Intelligenz präsentiert werden, von enormer Effizienz sein« (*Revue suisse du cinéma*, Nr. 26, 25.-31. décembre 1924, S. 8, »M. Musy nous parle du cinéma«, Jean Hennard).

Indem *LES AILES EN SUISSE* bezeugt, wie perfekt die Schweizer Fluglinien eingerichtet sind, geht er direkt auf die Anweisungen des staatlichen Beraters ein. Der Dokumentarfilm verspricht den Zuschauern, sollten sie sich für eine Fortbewegung auf dem Luftwege entscheiden, eine Reise ohne Zwischenfälle.

## Luftfahrt und Nation

An das Engagement der Tourismusfilme anknüpfend, trug EUSERI SCHWIZ. EIN QUERSCHNITT DURCH DIE LEBENDIGE SCHWEIZ (Joseph Dahinden), realisiert anlässlich der Schweizerischen Landesausstellung im Jahre 1939, ebenfalls dazu bei, das Gefühl der nationalen Zugehörigkeit zu festigen. Emblematisch beginnt er mit einer Einstellung auf die im Wind flatternde Fahne der Schweizerischen Eidgenossenschaft. Dann der Titel: *Geschichtliches Vorspiel*. Es folgen aus einem Flugzeug aufgenommene Bilder schneebedeckter Berge, begleitet von feierlicher Musik. Das Drehen vom Flugzeug aus erlaubt es, neben anderen Annehmlichkeiten, Berggipfel zu umrunden und Gletscher zu überfliegen. Der Pilot als Zuschauer: Es handelt sich um einen Prolog, der das Dispositif der Filmvorführung aufgreift und in den filmischen Raum hinein verlängert. Viel zu kurz vor der Eröffnung der Landi [der Schweizerischen Landesausstellung, Anm. d. Ü.] fertig gestellt, um in europäischen Kinosälen Werbung für die nämliche Ausstellung machen zu können, konnte der Film nicht auf gewöhnlichen Distributionswegen seine Zuschauer erreichen. Seine Initiatoren haben versucht, die verlorene Zeit wieder aufzuholen, indem sie Flugblätter in den großen Städten abwarfen, auf denen die Ausstellung angekündigt wurde. Eine DC3 der Swissair bringt einen Vertreter der Züricher Obrigkeiten in die wichtigsten Städte, und dieser überbringt der jeweiligen Behörde seine offizielle Einladung. Der Film wurde oftmals unter der Schirmherrschaft der Botschaften



und in Anwesenheit bekannter Persönlichkeiten aus Politik, Journalismus und Gesellschaft den im Ausland weilenden Schweizern präsentiert.

Diese Art der Präsentation rief natürlich ein breites mediales Echo hervor, die Crew war ständig von Reportern begleitet. Auf diese Weise fand sich die Luftfahrt direkt in die vom Staat unterstützte, nationale Werbung integriert. So gesehen erstaunt es nicht mehr, dass die im Prolog des Films dargestellten Berge zum nationalen Symbol des Landes wurden.

In dem Bemühen, die Schweiz gegenüber der Bedrohung durch Invasoren zu einen, betonte man die überlegene Rolle der Luftfahrt. Der Schweizerische Armee-Film-Dienst produzierte 1942 den Kurzfilm *FLIEGER-GRENZVERLETZUNG*, der die Einheit des Landes in der Verteidigung seiner Neutralität auch in der Luft begründet: Schweizer Piloten schießen ein feindliches Flugzeug ab, um so die bedrohte Bevölkerung zu beschützen. Durch ihre Kriegstechnik und effiziente Organisation erreicht die Schweizer Luftfahrt dieses Resultat, obwohl sie nicht im Besitz der leistungsfähigsten Maschinen ist. Eine solche Verbindung von Luftfahrt und Militär findet sich auch in anderen Filmen wieder, wie z.B. in *AUSKUNFT IM COCKPIT*. Dort erteilt der Pilot einige Ratschläge und erklärt notwendige Schritte und Wege, die zum Beruf des Piloten führen. Einer der bevorzugten Wege verläuft dabei über die Armee, was dem Film Anlass gibt, Bilder von Übungen der Luftpatrouille in den Alpen zu zeigen. Das hier komplementär angelegte Verhältnis zwischen ziviler und militärischer Luftfahrt bestätigt grosso modo eine Assoziation des Soldaten mit dem Bürger. Im Spielfilm *BIDER DER FLIEGER* indes sind die Kinder das Element, mit dem das Land und die militärische Luftfahrt verknüpft werden. Dieser Kunstgriff des Drehbuchautoren soll zeigen, dass diese Verbindung einen Beitrag zur Stiftung der symbolischen Einheit der Nation leistet, insofern sie Heldenkult, Begeisterung der Jugend und Fortschrittsglaube zusammenführt (Cosandey 2000, 7–9).

Die Luftfahrt wurde in verschiedenen Modi durchexerziert, auf informativer und werbestrategischer Ebene und vor allem in der Perspektive der Tourismuswerbung oder der Nationenbildung etabliert. Die Präsenz von Flugzeugen dient währenddessen dazu, die Fähigkeit zur Selbsterneuerung eines Landes zu zeigen, das mit Tradition und Bodenständigkeit in Verbindung gebracht wird. In diesem Kontext erstaunt die Fülle von aus dem Flugzeug aufgenommenen Bildern der Gipfel nicht mehr.

## Die Alpen und das Kino

Die Alpen kommen in Luftverkehrsfilmern keineswegs nur dann vor, wenn ein waghalsiger Flugpionier sich in seinem prekären Gerät an die Überquerung der Berggipfel macht. Vielmehr gibt es – unabhängig von Anlass und Produktionsjahr – kaum einen solchen Film, in dem die Alpen nicht vorkommen. Die Filme stellen eine ganz eigene, dem Medium geschuldete Entdeckung der Alpen dar. Wie einem Zwischentitel zu entnehmen ist, begleitete Leutnant F. Brunner als Kameramann Oskar Bider bei den Dreharbeiten zu *DIE TRAVERSIERUNG DER ALPEN* (1919, Eos-Film), eine Rekonstruktion Biders gefeierter Expedition aus dem Jahre 1913. Aber mehr noch, als sich auf den Flug an sich zu konzentrieren, zieht es der Film vor, nach dem Überflug von Zürich bereits bekannte Berge wie die Rigi zu zeigen und im Vorbeifliegen auf touristische Einrichtungen (Hotel Rigi-Kulm) zu verweisen. Die Zwischentitel widmen sich besonders bekannten Bergen wie dem Titlis, dem Pilatus und dem Stockhorn. Walter Mittelholzer für seinen Teil filmte und fotografierte mehrmals Berge, deren Namen bereits an den Titeln der Filme abzulesen sind: *ALPENFLUG ÜBER DAS OBER-ENGADIN UND DIE BERNINA* (1919) und *IM FLUGZEUG VON BASEL ZUM MONT-BLANC* (1919), davor entstand *FLUG ÜBER DIE BERNER UND WALLISER ALPEN* (1920) oder später (Mittelholzers) *MATTERHORNFLUG* (1934) – alles Filme, die wir nicht sehen konnten, da die meisten von ihnen heute verschollen sind; nur *ÜBER DIE ALPEN MIT WALTER MITTELHOLZER. (FLUGSTRECKE ZÜRICH – BERNER ALPEN – MONT-BLANC – MATTERHORN UND ZURÜCK)* ist erhalten geblieben. Neben den im Untertitel genannten Bergen legt der Film Nachdruck auf die überflogenen Gletscher wie den Aletsch. *LES AILES EN SUISSE* von Charles-Georges Duvanel soll in seinem Schlussteil einen Überflug der Alpen zeigen. Dieser Teil fehlt jedoch in der aktuell vorliegenden Version. Es können kaum Zweifel daran bestehen, dass der Film *UN VOL SUR LES ALPES/ EIN ALPENFLUG*, den letzten, bislang verschollenen Teil darstellt. Mit *ÜBER DIE ALPEN MIT WALTER MITTELHOLZER* teilt dieser Film die Faszination für Gletscher: die Strukturen des Guggigletscherfeldes sind in aller Präzision zu bewundern. Im Unterschied zu Mittelholzers Film ist in *UN VOL SUR LES ALPES / EIN ALPENFLUG* oft noch ein zweites Flugzeug zu sehen, das zeigt, welche heroische Leistung das Überfliegen der Jungfrau damals darstellte. Mit einem ähnlichen Konzept folgt *ZUR SONNE EMPOR / NEIGE ET SOLEIL* (1935, Ch. Masset) einem kleinen Postflugzeug auf dessen Weg über Dübendorf nach Sankt Moritz, Davos und Arosa. Der leidenschaftliche Kommentar lädt die Zuschauer ein, seine Emotionen zu teilen. Während Bilder von verschneiten Gipfeln zu sehen sind, spricht er mit Emphase: »Und nun ganz nah die Alpen. Diese schneebedeckten Felswände, diese Abgründe, der Säntis, 2500 Meter hoch. Indem wir ihn fast

berühren, erleben wir den Höhenrausch, vielleicht ein noch wunderbareres, großartigeres Gefühl als das der Bergsteiger. Wenn wir die Alpen auf diese Weise sehen, zeigen sie uns ihren heroischen Charakter«. Nach einer Landung auf dem vereisten Feld vor Sankt Moritz wird die Post mit Hilfe einer Maschine automatisch und mit großer Schnelligkeit sortiert und frankiert. ZUR SONNE EMPOR präsentiert charakteristische Elemente, die auch in anderen Flugfilmen vorkommen und zeigt so seine Kenntnis dieser Elemente, aber er stellt sie in einer neuen Perspektive zusammen. Die erwähnten Berge gehören zu den bekanntesten, ebenso wie die beim Überfliegen auftauchenden Bergstationen. Dieses Phänomen findet sich ebenfalls in Filmen über Städte wie Zürich und ihren See oder über BERN, DIE MALERISCHE BUNDESSTADT DER SCHWEIZ (1931, Emelka-Kulturfilm), die es sich zur Aufgabe machen, die berühmtesten Sehenswürdigkeiten zu zeigen. Der besondere Charakter einer solchen Perspektive wird in einigen Kommentaren deutlich. So schreibt der Journalist Ernest Naef:

»Was gibt es wundervolleres als die Giganten der Alpen in 5.000 Metern Höhe zu überfliegen – den Mont-Blanc, den Mont-Rose, den Cervin – und dabei einen Film zu ›drehen‹, der Tausenden von begeisterten Zuschauern gezeigt wird? Ist dies nicht die beste Werbung, die man für unser Land machen kann?« (*Revue suisse du cinéma*, Nr. 26, 20. August 1921, »L'aviation et le cinéma«).

Sieht man darin nur ein wiederholt auftretendes werbestrategisches Argument, konzentriert man sich lediglich auf die Anziehungskraft, die auf Zuschauer wirkt, wenn sie Bilder ihres Landes und seiner Besonderheiten sehen. Viel erstaunlicher ist jedoch die Wiederkehr der Kommentare, die über die Außerordentlichkeit der Aufnahmetechnik dieser Alpenüberflüge befinden. Einer der Gründe dieses Erfolgs ist sicher den erschütternden Wirkungen des artifiziellen Blicks zuzuschreiben, die besonders von dessen enormer Bewegung und Höhe ausgehen, und der seit Nadar eine ungewohnte Art der Dokumentation hervorbringt (Schivelbusch 1997; Frizot 1994). Diese Neuartigkeit des Blicks ist sicher auch Teil der Anziehungskraft, die von den Filmen der Zwischenkriegszeit ausging. Die Annäherung von Bergen und Kino ist freilich entscheidend, da diese von einer idealen Gleichung zeugt. Dieses Phänomen beschreibt der Schriftsteller C.F. Ramuz in seinem Essay »Die Schönheit der Berge« von 1930. Er unterstreicht darin seine Gleichgültigkeit, die er diesem Landschaftstyp gegenüber empfunden hatte, solange er diesen von Menschen entleert und unberührt von Kultur vorfand. Doch er erklärt, seine Meinung geändert zu haben, als er diese Landschaft dank Fotografie und Film in einer neuen Perspektive entdecken konnte. Er schreibt: »Man wollte nur den plastischen Reichtum der Berge betonen, der jedoch dank Fotografie und Kino überhaupt erst in Erscheinung treten kann«. In den Augen des Schriftstellers erschüttern Fotografie und

Kino die Wahrnehmung der Welt, in einer Art der Erneuerung eines ikonografischen Motivs, das zu einer Klischeevorstellung bar jeglichen Reizes geworden ist. In seinen Eindrücken als ein durch die Schweiz Reisender unterstreicht Ramuz die Vielfalt der Landschaften und Kulturen, die an ihm vorbeiziehen. Sie erlauben ihm, in kürzester Zeit verschiedenste Realitäten und vielfältige »Zivilisationsformen, oder zumindest deren Fragmente« zu sehen. Der Begriff, der seine Fortbewegung charakterisiert, ist der der Levitation: »Nichts ist aufregender, glaube ich, als diese schnellen *Aufstiege* mit Hilfe von Maschinen in unserem Lande, das selbst hoch ist (das ist das, was daran am schönsten ist)« (...). [sic, d. Ü.] Er spricht dabei seinen Reisegefährten an, imaginärer Gesprächspartner und idealer Adressat zugleich, gewissermaßen ein Doppelgänger des Lesers, und sucht ihn von der Plastizität der Berge zu überzeugen. Ihr essentieller Charakter liegt für Ramuz in der Möglichkeit, Gleichzeitigkeiten im Raum und in der Zeit herzustellen, indem sie ungleiche oder gegensätzliche Elemente zu einem Ganzen vereinen. Das Kino ist das Mittel par excellence, diese Gleichzeitigkeit herzustellen und zu reproduzieren. Letztlich entbehren die Literatur oder die Malerei, so Ramuz, einer diesem Zweck angemessenen Technik. Das Kino allein erscheint ihm fähig, eine solche Mission zu erfüllen:

»Das Kino, diese neue Kunst, denke ich, diese noch hoch empfängliche Kunst, für die diese Schönheit wie gemacht ist. Ich sage, dass diese Schönheit für das Kino gemacht ist, weil es die einzige Kunst ist, die sie dank ihrer Technik vollkommen auszudrücken vermag.«

Indem er erklärt, alles daran zu lieben, von den Tälern bis zu den Gipfeln, die Felsen ebenso wie die Wiesen, beteuert Ramuz schließlich:

»Ich liebe es, einen See tausend Meter unter mir zu sehen, blau und rund wie ein kleines Auge. Ich liebe es auch, hinaufzusteigen, mich zu erheben (ohne metaphorisch zu sein), mich materiell zu erheben.«

Ohne es genauer zu entwickeln führt Ramuz ein letztes Argument über die Überlieferung und Vermittlung von Schönheit an, die er zweifelsohne auch auf das Kino bezieht: »(...) weil es dort, wo man sie nicht kommuniziert und sie nicht zirkuliert keine Schönheit gibt«. Dieses ständige Bemühen der Metapher des Aufstiegs erklärt letztlich die Häufigkeit der Bilder von überflogenen Gipfeln. Wenn das Kino am meisten die Fähigkeit besitzt, Vertikalität herzustellen, so behauptet Ramuz, ist es an ihm, sich dem Gefährt hinzugesellen, das am besten fähig ist, sich zu erheben: dem Flugzeug also, das Cineasten gewählt haben, um ihre Kamera in verschiedenen Blickwinkeln auf die alpinen Gipfel zu richten. So stellen sie eine neue Perspektive her, die ein per definitionem unbewegliches Objekt, den Berg, dynamisiert. Dieses Zusammentref-

fen der fliegenden Maschine mit dem Aufnahmegerät, der Kamera, etabliert einen noch ungebundenen, von Bedeutung freien Blick. Mit Ramuz gewissermaßen den Enthusiasmus für diesen »neuen« Blick teilend, ziehen es die Cineasten vor, ihre Kamera auf die bekanntesten Gipfel zu richten. Sie scheuen sich nicht, den Zuschauern Informationen innerhalb bestimmter Schemata zu vermitteln (wie beispielsweise die in *ZUR SONNE EMPOR* gezeigte Flugroute erklärt wird). Die Zuschauer werden so in eine Position versetzt, die ihnen ermöglicht, die gezeigten Elemente in ihrer Unmittelbarkeit zu erfassen. Dieser »neue« Blick beruht in der Tat auf der potentiellen und direkten Identifizierbarkeit der Dinge auf der Leinwand. Genauso wie die Filme über Schweizer Städte ihre Sehenswürdigkeiten leicht wieder erkennbar präsentieren (der Bundespalast in Bern, die Frauenkirche oder das Grossmünster in Zürich), wenden sich die Bergfilme berühmten Gipfeln und Bergstationen der alpinen Landschaft zu. Sie erscheinen auf diese Weise wie ein Kompromiss zwischen »neuer« Perspektive und einem Katalog altbekannter Orte, und werden so zu einem Instrument der Werbung und pädagogischen »Maßnahmen gleichermaßen«.

(Übersetzung: Miriam Grossmann)

## Literatur

**Bronfow, Kevin** (1979) *The West, the War and the Wilderness*. New York: A. Knopf.

**Cosandey, Roland** (2000) Fliegen, filmen, träumen: ein Patchwork. In: *Basler Magazin*, 41, 21. Oktober 2000, S. 7–9. Auf französisch bei: [www.images.ch/aviation.pdf](http://www.images.ch/aviation.pdf)

**Deeken, Annette** (2004) *Reisefilme. Ästhetik und Geschichte*. Remscheid: Gardez! Verlag.

**Dumont, Hervé** (1987) *Geschichte des Schweizer Films: Spielfilme 1896–1965*. Lausanne: Schweizer Filmarchiv.

**Frizot, Michel** (1994 [erste Auflage]) *Les nouveaux points de vue*. In: *Nouvelle histoire de la photographie*. Paris: Larousse, 2001, S. 387–397.

**Ramuz, Charles Ferdinand** (1930) *La beauté des montagnes*. In: *Aujourd'hui*, 41, 11. September 1930, S. 1–2. [auch in: *Œuvres complètes*. Bd.III. Hg. v. Gustave Roud und Daniel Simond. 1973. Lausanne: Rencontre. S. 1283–1292

**Schievelbusch, Wolfgang** (1977) *Geschichte der Eisenbahnreise*. München: Carl Hanser.

**Tavel, Hans von** (1991) *L'icônographie nationale / Nationale Bildthemen*. Disentis: Pro Helvetia & Desertina (Ars helvetica X).