

Martin Loiperdinger

### **Michael Cowan: Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity: Avant-Garde – Advertising – Modernity**

2014

<https://doi.org/10.17192/ep2014.4.3303>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

#### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Loiperdinger, Martin: Michael Cowan: Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity: Avant-Garde – Advertising – Modernity. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 31 (2014), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2014.4.3303>.

#### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## Michael Cowan: Walter Ruttmann and the Cinema of Multiplicity: Avant-Garde – Advertising – Modernity

Amsterdam: Amsterdam University Press 2014, 259 S., ISBN 978-90-8964-585-2, € 99,00

Walter Ruttmann ist mit dem ersten in Deutschland aufgeführten abstrakten Film *Lichtspiel Opus 1* im Jahr 1921 in die Filmgeschichte eingegangen. Dass sich der gefeierte Avantgardist ab 1933 für das nationalsozialistische Deutschland nützlich machte, fasste die Ruttmann-Rezeption zunächst als Wandlung des Regisseurs, dann als Opportunismus eines unpolitischen Formalisten und schließlich als ästhetische Widersprüchlichkeit seiner im ‚Dritten Reich‘ entstandenen Filme. Davon setzt sich Michael Cowan mit der Behauptung einer Kontinuität ab, die sich von Anfang bis Ende durch die Filme Ruttmanns zieht: Ihr tragender gemeinsamer Nenner sei das Anliegen, Probleme der industriellen Massengesellschaft visuell zu bewältigen: „the Managing of Multiplicity“ (S.9). Dass der Künstler Walter Ruttmann die ‚rhythmische Organisation der Zeit durch filmische Mittel‘ als das Essentielle der Kinematografie ansieht und sich in der Weimarer Republik für den absoluten Film stark macht, ist Cowan zufolge kein *l’art pour l’art*, sondern entspricht Ruttmanns Selbstverständnis vom Künstler als Experten der Form, der als solcher wichtige gesellschaftliche Aufgaben wahrnimmt. Überzeugend zeigt Cowan, dass die abstrakten *Opus*-Filme auf ein ästhetisches Formtraining des Publikums abzielen. Ein Massen-

publikum tatsächlich zu erreichen, vermochte Ruttmann aber allenfalls mit Adaptionen seiner bewegten Formspiele für Werbefilme. Bereits Anfang 1922 schreibt der Kritiker Karl Diebold in der Frankfurter Zeitung anlässlich der Premiere von *Lichtspiel Opus 2*: „Diese neue Augenmusik [...] wird einen schweren und langsamen Passionsweg zur Gunst des Publikums haben. Beschleunigung wäre höchstens möglich, wenn kluge Geschäftsleute sich den gemalten Film zu einer Reklame modernster Art erwählten und so durch den Kompromiß von Kunst und Geschäft die Augen des Publikums für die neuen Phänomene bereit und willig machten.“ (zit. nach Jeanpaul Goergen: Walter Ruttmann – Ein Porträt. In: Jeanpaul Goergen (Hg.): Walter Ruttmann – Eine Dokumentation. Berlin 1989, S.23).

Kurz darauf verbündete sich Ruttmann mit dem Werbefilmpionier Julius Pinschewer, was ihm nicht nur stattliche Honorare einbrachte, sondern die Verbreitung seiner abstrakten Formexperimente für ein Millionenpublikum sicherte. Minutiös belegt Cowan, dass die Gestaltung dieser Werbefilme wahrnehmungstheoretisch fundierten Forderungen der zeitgenössischen Werbepsychologie entspricht. Ruttmanns bekanntesten Film *Berlin. Die Sinfonie der Großstadt* (1927), der laut Filmge-

schichtsschreibung das Genre des Querschnittfilms begründet hat, analysiert Cowan im Kontext der visuellen Kultur des Querschnitts, wie sie seinerzeit zu Zwecken der populärwissenschaftlichen Veranschaulichung praktiziert wurde. Ruttmann montierte die Filmaufnahmen des alltäglichen Großstadtlebens als chronologischen Ablauf vom frühen Morgen bis in die späte Nacht. Er präsentierte Berlin als zeitlich organisiertes Ineinandergreifen eines vielgliedrigen Organismus: Wie Cowan sagt, betont Ruttmanns Montage „the regularities of the city: its smooth functioning according to objective (statistical) laws beyond the agencies of individual actors“ (S.81), während etwa Hans Richter das Querschnittkonzept der analogen Montage in seinem Werbefilm *Zweigroschenzauber* (1929) für zufällige, surrealistisch anmutende Begegnungen nutzt (vgl. S.96-98). Mit seinen Hygienefilmen wechselt Ruttmann in Cowans Augen vom statistisch geleiteten Ordnen und Zeigen des Bildmaterials zum didaktischen Appell. Die Vorführung von Gesunden und Kranken in Verbindung mit einprägsamen Diagrammen und Piktogrammen verfolgt gesundheitspolitische Kontrollanliegen: die Verhütung von Syphilis in *Feind im Blut* (1931) und die ‚Gesundung‘ des deutschen ‚Volkskörpers‘ durch höhere Geburtenraten in *Blut und Boden* (1933). Ab 1935 steht das Schmelzen und Formen des Werkstoffs Stahl im Zentrum vieler Filme Ruttmanns. Cowan sieht hier Analogien zwischen den vorgeführten Formungsprozessen des Stahls und der Redeweise nationalsozialistischer Politiker, die ihre höchste Aufgabe gern darin sahen, aus

der ‚Masse‘ ein ‚Volk‘ zu formen, das durchdrungen ist von Volksgemeinschaftstugenden wie Pflichterfüllung, Gehorsam und Opfermut.

Indem Cowan auf die Kontinuität in Ruttmanns Filmen abhebt, vermeidet er moralisierende Urteile über dessen während der NS-Diktatur gedrehten Filme. Er kann dieserart überzeugend zeigen, dass 1933 kein Bruch in Ruttmanns Filmschaffen stattgefunden hat. Gleichwohl konfligiert Ruttmanns neusachliche Ästhetik des Formschönen mit dem Pathos nationalsozialistischer Kampfrhetorik: Die allegorische Figur des Schmieds, der am Schluss von *Metall des Himmels* (1935) zu den Worten ‚Deutsches Volk! Deutsche Arbeit! Deutscher Stahl!‘ frontal in Untersicht mit seinem Hammer auf den Amboss schlägt, etabliert laut Cowan „a continuity between the ancient and the modern“ (S.148). Dieser Schmied passt stilistisch aber überhaupt nicht zu den staffelförmig angeordneten Stahlfedern und Nagelscheren, die zu sphärischen Musikklingen Wolfgang Zellers sanft auf Glasscheiben durchs Bild gleiten. Es ist nicht bekannt, ob die Idee zu dieser martialischen Schlussfigur auf Ruttmann selbst zurückgeht oder auf die Beratungsstelle für Stahlverwertung, den Auftraggeber dieses Kulturfilms. Ein unvoreingenommener Betrachter kann den Schmied m.E. kaum anders denn als offenkundigen Stilbruch wahrnehmen (vgl. die Abbildungen S.148-149).

Cowan stellt die Filme Ruttmanns in den Kontext von Werbepsychologie, populärwissenschaftlichen Illustrationsverfahren, gesundheitspolitischen Anliegen vor und nach 1933 sowie von nationalsozialistischen Sonntagsreden

über ‚Masse‘ und ‚Volk‘. Er gewinnt so eine kulturwissenschaftliche Perspektive, aus der das Gesamtwerk Ruttmanns konsistenter erscheint als von einem werkbiografischen Standpunkt aus. Sein Buch gibt zahlreiche und vielversprechende Anregungen, neue Betrachtungen und Analysen zu Ruttmanns Filmen in einem engeren zeitgenössischen Zusammenhang anzustellen: Cowan nutzt außer Ruttmanns Filmen ausschließlich gedruckte Publikationen. Da er nur ausnahmsweise auf Filme von anderen Avantgardisten und überhaupt nicht auf Produktionsstandards und Teamarbeit in der Werbefilmabteilung der UFA eingeht, wo Ruttmann ab 1935 tätig war, erscheint Ruttmann trotz gegenteiliger Intentionen Cowans dann doch wieder als Autor, der sein Selbstverständnis vom Künstler als Experten für visuelles Management im Alleingang verwirklicht. So war es aber nicht: Beispielsweise weisen die Vorspanne der Werbefilme Ruttmann und Pinschewer als künstlerische Urheber aus. Julius Pinschewer arbeitete mit

den von ihm beauftragten Filmkünstlern bei der Entwicklung der Filmidee wie bei der gestalterischen Ausführung eng zusammen und traf bis ins Detail gehende Absprachen. Dass der *Berlin*-Film nicht Ruttmanns alleiniges Werk ist, sondern auch Karl Freund und Carl Mayer daran beteiligt waren, erwähnt Cowan erst am Schluss seiner *Berlin*-Abhandlung. Dass es schon vor *Berlin. Die Sinfonie der Großstadt* einen langen Berlin-Film mit dem Titel *Die Stadt der Millionen* (1925) gab, wird gar nicht erwähnt. Kurz gesagt: Cowan ist es auf inspirierende Weise gelungen, die Filme Walter Ruttmanns in zeitgenössische Rahmen wie Werbepsychologie, Statistik und NS-Rhetorik zu stellen, die jenseits der Filmbranche angesiedelt sind. In Ergänzung dazu könnten detaillierte filmhistorische Mikroanalysen zur Produktionsgeschichte und zur Rezeption einzelner Ruttmann-Filme die Forschung noch ein Stück weiter voranbringen.

*Martin Loiperdinger (Trier)*