

Judith Ellenbürger: Schau|Werte: Bild- und Mediendiskurse des Geldes

Paderborn: Wilhelm Fink 2022, 280 S., ISBN 9783846770566, EUR 79,-

Es sind viele Weisheiten über das Geld und seine Rolle im menschlichen Leben zu Aphorismen geronnen oder gar zu Alltagsweisheiten geworden. Manchmal lakonisch: *Pecunia non olet* – das Geld stinkt nicht! Manchmal altersweise: ‚Geld allein macht nicht glücklich!‘ Manchmal resignativ: *Money makes the world go round!* Nicht zu vergessen die kriminologische Empfehlung ‚Folge dem Geld‘, wenn es um die Aufklärung eines dunklen und nicht durch Leidenschaft motivierten Verbrechens geht. Die Anlage zum Erzählen ist in allen diesen Alltagsweisheiten spürbar, in jeder ist ein dramatischer Kern enthalten, der sich in Geschichten entfalten kann.

Trotz der Allpräsenz des Geldes im gesellschaftlichen Verkehr ist die Zahl der Untersuchungen zur Darstellung und zur dramatischen und ästhetischen Bedeutung des Geldes im Verlauf der Filmgeschichte äußerst klein geblieben. Insofern betritt Judith Ellenbürgers Studie in manchen Bereichen Neuland, manches liest sie unter dem Gesichtspunkt der Darstellung des Geldes neu. Sie setzt beim Allgemeinen an, fragt zunächst nach der Medialität des Geldes (Kap.2), bevor sie sich den Repräsentationen des Geldes in seinen diversen Manifestationsformen (als „Zahlungsmittel, Waren und Zeichen“, Kap.3) zuwendet; es folgt ein Blick auf die symbolische Lesbarkeit von Wohn-,

Geschäfts- und sogar Naturräumen als Repräsentation des Geldes (Kap.4), bevor die Autorin sich vor allem dem Korpus neuerer Filme nach *Wall Street* (1983) zuwendet (interessanterweise nun textnah in den Dimensionen von „Figuren, Bindungsmustern und Gender-Konstellationen“ gefasst).

Schon der Aufbau der Studie deutet einen Weg vom Allgemeinen zum Besonderen an, der Fragen aufwirft – nach dem Verhältnis von Theorie und Beispiel, nach den Beziehungen von (Medien-)Theorie und Korpusanalyse, nach der Übertragbarkeit von Allgemeinkategorien auf Textanalyse. Und auch die Frage nach der Geschichtlichkeit der Erscheinungsformen des Geldes drängt sich auf, unabhängig davon, ob man es als ‚Medium‘ akzeptiert oder nicht. Für jede Dramaturgie ist das Geld ein Problem, weil es so schwer darzustellen ist: Gold, Silber und Edelsteine, ein Sack voller Silberlinge – sichtbarer Glanz, der auf Reich-Sein hindeutet; luxuriöse Gebäude, teure Möbel, Kunstgegenstände – Anzeichen eines Geldwertes, der allerdings wie eine Intermediärgröße erst berechnet (oder geschätzt) werden muss, aber nicht unmittelbar sichtbar ist; gerollte Geldscheine in der Tasche von Gangstern, ein ganzer Koffer voller Geldscheine – ja, hier wird Geld im engeren Sinne sichtbar, aber nur im narrativen Kontext, nicht in seiner Rolle im Imaginarium bürger-

licher Gesellschaften oder im Alltag der Wertorientierungen der Handelnden (so können sogar Zigaretten zum Zahlungsmittel werden).

Ellenbürger entwickelt ihre Theorie in drei Zugängen: 1.) Geld als Gegenstand sozialer Wirklichkeit, als ‚Ding‘, in allen seinen Erscheinungsformen, als Münzen, Scheine, Aktiennotierungen bis hin zur Immaterialisierung des Geldes als Spiel von Grafiken und Zahlenkolonnen; 2.) Geld als ‚Medium‘, festgemacht an drei Elementarfunktionen der Medien: Kommunikation, Zeichenhaftigkeit, Traditionsbildung (die in anderen Bemühungen um eine Medientheorie des Geldes genannte ‚Institutionalität‘ des Geldverkehrs spielt hier keine Rolle [vgl. hierzu Kraemer, Klaus: „Geld als Institution: Eine Kritik der Vertrauenshypothese.“ In: *Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung* 28, 2019, S.50-74]); 3.) Geld als ästhetisch auffälliger, inszenierter Gegenstand, vor allem aber als Dreh- und Angelpunkt der Handlung (vgl. S.9); man ist geneigt, diesen dritten Zugang nochmals zu differenzieren in Inszenierung und in die dramatische und narrative Kontextbindung des Geldes. Gerade jene dritte Ebene der Analyse wird an den Dingen selbst, den Räumen, die mit dem Umgang mit Geld assoziiert sind, sowie an den Figuren der Handlung festgemacht (vgl. ebd.); man könnte hier auch von einer „semantischen Aufladung“ (S.122) sprechen, die erst das Geld zum Repräsentanten nicht nur der Wertigkeit der Dingwelt, sondern sogar von Sexualität und Attraktivität machen (vgl. S.126, pass.).

Ellenbürgers letztes Kapitel ist den „Geldsubjekten“ (S.185-253) gewidmet – Problemfiguren, die von Gier und Geiz zerfressen sind und als Blasierte oder Zyniker elementare Fähigkeiten der sozialen Bindung verloren haben. Die meisten Filme, auf die Ellenbürger sich bezieht, spielen im Milieu von Börse, Banken und Finanzwirtschaft, die Figuren arbeiten als Börsenmakler und Investmentbanker (denen die Autorin kurioserweise „Zuhälter“ [S.185] beigelegt). Gerade die mehrfach von der Autorin benannte Nähe der ‚Geldsubjekte‘ zur Spielerpersönlichkeit wirft auch die Frage nach der historischen Dimension der Figur im neueren Spielfilm auf. So stellt sich etwa die Frage, ob die Protagonisten von Josef von Sternbergs *Greed* (1924) in eine Reihe mit der Titelfigur aus Martin Scorseses *The Wolf of Wall Street* (2013) gehören oder ob sie einen anderen, neueren Typus des Geldgierigen realisieren. Dass sich auch hinsichtlich der Charakteristik von Figuren und deren subjektiven und sozialen Umfeldern seit der Liberalisierung der Finanzmärkte ein essenzieller Wandel vollzogen hat, würde diese Überlegung nahelegen.

Ellenbürgers Studie ist ein interessantes Buch geworden, das zum Nachdenken und zum Widerspruch einlädt. So viele Einwände eine Medientheorie des Geldes anregen muss, so wenig die Vereinheitlichung von ‚Geldfilmen‘ seit Beginn der Filmgeschichte und das gleichzeitige Abblenden der neoliberalen Entkoppelung von Geld- und Warenverkehr seit den 1980ern einleuchtet, so sind die Einzelbeschrei-

bungen von Filmen von hoher Qualität (sie sind im Anhang komplett ausgewiesen, leider ohne deutsche Verleihtitel und ohne Verweis auf die Seiten, auf denen sie vorgestellt werden); und

sie machen neugierig auf weitere Studien zu diesem so wenig beachteten Thema der Filmerzählung.

Hans J. Wulff (Westerkappeln)