

**Beate Henschel, Anja Casser (Hg.): The Vision Behind.
Technische und soziale Innovationen im Unternehmensfilm ab 1950**

Berlin: Vorwerk 8 2007, 224 S., ISBN 978-930916-93-1, € 19,-

Der Industrie- und Wirtschaftsfilm stand lange Zeit ebenso wenig im Interesse der Film- und Medienwissenschaft wie der Öffentlichkeit. Dies hat sich in den vergangenen Jahren spürbar verändert, da sowohl Firmenarchive – insbesondere der Schwerindustrie im Ruhrgebiet – als auch Filmwissenschaftler wie Vinzenz Hediger, Patrick Vonderau, Yvonne Zimmermann oder Ramón Reichert sich intensiv mit diesem Thema auseinandersetzten und zum Teil neue theoretische Ansätze für das Genre des Gebrauchsfilms suchten.

The Vision Behind ist eine wichtige Ergänzung zu diesen Publikationen, da die dreizehn Beiträge und fünfzehn kurzen Filmporträts von Florian Wüst sich dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven nähern und auch Autoren aus der Praxis zu Wort kommen. Außerdem stehen vor allem die Unternehmensfilme ab den 50er Jahren bis zu den Imagefilmen von heute im Mittelpunkt, die bisher wenig gewürdigt wurden. Anja Casser und Beate Henschel, die beiden Herausgeberinnen, sehen den lesenswerten Band als eine offene Sammlung von Essays, durch die die Aufmerksamkeit auf vereinzelte Fragestellungen und Motive gelenkt werden soll und insbesondere das punktuelle Aufzeigen bestimmter Aspekte in den Vordergrund gerückt wird. „Gerade jene Filme, die sich von einer vereinheitlichenden Vorstellung des ‚klassischen Industriefilms‘ ablösen und ab den 50er Jahren neue, vielschichtige Erzählstrukturen entwickeln, stehen im Zentrum der Recherche.“ (S.6)

Deutlich wird die riesige Menge an entsprechenden Filmen, die sich einer enzyklopädischen Aufarbeitung verweigert. Richard Prelinger, Pionier eines offenen Archivs im Internet, schätzt die zwischen 1896 und 1990 allein in den USA produzierten Filme auf grob 300.000 Titel (vgl. S.16). Martin Jäger nennt für das Münchner Konzernarchiv von Siemens neben den schriftlichen Dokumenten etwa 400.000 AV-Medien, zu denen jährlich 10.000 hinzu kommen (vgl. S.66). Er arbeitet sehr präzise die Konflikte heraus, die dadurch entstehen, dass Medienforscher möglichst alle Quellen erhalten wollen, während Archivare dazu angehalten sind, mindestens 90% des Materials zu kassieren. Hinzu kommt, dass die Unternehmensfilme schnell veralten und von daher für die Industrie nicht mehr

interessant sind. Viele Unternehmen lösen ihre Filmarchive aus Kostengründen auf, bzw. versuchen sie auszulagern. Damit ist ein Grundproblem für die intensivere Beschäftigung mit diesem Genre benannt.

Wie wichtig und produktiv eine solche Auseinandersetzung sein kann, will ich durch einige Beispiele aufzeigen. Auffällig ist die intensive Beeinflussung des Auftragsfilms durch die Avantgarde, nicht nur in den 20er und 30er Jahren, wie Heinz-B. Heller einmal mehr fundiert herausarbeitet, sondern diese setzte sich in den 50er und 60er Jahren sowohl auf der Bildebene als auch bei der Musik fort, auf die Dirk Schaefer dezidiert eingeht. Es gab kaum Berührungängste bei den Machern, die mit solchen Aufträgen andere Projekte realisieren konnten. Zum Teil wurden die Filme vom Fernsehen übernommen und ausgestrahlt, was natürlich ihre Verbreitung erheblich förderte und im Sinne der Industrie war. Der Unternehmensfilm will Aufmerksamkeit und wagt dabei Experimente, die inzwischen jedoch eher im Internet praktiziert werden. Inhaltlich haben sie sich gewandelt von Industrie- und Produktfilmen, die beispielsweise die Zusammengehörigkeit der Belegschaft fördern sollten, zu Imagefilmen der Corporate Identity, die globalen Maßstäben gerecht werden und eher Visionen entwickeln müssen, als konkrete Produktionsstätten und technischen Fortschritt zu präsentieren. Die Ansprüche an narrative Qualität und spielfilmmäßige Dramaturgie sind gewachsen, wie Ramón Reichert herausarbeitet. Fremde Welten haben nicht mehr den Reiz des Exotischen, sondern sind Realität einer globalisierten und multikulturellen Welt, die in den Imagefilmen entsprechend positiv besetzt wird.

Trotzdem lassen sich insbesondere in den 50er Jahren personelle und stilistische Kontinuitäten zum Dritten Reich nicht verleugnen. André Eckhardt zeigt dies am Beispiel von Bochnerfilm auf, Eva Hohenberger erwähnt Svend Noldan (vgl. S.209). Dieses Thema hätte jedoch ausführlicher behandelt werden können, da es eine wichtige Basis für den Unternehmensfilm nach 1945 ist und da es auch in diesem Bereich keine Stunde Null gab.

In seinem Beitrag zu Zukunftsvisionen kommt Richard Prelinger zum Ergebnis: „Wie nicht anders zu erwarten, ist das Heim (im Unternehmensfilm traditionell die Domäne der Frau) die eigentliche Arena des Utopischen. Die bemerkenswertesten Innovationen werden nicht in der Kellerwerkstatt des Vaters oder im Chemielabor des Kindes, sondern in der Küche vorgestellt.“ (S.18) Hier hält der Roboter schon 1940 Einzug. Mit der symbolträchtigen Verwendung der weißen Wäsche beschäftigt sich Elke Krasny in ihrem lesenswerten Beitrag. Heinz-B. Heller weist auf die propagandistische Nutzung in Ruttmanns Henkefilm hin: „Was Imi, Ata und Persil im häuslichen Bereich zur Hygiene beitragen, leiste Henkel zur Sozialhygiene einer Gesellschaft ‚ohne Seuchen‘ insgesamt.“ (S.50)

In *The Vision Behind* gelingt es, einen Blick hinter die Auftragsproduktionen der vergangenen 60 Jahre zu werfen. Das Buch ist mit vielen Abbildungen aufwändig gestaltet. Einige der Beiträge sind mit filmografischen Angaben versehen – leider nicht alle. Der Band gehört zu einem Gesamtpaket des ‚Siemens

Art Program', zu dem eine Ausstellung und Filmvorführungen in verschiedenen Städten gehörten.

Kay Hoffmann (Stuttgart)