

Screen History – Medienkulturen der Projektion um 1900



MAGIC LANTERN ENTERTAINMENT GIVEN TO 1,450 POOR AND DESTITUTE CHILDREN BY THE MEMBERS OF THE FULHAM LIBERAL CLUB AND INSTITUTE

1

Im Jahr 1889 veranstaltete der Liberal Club von Fulham (London) eine Vorführung von Lichtbildern für 1450 Kinder aus armen Familien. Die Zeitschrift *The Graphic* veröffentlichte eine Ansicht dieses Aufführungsereignisses (Abb. 1). Der Holzstich zeigt einen großen, voll besetzten Saal, der mit Lampions und Girlanden geschmückt ist. Der Blick ist auf die von einem Bogen überwölbte Bühne gerichtet. Ihre Rückwand füllt ein heller Kreis aus: In diesem sitzt überlebensgroß ein älterer bärtiger Mann mit Schlafhaube in seinem Bett, während zwei Nagetiere seinem geöffneten Mund zustreben. Es handelt sich um ein großes, im Durchmesser an die sechs Meter messendes Lichtbild, das ein Projektor auf die an der Rückwand der Bühne angebrachte Leinwand wirft. Im Kasten des Projektors leuchtet hell die Lichtquelle der Projektion. Ein Operateur bedient den Apparat. Ein zweiter Mann steht links neben dem Gerät und deutet auf das Lichtbild an der Wand. Das ist der «Lecturer», d. h. der Erklärer oder Rezitator, der das projizierte Bild erläutert. Ein Mädchen, das auf den

Schultern eines Erwachsenen sitzt, deutet auf das Bild. Auch ganz vorn in der ersten Reihe deuten mehrere Personen auf das vor ihnen auf der Leinwand ausgebreitete Lichtbild. Der Lecturer deutet auf das Bild, um dem Publikum seine Deutung des Geschehens auf der Leinwand zu verdeutlichen. Das Mädchen und die Personen in der ersten Reihe geben der Erregung Ausdruck, mit der sie den im Bild gezeigten Vorgang verfolgen. Die Betrachtung des Lichtbilds ist für sie ein Erlebnis.

Was geschieht auf der Leinwand? Dem Publikum wird das bekannte und beliebte Lichtbild *THE MAN SWALLOWING RATS* vorgeführt. Während der Projektion steckt im Projektor ein kleines Glasbild, das die Bildinformation für das große Lichtbild auf der Leinwand liefert.¹ Es ist mit zwei Bewegungsmechanismen ausgestattet. Durch ihre zeitlich abgestimmte Betätigung gestaltet der Operateur auf der Leinwand ein Geschehen. Das Lichtbild erzählt eine Geschichte: Der Schlafende öffnet und schließt seine Kiefer, während er schläft. Währenddessen nähern sich die beiden Nagetiere auf einer Kreislinie seinem Mund und verschwinden im geöffneten Rachen des Schlafenden. Ohne es zu bemerken, vertilgt er sie! Passende Geräusche des Schnarchens und Schmatzens vervollständigen die unterhaltsame Inszenierung dieses Lichtspiels.

Das Medium Projektionskunst – Lichtbilder und Erklärer

Das Mädchen und die Personen in der ersten Reihe deuten auf das große Lichtbild – d. h. auf die Leinwand, auf der das Bild erscheint. Sie machen die Leser und Betrachter der Zeitschrift *The Graphic* auf einen maßgeblichen kulturellen Ort des Erlebens von Bildern aufmerksam: Die Leinwand ist 1889 in der viktorianischen Gesellschaft als zentraler Ort der Verständigung mit Bildern fest etabliert. Die Technologie der Projektion ist Grundlage einer ausgeprägten Medienkultur – mit technischen Standards, gängigen Vorführgeräten und praktikablen Lichtquellen, einem differenzierten Angebot von Glasbildern, verlässlichen Vertriebswegen und häufigen Aufführungsveranstaltungen. Die Vorführung des Liberal Club in Fulham gehört einer kulturellen Praxis an, die seinerzeit nicht nur in Großbritannien verbreitet ist. Die Bezeichnung für Lichtbildervorführungen lautet unisono *«The Art of Projection»*, *«L'Art de la projection»*, *«L'arte della proiezione»*, *«Projektionskunst»* etc. Bereits in den 1870er Jahren bilden Gerätehersteller, Bilderproduzenten und Vorführer eine eigene Branche, wie am Erscheinen von Fachzeitschriften abzulesen ist, die den international geläufigen Namen des Projektionsapparats im Titel tragen: *The Magic Lantern* (London, ab 1874), *Laterna magica* (Düsseldorf, ab 1875) oder *Lanterne magique* (Paris, bereits ab 1833).

Die Hersteller von Geräten und Bildern sind hauptsächlich private Unternehmen, die zur fotografischen Industrie zählen. Das Bilderangebot fächert sich schon

1 Eine Theorie der Projektion liegt bisher nicht vor. Für Hinweise zum Verhältnis von Bildinformation und Lichtbild vgl. Ludwig Vogl-Bienek, Martin Loiperdinger: *Magie der Illusion. Die Projektion von Lichtbildern*. In: *Kultur & Technik*, Nr. 2 (2007), S. 30–35.

ab den 1850er Jahren in verschiedene Genres auf. Die Verkaufskataloge der Bilderproduzenten führen als Hauptgruppen Märchenbilder, Reisebilder, naturwissenschaftliche Bilder, Historienbilder, Aktualitäten, «Dissolving Views» für Überblendungseffekte sowie so genannte «Life Model Slides»: mit Laiendarstellern vor gemalten Hintergrundkulissen fotografierte Szenen, die berührende Geschichten erzählen. Häufig dienen Gedichte, Balladen, Märchen oder literarische Erzählungen als Vorlage und liefern dann auch den Text, das so genannte «Reading», das den Glasbildererien für die Aufführungen beiliegt.

Die Abnehmer der Geräte und Glasbilder sind in Großbritannien offenbar nur zu einem kleineren Teil gewerbliche Schausteller, die mit einem Projektor und Glasbildern auf Reisen gehen, um durch kommerzielle Vorführungen ihren Lebensunterhalt zu verdienen. In den 1880er Jahren überwiegen auf dem britischen Markt Einkäufer von religiösen Organisationen, die sich mit den Auswirkungen der Sozialen Frage auseinandersetzen. Neben der aus methodistischen Traditionen kommenden Salvation Army sind im Umkreis der anglikanischen Kirche mehrere große karitative Vereinigungen in der Armenfürsorge, der Jugendpflege und der Temperenzbewegung tätig. Allein die United Kingdom Band of Hope Union, die sich für völlige Abstinenz von alkoholischen Getränken einsetzt, organisiert drei Millionen Jugendliche in 22.000 Ortsgruppen und Regionalverbänden. Die mit den Bands of Hope eng kooperierende Sunday School Union erreicht auch noch nach Einführung des schulischen Religionsunterrichts landesweit in ihren Sonntagsschulen an die sechs Millionen Schülerinnen und Schüler. Bands of Hope und Sunday School Union setzen bevorzugt Lichtbilder ein, um ihre Veranstaltungen für das Zielpublikum attraktiv zu machen. Die 1882 gegründete Church Army führt den Einsatz von Musikkapellen und Lichtbildern in anglikanischen Gottesdiensten ein, um dem Glauben fern stehende ärmere Bevölkerungsgruppen wieder an die Kirche heranzuführen. 1892 richtet die Church Army für ihre Lichtbilderaufführungen ein Lantern Department ein, das pro Woche an die tausend neue Glasbilder herstellt und pro Jahr rund 1,5 Millionen Glasbilder zur Projektion ausleiht.² Ab 1892 setzt die Church Army für die Innere Mission auf dem flachen Land Propagandawagen ein, die mit Pferden von Dorf zu Dorf gezogen werden, um die Verkündigung des Evangeliums mit Lichtbildern zu unterstützen. 1898 verfügt die Church Army über 65 dieser so genannten «Mission Vans».³

Damit die Lichtbilder gute Aufnahme beim Zielpublikum finden, achten die Veranstalter auf die jeweils «richtige» Mischung aus Belehrung und Unterhaltung. Große helle Lichtbilder sind damals für Zeitgenossen, die noch keine elektrische

2 Ludwig Vogl-Bienek: Projektionskunst und soziale Frage. Der Einsatz visueller Medien in der Armenfürsorge um 1900. In: Jörg Requate (Hrsg.): *Das 19. Jahrhundert als Mediengesellschaft. Les medias au XIXe siècle*. Paris: Ateliers des Deutschen Historischen Instituts, Bd. 4. München: Oldenbourg 2009, S. 162–177, hier: S. 168.

3 Vgl. Torsten Gärtner, *The Church on Wheels. Travelling Magic Lantern Mission in Late Victorian England*. In: Martin Loiperdinger (Hrsg.): *Travelling Cinema in Europe. Sources and Perspectives*. (KINtop Schriften 10). Frankfurt/M., Basel: Stroemfeld 2008, S. 129–141.

Beleuchtung kennen, schon für sich gesehen eine Attraktion. Für eine erfolgreiche Missionsarbeit sind die ästhetischen Qualitäten der projizierten Bilder aber allein nicht ausreichend. Die Aufführungsereignisse der Lichtbilderprojektion werden deshalb meist in einem sozialen Rahmen inszeniert, der auf feierliche oder auf unterhaltsame Aspekte ausgerichtet ist. Wo kein lokaler Anlass wie Erntedank, eine Prozession oder ein Umzug zur Hand ist, muss der Veranstalter selbst für einen passenden Rahmen sorgen: sei es durch religiöse Rituale wie gemeinsames Gebet, Predigt, Singen von Liedern – sei es durch das Auftreten in überraschenden Kostümen, durch humorvolle Kommentierung und amüsante Musikbegleitung. Für ein Publikum, der aus eher armen Menschen besteht, ist die Verköstigung mit Speis und Trank besonders attraktiv. Organisationen der Arbeiterbewegung wie das Co-operative Movement verteilten zu ihren Lichtbilderaufführungen gern Proben der genossenschaftlich vertriebenen oder selbst hergestellten Nahrungsmittel. Die sozialistische Zeitung *The Clarion* organisierte Veranstaltungen von so genannten «Cinderella Clubs» zur kostenlosen Unterhaltung und Verpflegung armer Kinder.

Das Format der von Fürsorge- und Bildungsorganisationen etablierten «Illustrated Lecture» umfasst die beiden Kernelemente des Mediums Projektionskunst: die Projektion von Lichtbildern auf eine Leinwand und ihre mündliche Kommentierung durch einen im Saal anwesenden Erklärer. Die persönliche Vermittlung ist entscheidend für ein stimmungsvolles Erleben der Lichtbilder. Die Projektion technisch reproduzierten Bildmaterials allein genügt dafür nicht. Es bedarf der stimmlichen Live Performance, die häufig durch musikalische Darbietungen ergänzt wird. In der Regel erklärt oder kommentiert ein Lecturer oder «Showman» die Lichtspiele auf der Leinwand.⁴ Die großen karitativen Organisationen haben eigene professionelle Kräfte für die Durchführung ihrer «Illustrated Lectures». Manche Erklärer waren auf bestimmte Lichtbilderserien spezialisiert. So absolvierte z. B. Luther Hinton, ein Lecturer der Sunday School Union, mindestens 64mal die Kommentierung der Serie MARTIN LUTHER, HIS LIFE AND TIMES. Aus Veranstaltungsberichten geht hervor, dass er es mit seinem unterhaltsamen Vortragsstil gut verstand, sich die Aufmerksamkeit des Publikums zu sichern.⁵ Wenn möglich, wurde das Publikum auch zur direkten Mitwirkung am Aufführungsereignis der Lichtbilderprojektion animiert: Eine «Lantern Show» des Co-operative Movement 1890 in Greenwich illustriert ein beliebtes Lied, THE DEATH OF COCK ROBIN, mit Lichtbildern. Die Kinder singen lauthals mit, so dass der Sänger spontan einen Singwettbewerb zwischen Buben und Mädchen arrangiert. Weitere Lichtbilder zeigen Vulkane und ein Bergwerk sowie als komische Einlage das eingangs geschilderte Bild THE MAN SWALLOWING RATS. Es folgen ein Klavier- und ein Geigensolo und am Schluss Chromatro-

4 Vgl. Joe Kember: *Marketing Modernity. Victorian Popular Shows and Early Cinema*. Exeter: University of Exeter Press 2009, S. 44–68.

5 Vgl. Torsten Gärtner: The Sunday School Chronicle – eine Quelle zur Nutzung der Laterna magica in englischen Sonntagsschulen. In: *KINtop* 14/15 (2006), S. 25–35.

pen in ihrem kaleidoskopisch bewegten Farbenspiel, mit erneutem Mitsingen und anschließender Verteilung von Orangen und Süßigkeiten.⁶

Edisons Kinetoscope – Lebende Fotografien im 35mm-Format

Anfang der 1890er Jahre werden neuartige bildgebende Verfahren entwickelt, welche die von den so genannten Chronofotografen wie Etienne-Jules Marey und Eadweard Muybridge erreichte Zerlegung von Bewegungsvorgängen in eine Reihe von Momentaufnahmen weiterführen zur Synthese der einzelnen Phasenbilder, d. h. zur fotografischen Wiedergabe von Bewegungsabläufen in bewegter Form. Diese Verfahren werden später unter der Sammelbezeichnung Kinematographie zusammengefasst. Sie beruhen auf der unwillkürlichen mentalen Bewegungsillusion, die sich über den bereits seit 1830 bekannten stroboskopischen Effekt bzw. das Phi-Phänomen erzeugen lässt.⁷ In diesem Kontext ist gern von der ›Geburt‹ des Kinos die Rede. Im Kino werden Filme auf eine Leinwand projiziert. Auf die Welt kommt der Film jedoch nicht in Gestalt großflächiger Lichtspiele, sondern als kleines Laufbild, das durch ein Vergrößerungsglas in einem Guckkasten betrachtet wird. Anfang 1892 legt William Kennedy Laurie Dickson in den Werkstätten von Thomas A. Edison in West Orange das bis heute verwendete Format des 35mm-Normalfilms fest.⁸ Für die kommerzielle Auswertung lässt Edison einen Münzautomaten bauen: Das Kinetoscope zeigt ab 1894 in Automaten-Salons gegen Münzeinwurf für 30 Sekunden kinematographische Aufnahmen auf 35mm-Film, die als Endlosschleife in einem Guckkasten montiert sind und durch ein Okular angeschaut werden. Diese Peep Show ist für jeweils nur einen Betrachter ausgelegt: Jede per Münzeinwurf freigegebene Filmvorführung kann nur von einer einzigen Person wahrgenommen werden. Der Münzautomat entspricht zwar vom Konzept her dem kaufmännischen Ideal, ganz ohne Personalkosten mit einer Maschine Geld einzusammeln. Aber der pekuniäre Wirkungsgrad einer Filmvorführung könnte geringer nicht sein! Dem Kinetoscope ist kein nennenswerter geschäftlicher Erfolg beschieden. Der von Edison beschrittene Weg zur Auswertung des kinematographischen Verfahrens erweist sich als kommerzielle Sackgasse.

Cinématographe Lumière – Familienfilme fürs Heimkino

Die Brüder Auguste und Louis Lumière gelten in Europa als die Erfinder ›des‹ Kinos. Die Bezeichnung ›Kino‹ geht auf eine Abkürzung des Namens zurück, den sie ihrem am 13. Februar 1895 patentierten Cinématographe geben. Abgesehen von der

6 Vgl. Karen Eifler: Between attraction and instruction: Lantern shows in British poor relief. In: *Early Popular Visual Culture*, vol 8, no 4, November 2010, S. 363–384.

7 Vgl. dazu etwa Gelia Eisert: Optische Spielereien – Von der Wahrnehmung bewegter Bilder. In: *Lebende Bilder. Eine Technikgeschichte des Films*. Berlin: Deutsches Technikmuseum 2000.

8 Vgl. Paul Spehr: *The Man Who Made Movies: W. K. L. Dickson*. Herts: John Libbey 2008, S. 236–253.

Bildtechnologie, d. h. der Projektion von 35mm-Normalfilm, haben die im Grand Café vorgeführten 17 Meter langen Celluloidstreifen mit dem Unterhaltungsmedium «Kino» jedoch nichts gemein. «Was für eine Art von Kino haben die Gebrüder Lumière denn dann «erfunden»?», fragt Deac Rossell in seinem wegweisenden Aufsatz über die soziale Konstruktion früher technischer Systeme der Filmprojektion.⁹

Nach wie vor gibt es keine umfassende quellenkritische Studie zur Technik- und Mediengeschichte des Cinématographe Lumière. Es ist jedoch anhand der überlieferten Originalgeräte und zahlreicher zeitgenössischer Beschreibungen leicht nachvollziehbar, dass dieses handliche, vergleichsweise leichte und einfach zu bedienende Mehrzweckgerät zur Aufnahme, Projektion und Kopierung von Filmbändern ursprünglich für Amateurfotografen gedacht war, d. h. für den Kundenkreis der Firma Lumière, die damals der größte Anbieter von fotografischen Bedarfsartikeln auf dem europäischen Kontinent ist. Der Cinématographe Lumière ist ein «appareil de salon»: Er ist ausgelegt für fotografische «portraits vivants» aus dem Familienkreis des gutsituierten Bürgers, der für dieses Gerät zur Aufnahme, Projektion und Kopierung von «lebenden Fotografien» die stolze Summe von 4000 Francs auf den Tisch legen kann. Die beiden Brüder Auguste und Louis Lumière, die 1894 die Firma von ihrem Vater Antoine Lumière übernehmen, verfolgen mit dem Cinématographe zunächst die Absicht, die Produktpalette um ein attraktives Segment für eine kleine Gruppe zahlungskräftiger Käufer zu erweitern. Ein Fotoamateur, der mit dem Cinématographe «lebende» Familienbilder drehen will, gibt die genannte Summe für den Kauf des Geräts aus und kauft nach Bedarf Rohfilm in Form 17 Meter langer Celluloidrollen (anstelle von Trockenplatten, wie sie die herkömmlichen Amateurfotografen benutzen). Das ist das ursprüngliche Geschäftsmodell des Cinématographe Lumière. Die Projektion der selbst gedrehten Aufnahmen war im familiären Kreis des bürgerlichen Salons vorgesehen. Der für die Projektion günstigste Abstand zwischen Cinématographe und Leinwand beträgt nur fünf Meter – das Projektionsbild ist bei dieser Entfernung etwa 2,5 Meter breit und 1,5 Meter hoch. Die von Louis Lumière bis Dezember 1895 gedrehten Filme von Sujets aus dem Familienleben sind für Kundenvorführungen gedacht: Ihre Projektion soll dem avisierten Käuferkreis aus den Reihen der Fotoamateure die Leistungen des neuen Apparats zur Herstellung «lebender Fotografien» vor Augen führen. In diesem Sinn gehören die von Vater Antoine betriebenen Projektionen der von Louis Lumière gedrehten Familienfilme im Grand Café zum Verkaufsprospekt des Cinématographe Lumière.

Die kommerzielle Wende: ökonomische Potenzen der Projektion

Als «Geburtstag» des Kinos gilt in Europa der 28. Dezember 1895 – Bezug nehmend auf die ersten öffentlichen Projektionen des Cinématographe Lumière gegen

9 Deac Rossell: Die soziale Konstruktion früher technischer Systeme der Filmprojektion, in: *KINtop* 8 (1999), S. 53–81, hier S. 72.

Zahlung von Eintritt im Salon Indien des Grand Café in Paris. Bedeutung erlangt dieser letzte Samstag des Jahres 1895 durch den Aufsehen erregenden Erfolg der mit dem Cinématographe projizierten «lebenden Photographien» beim Pariser Boulevardpublikum. Dieser unerwartete Zuspruch bringt die entscheidende kommerzielle Wende, die den Weg frei macht für eine zunächst recht wechselvolle Entwicklung der kinematographischen Bildtechnologie zu einem neuen Medium: Mit der Einführung des langen Spielfilms und des Starsystems Anfang der 1910er Jahre entsteht ein stabiles Programmformat, das seither als abendfüllende Unterhaltung namens «Kino» konsumiert wird.

Der durchschlagende Erfolg der Projektionen im Grand Café gibt Anlass zu einer grundlegenden Änderung des Geschäftsmodells: Der beabsichtigte Verkauf von Geräten an Dritte wird zurückgestellt, um mit den Einnahmen aus der exklusiven Vorführung der eigenen Filmaufnahmen Extragewinne zu erzielen. Die Familienfilme von Louis Lumière fungieren nicht mehr als prospektive Verkaufswerbung für den Cinématographe Lumière, sondern sie sind jetzt selbst Geschäftsmittel der Firma Lumière: Statt das Gerät samt Rohfilm gegen teures Geld in die Hände einer überschaubaren Zahl von Amateurfotografen zu geben, wird nun von einem zahlenmäßig unbegrenzten Publikum Eintritt verlangt für das Anschauen von «lebenden Fotografien», die mit dem patentgeschützten Cinématographe aufgenommen und projiziert werden. Für die Befriedigung seiner Schaulust hat das Publikum einen Preis zu entrichten. Die Umstellung des Geschäftsmodells zahlt sich aus. Der Kölner Schokoladenfabrikant Ludwig Stollwerck, der am 26. März 1896 die deutsche Lizenz für Filmvorführungen mit dem Cinématographe Lumière erwirbt, schreibt Mitte April an einen Geschäftsfreund in New York:

«Da denken Sie sich beispielsweise, dass in Paris Herr Lumière einen unterirdischen Billardsaal im Grand Café gemietet hat, zu welchem man eine ziemlich steile und unangenehme Treppe hinab gehen muß. Es ist ein Raum von ungefähr 12 mal 8 Meter und da werden alle Viertelstunden 10 verschiedene Bilder, die jedes 50 bis 60 Sekunden dauern, auf eine Wand geworfen, welche 280 cm breit und 2 Meter hoch ist. Er verlangt einen Franken Entree; es sind 180 Sitzplätze und vielleicht 30 bis 40 Stehplätze vorhanden. Der Saal ist fast den ganzen Tag gefüllt. Er nahm im Anfange 600 Fr. pro Tag ein, dann stieg er auf 800 und 1000 Fr., und als ich vor drei Wochen in Paris war, nahm er täglich 2500 bis 3000 Fr. ein, jetzt bei dem schöneren Wetter und starken Fremdenverkehr betragen die Tageseinnahmen sogar 4000 Fr. Er hatte insgesamt vor drei Wochen 12 Apparate aufgestellt, welche insgesamt durchschnittlich 12.000 Fr. pro Tag einnehmen. Sie ersehen daraus, welcher ungeheure Zuspruch seitens des Publikums stattfindet.»¹⁰

10 Ludwig Stollwerck, Köln, an John Volkmann, New York, 16. April 1896; zit. nach Martin Loiperdinger: *Film & Schokolade. Stollwercks Geschäfte mit lebenden Bildern*. (KINtop Schriften 4). Frankfurt/M., Basel: Stroemfeld 1999, S. 122–123.

Der Geschäftsmann Ludwig Stollwerck bilanziert die ökonomische Potenz der Projektion: Im Grand Café lassen sich mehr als 200 Zuschauer, die sich vor der Leinwand versammeln, gleichzeitig mit einer einzigen Filmvorstellung erreichen, für die ein jeder Eintritt bezahlt. Selbst wenn vor der Peep Show des Kinetoscope das Publikum Schlange steht, lassen sich die Tageseinnahmen, welche die Projektionen von 35mm-Filmen mit dem Cinématographe Lumière erzielen, auch nicht annähernd erreichen. Ludwig Stollwerck kommt mit den in Deutschland eingesetzten Projektionsapparaten der Firma Lumière auf täglich rund 1000 Zuschauer pro Gerät, also etwa auf den gleichen Besucherschnitt wie die Firma Lumière bei den in Frankreich aufgestellten Apparaten. Allerdings erzielt er bei einem Eintrittspreis von 50 Pfennigen (statt 1 Franc) entsprechend geringere Einnahmen (von denen er als Lizenzgebühr anfangs 70 %, später weniger, nach Lyon bzw. Paris abführen muss). Der Kölner Schokoladenunternehmer wertet in Deutschland auch das Kinetoscope von Edison aus: Während er 1895 mit den Peep Shows von vier Kinetoskop-Salons Einnahmen in Höhe von 11.965 Mark macht, spielt der Einsatz der zeitweise bis zu zehn Projektionsapparate von Lumière im Lauf des Jahres 1896 hochgerechnet an die 700.000 Mark ein.¹¹ An der Differenz der beiden Geldsummen wird schlagend das Vervielfachungspotenzial der Projektion klar.

Dieses Potenzial ist von den Lichtbilderaufführungen der Projektionskunst her bekannt. Es wurde bislang mehr zur unterhaltsamen Belehrung als zur kommerziellen Unterhaltung eingesetzt. Die Firma Lumière nutzt die bereits etablierte Kulturtechnik der Projektion von Bildern auf eine Leinwand für ihr Geschäft. Protagonist der Projektion ist jetzt nicht eine mitgliederstarke karitative Organisation, sondern eine international tätige Aktiengesellschaft für fotografische Bedarfsartikel. Zweck der Unternehmungen der Firma Lumière ist die Erzielung von Gewinn. Für das zahlende Publikum steht der Cinématographe Lumière im ästhetisch-sinnlichen Erleben der Lichtbilderprojektion gleichwohl in unmittelbarer Nähe der Projektionskunst. Es ist gewohnt, vor einer Leinwand Platz zu nehmen in der sicheren Erwartung, dass dort Lichtbilder erscheinen werden. Dieses Moment der Kontinuität ist nicht zu unterschätzen, wenn es um die Erklärung des raschen Erfolgs geht, den der Cinématographe Lumière 1896 in zahlreichen Ländern verbuchen kann.

Filmerklärer im frühen Kino

In keinem der zahlreichen Zeitungsberichte über die Vorführungen des Cinématographe Lumière in deutschen Städten wird eine mündliche Erläuterung der ›lebenden Fotografien‹ erwähnt. Da die Filmstreifen noch nicht mit Schrifttiteln versehen sind, bedarf es vor der Projektion jeder Aufnahme zumindest einer Ansage des Titels, damit die Besucher der Vorstellung erfahren, was sie sehen. Es ist deshalb anzunehmen, dass bei den Vorführungen ein Conférencier zugegen ist. Möglicherweise versteht sich das ohnehin von selbst und bedurfte in Zeitungsberichten gar keiner Erwähnung.

11 Vgl. ebd., S. 65 und 191.

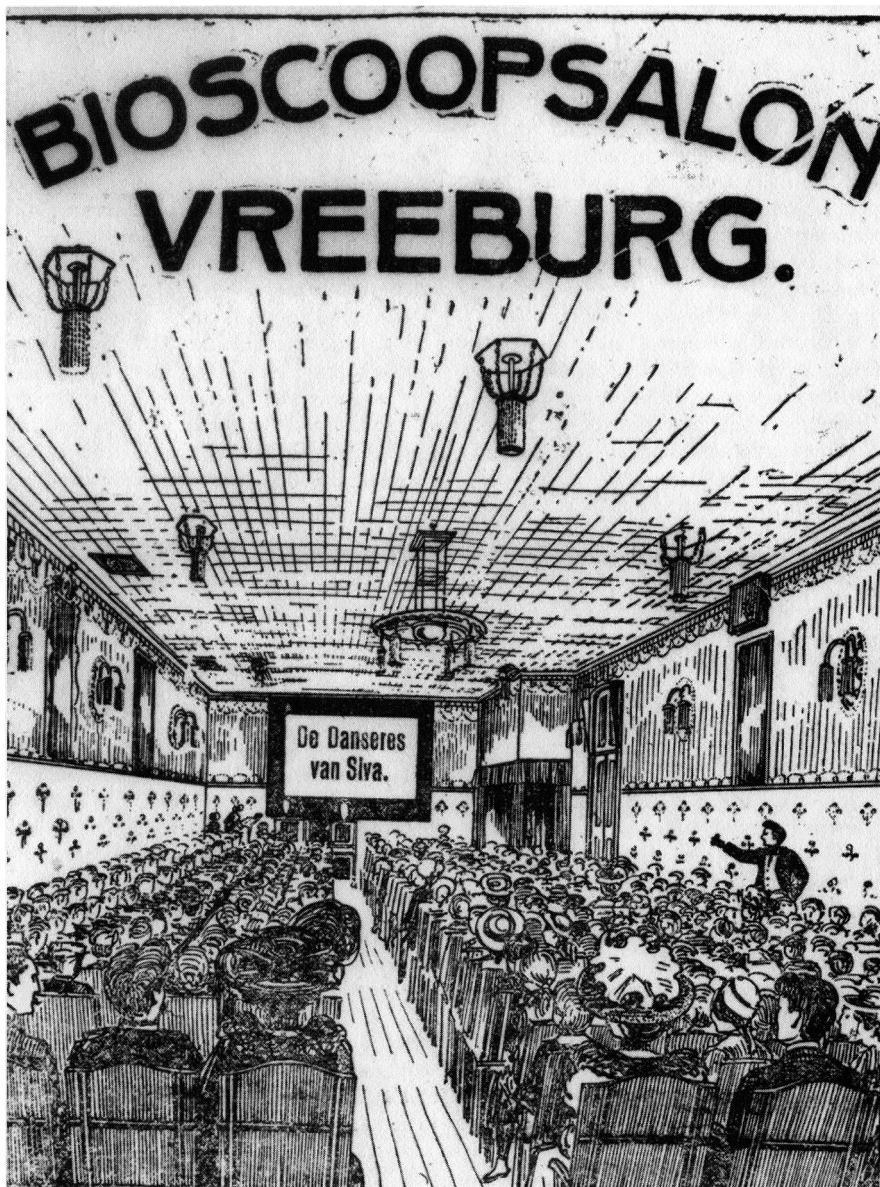
Eine ähnlich zentrale Rolle wie bei den Lichtbilderaufführungen der Projektionskunst spielt der gesprochene Kommentar in jedem Fall bei den Vorführungen der Wanderkinos: Die ab 1896 mit eigenen mobilen Theaterbauten oder großen Zelten reisenden Jahrmarktkinos müssen auf dem Festgelände wie alle anderen Schausteller das Laufpublikum auf ihre spezielle Attraktion deutlich vernehmbar hinweisen. Das geschieht durch die so genannte Parade, eine eigene, lautstarke Bühnennummer, die vor der ›Bude‹ bzw. dem Zelt des Kinematographen aufgeführt wird. Im Innern setzt sich der laute Ton zwangsläufig fort – muss doch der hohe Lärmpegel, der von draußen eindringt, bei der Vorführung der Filme übertönt werden, um die Aufmerksamkeit des Publikums für das Geschehen auf der Leinwand zu gewinnen. Dass seinerzeit in Deutschland auftretende Jahrmarktkinos Filmerklärer einsetzen, lässt sich nicht direkt belegen.¹² Die seit 2007 mit dem Zeltkino-Projekt *Crazy Cinématographe* gemachten Erfahrungen auf der Luxemburger Schueberfouer lassen jedoch keinen Zweifel, dass die lautstarke stimmliche und musikalische Begleitung der Filmprogramme im Jahrmarktzelt unabdingbar ist.¹³

Auch die Wanderkinos, die mit einem Projektor und etlichen Kurzfilmen durch die Lande reisen, um in öffentlich zugänglichen Sälen Filmprogramme vorzuführen, können auf einen Filmerklärer nicht verzichten. Bis mindestens 1905 werden ihre Programme von nicht-fiktionalen Filmen dominiert, die der Erläuterung bedürfen, damit das Publikum erfährt, was es gerade sieht auf der Leinwand. Außerdem treten Saalspieler in der Regel allein auf, d. h. ohne weitere Unterhaltungsangebote in nächster Nähe, wie sie auf Jahrmärkten gang und gäbe sind. Ihre Filmprogramme dauern deshalb mindestens eine Stunde, oft zwei Stunden und mehr. Neben auditiven ›Bildunterschriften‹ für die gezeigten Kurzfilme bedarf es deshalb auch einer physisch anwesenden und vernehmbaren Instanz, welche die Vielfalt und Unübersichtlichkeit des langen Kurzfilmprogramms wie eine Klammer zusammenhält. Die Erkenntnisse zu dem einzigen bisher erforschten deutschen Saalspieler, »Marzen's Edison Elektrisches Theater« aus Trier, bestätigen diese Vermutung. Peter Marzen, der Conférencier des Familienunternehmens, agiert als Filmerklärer in trierischer Mundart und versetzt den meist aus dem Ausland importierten Kurzfilmen lokale Akzente.¹⁴ (Abb. 2)

12 Vgl. Joseph Garncarz: *Maßlose Unterhaltung. Zur Etablierung des Films in Deutschland 1896-1914*. Frankfurt/M., Basel: Stroemfeld 2010, S. 72.

13 Vgl. Claude Bertemes: *Cinématographe Reloaded. Notes on the Fairground Cinema Project Crazy Cinématographe*. In: Martin Loiperdinger (Hrsg.): *Travelling Cinema in Europe. Sources and Perspectives*. (KINtop Schriften 10). Frankfurt/M., Basel: Stroemfeld 2008, S. 191-218, hier S. 199-203 (deutsche Fassung in *Arts et Lettres* 1 (2008), hrsg. vom Institut Grand-Ducal, Luxemburg); Claude Bertemes, Nicole Dahlen: *The Art of Crazy Programming. Documentation of Crazy Cinématographe Programmes, 2007 to 2010*. In: Martin Loiperdinger (Hrsg.): *Early Cinema Today: The Art of Programming and Live Performance*. (KINtop – Studies in Early Cinema, vol 1). Herts: John Libbey Publishing 2011.

14 Vgl. Martin Loiperdinger: Akzente des Lokalen im frühen Kino am Beispiel Trier, in: Corinna Müller, Harro Segeberg (Hrsg.): *Kinoöffentlichkeit (1895–1920) – Entstehung, Etablierung, Differenzierung / Cinema's Public Sphere – Emergence, Settlement, Differentiation (1895–1929)*. Marburg: Schüren 2008, S. 236–246.



Bioscoop-Salon, Vreeburg 8, with its main attraction: the lecturer (Louis Hartlooper)

Screen History – eine Perspektive für die Film- und Fernsehwissenschaft

Die Rede von der ‹Geburt› des Films bzw. Kinos am 28. Dezember 1895 bringt eine Auffassung vom Gegenstand der Filmwissenschaft zum Ausdruck, die auf die technische Innovation der kinematographischen Wiedergabe von Bewegung ausgerichtet ist. Die Kontinuität innerhalb der auf Projektion gegründeten visuellen Medienkulturen, die der Cinématographe Lumière mit der Projektionskunst teilt, wird aus dieser Sicht keiner weiteren Reflexion unterzogen. Die Leinwand firmiert als technische Voraussetzung des Kinos, die ganz selbstverständlich zur Verfügung steht. Als ein kulturell etablierter Ort der Vermittlung von Bildern wird sie ignoriert. Die mit dem Kürzel ‹Pre-cinema› umschriebene Reduktion der visuellen Medienkulturen des 19. Jahrhunderts auf eine technische Vor-Geschichte des Films und Kinos ist mitsamt ihren teleologischen Implikationen von Vertretern der New Film History schon oft kritisiert worden. Substantielle Konsequenzen für die Geschichtsschreibung der Projektionsmedien sind daraus allerdings nicht gezogen worden. Eine umfassende Theorie der Projektion, die auch das kulturelle und ökonomische Potenzial der Verbreitung und Aufführung von Lichtbildern und Filmen in die wissenschaftliche Erklärung einbezieht, existiert bislang nicht. Dazu wäre eine gründliche Historiographie der Projektionsmedien und ihrer ästhetischen und sozialen Ausstrahlungen seit dem 17. Jahrhundert vonnöten.

Der amerikanische Filmhistoriker Charles Musser hat schon vor gut zwanzig Jahren seinen ersten Band der Geschichte des amerikanischen Films und Kinos unter der Überschrift ‹Toward a History of Screen Practice› mit einem Rückgriff auf das 1646 erschienene Werk *Ars magna lucis et umbrae* des Universalgelehrten Athanasius Kircher begonnen.¹⁵ Der darin implizierte Ansatz einer umfassenden Screen History bietet eine vielversprechende Perspektive für die ästhetisch und sozialgeschichtlich orientierte Film- und Fernsehwissenschaft: nämlich die Geschichte der Medienkulturen zu erforschen, die sich auf das Verfahren der Projektion und die personale Vermittlung der gezeigten Bilder gründen. Zwar hat die Film- und Kinobranche den Filmerklärer des frühen Kinos durch die Einführung von Zwischentiteln und schließlich durch das vollendete Fertigprodukt Film in Gestalt des Tonspielfilms tatsächlich so gründlich wegrationalisiert, dass der Verlust auch von versierten Kinoenthusiasten kaum bemerkt wird. So muss der Beruf des Filmerklärers im Unterschied zu dem des Stummfilmplanisten (den es wieder gibt) bis auf weiteres als ausgestorben gelten.¹⁶ Aber andererseits ist festzustellen: Bis zum heutigen Tag wird das Publikum mit den gezeigten Lichtbildern niemals völlig allein

15 Charles Musser: *The Emergence of Cinema. The American Screen to 1907*. (History of the American Cinema, vol 1). Berkeley, CA u. a.: University of California Press 1990, S. 17–24.

16 Vgl. Martin Loiperdinger: Plädoyer für eine Zukunft des frühen Kinos. In: Ursula von Keitz (Hg.): *Früher Film und späte Folgen. Restaurierung, Rekonstruktion und Neupräsentation historischer Kinematographie* (= Schriften der Friedrich Wilhelm Murnau-Gesellschaft, Bd. 6). Schüren Presseverlag, Marburg 1998, S. 66–83.

gelassen. So verzichtet kein Nachrichtenformat des Mediums Fernsehen auf die Instanz des hörbaren und sichtbaren Sprechers (die inzwischen auch weiblich besetzt werden darf). Und selbst die Multiplex-Kinos beschäftigen noch physisch anwesendes Personal, obwohl sich Kasse und Einlass problemlos automatisieren ließen.