

Thomas Heuer

ZUM GREIFEN NAH! Der erste 3D-Film mit Polarisationstechnik

2013

<https://doi.org/10.25969/mediarep/18191>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Heuer, Thomas: ZUM GREIFEN NAH! Der erste 3D-Film mit Polarisationstechnik. Marburg: Schüren 2013 (Jahrbuch immersiver Medien 5), S. 162–166. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/18191>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://link.iue.fh-kiel.de/index.php/2013/01/01/jahrbuch-immersiver-medien-2013-online-gestimmte-raeume-und-sinnliche-wahrnehmung/>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

ZUM GREIFEN NAH!

DER ERSTE 3D-FILM MIT POLARISATIONSTECHNIK

Thomas Heuer



ZUM GREIFEN NAH! (Kurt Engel, D 1936/37, Boehner-Film/Zeiss-Ikon, 11 Min.)

Der erste stereoskopische Film mit Polarisations-technik war der Werbefilm ZUM GREIFEN NAH!. Entstanden im nationalsozialistischen Deutschland mit Technik von Zeiss und als Werbefilm für die Volksfürsorge Hamburg konzipiert, wurde der Film international zunächst wenig beachtet. Und dies, obwohl die Vorzeichen eine breite Rezeption nahelegen schienen. Zum einen fand die Premiere am 5. Dezember 1937 im Berliner Ufa-Palast am Zoo statt, dem seinerzeit prestigeträchtigsten Premierenkino Deutschlands. Zum anderen überschlug sich die deutschsprachige Presse mit Lobeshymnen für den im Jargon der Zeit «plastischen Film» oder «Raumfilm». Dennoch, so bleibt heute festzuhalten, gelang es dem von *Boehner-Film* Dresden realisierten ZUM GREIFEN NAH! nicht, den Raumfilm zu kultivieren.

Ob und wie der Film – als Repräsentant einer neuen Technik – eine Rolle im Bestreben der nationalsozialistischen Machthaber gespielt hat, in Berlin ein zweites Hollywood aufzubauen, lässt sich anhand der Archiv- und Zeitungsquellen nicht sagen. Die vorliegende Rezension behandelt daher Technik und Effekte des Films, ohne auf den Film im Kontext nationalsozialistischer Ideologie einzugehen.

ZUM GREIFEN NAH! ist ein schwarz-weißer dreidimensionaler Werbefilm mit Ton¹, der in Deutschland lediglich im Berliner Bundesarchiv zu finden ist. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass die vorliegende Kopie – wahrscheinlich bei der Abtastung durch das Kopierwerk – bis an die Grenzen der Rezipierbarkeit entstellt worden ist. So wurde bei den Filmbildern (zumindest in der vorliegenden Kopie) oftmals das linke und rechte Bild vertauscht, außerdem befindet sich das verpixelte Bundesarchiv-Logo am Bildrand der einzelnen Kader. Zudem springt die Kopie oftmals im Bildausschnitt, wodurch in Teilen der obere Rand des Bildes an der Unterkante des nachfolgenden Bildes zu sehen ist.² Durch eine erneute Bearbeitung

¹ In vielen neueren Publikationen wird der Film als erster dreidimensionaler Farbfilm mit Ton bezeichnet, der die Polarisations-technik für stereoskopische 3D-Rezeption verwendet; beispielsweise bei Ray Zone (2007: 154). Hierbei handelt es sich allerdings um einen Mythos, denn der Film ist in schwarz-weiß, das belegen diverse Zeitungsberichte aus der Zeit. Einen konkreten Beleg dafür liefert André Eckardt in *Im Dienst der Werbung – Die Boehner-Film 1926–1967* (2004: 53).

² Im Raum steht somit die Frage, ob der Film vom Bundesarchiv in dieser Form digitalisiert worden ist, denn bei der Abtastung und Aufbereitung wurden offensichtlich Fehler gemacht.

konnte jedoch eine einigermaßen originalgetreue Rekonstruktion vorgenommen werden³. Durch hohen Zeitaufwand wurde der Film repariert und liegt nun in einer rezensierbaren Version vor.

Ein Wendpunkt für die Filmtechnik

Bereits das gewählte Thema des Films verdeutlicht den Bezug zu den Wurzeln des Mediums Film. Angesiedelt auf einem Jahrmarkt wird Spaß und Unterhaltung in den Mittelpunkt von ZUM GREIFEN NAH! gestellt, was einen Zusammenhang mit den Anfängen des Films im Allgemeinen herstellen lässt. Film war eine Jahrmarktattraktion, wobei das bewegte Bild selbst die Sensation war und eine dramaturgisch motivierte Inszenierung noch in den Kinderschuhen steckte. Die Ästhetik des Films, die sogenannte Filmsprache, wie wir sie heute kennen,

ist von der Plastizität der Menschen und Dinge, die nicht mehr ihr Schattendasein auf der Bildwand führen, die vielmehr körperhaft mitten im Theaterraum zu stehen scheinen. Es ist ein verblüffender Eindruck, der sich besonders dann zum Höhepunkt steigert, wenn einer der Schauspieler irgendeinen Gegenstand der Kamera entgegenwirft» (Henseleit 1937: 1). Auch die *Deutsche Filmzeitung* vom 12. Dezember 1937 bescheinigt ZUM GREIFEN NAH! die Wirksamkeit der dreidimensionalen Effekte: «Denn man hatte den tollen Eindruck, daß das Geschoß einen mitten ins Gesicht treffen müßte und zuckt unwillkürlich zusammen» (Schmidt 1937: 5). Tatsächlich ist es kaum möglich, sich diesen Effekten zu entziehen, der Schuss in die Kamera bzw. auf die Zuschauer verfehlt auch heute nicht die beabsichtigte Wirkung der Filmemacher. Einen so treffenden Effekt vermisst man in vielen stereoskopischen



1 Drei schnell aufeinander folgende Effekte werden in Richtung der Kamera angewendet. Zunächst ein Greifer, dann Luftschlangen und abschließend Tröten sorgen für ein Aufrechterhalten des Effektes (Quelle: ZUM GREIFEN NAH!)

zeichnete sich erst am Horizont ab. ZUM GREIFEN NAH! – Bereits der Titel fungiert als Wortspiel für die Eigenschaften des dreidimensionalen Films. In den folgenden zwölf Minuten (mit Vor- und Abspann) des Werbefilms werden daher auch beeindruckende und mutig den Raum ausnutzende 3D-Elemente präsentiert. Von Menschentrauben, die sich über den Jahrmarkt drängen, über Dosenwerfen, bis hin zum Schießen direkt in die Kamera hinein – es wird einiges für den Zuschauer geboten. In diesem Zusammenhang verwundert es wenig, dass in der *Licht-Bild-Bühne* am 6. Dezember 1937 folgende Beschreibung erscheint: «Die Effekte bei diesem Film sind so gewählt, daß der Zuschauer oft verblüfft

dreidimensionalen Filmen von heute oftmals. Einen Eindruck, wie sich dies anfühlt, vermittelt zwar JULIA X (P. J. Pettiette, USA 2010) in der ungekürzten Fassung, wenn Blutstropfen direkt in die Optik der Kamera geschleudert werden. Allerdings ist dieser kurze Moment nichts im Vergleich dazu, wenn mehrere Objekte wiederholt für eine längere Dauer in Richtung der Kamera gerichtet werden und eben dieser Effekt dauerhaft aufrecht erhalten wird, wie es bei ZUM GREIFEN NAH! der Fall ist (Abb. 1).

Wenn überhaupt, dann arbeiten nur wenige der aktuellen 3D-Filme in einer solchen Häufigkeit mit Effekten in den Zuschauer Raum hinein. Man kann an ZUM GREIFEN NAH! ableiten, dass die wirkungsvollen Effekte und Strategien des dreidimensionalen Films bereits in den 1930er Jahren vorhanden waren. Die Qualität steht dabei der heutigen nur in der Bildauflösung nach, jedoch nicht in der räumlichen Wirkung. Vereinzelt finden sich solche Momente in aktuellen 3D-Filmen.

3 Mein Besonderer Dank gilt hier Prof. Dr. Bernd Steinbrink (Fachhochschule Kiel) für seine Überarbeitung. Auf diesem Weg hat er einen bisher wenig beachteten Meilenstein der Filmgeschichte wiederhergestellt. Umso mehr ist es eine große Ehre für mich diesen besonderen Film rezensieren zu dürfen.

Zum Beispiel im Fantasy-Blockbuster *PIRATES OF THE CARIBBEAN – FREMDE GEZEITEN* (*PIRATES OF THE CARIBBEAN: ON STRANGER TIDES*, Rob Marshall, USA 2011), wenn ein schwebender Wassertropfen durch das Bild bewegt wird und sich dabei scheinbar in den Zuschauerraum hinein bewegt. Auch im Trash-Splatter *PIRANHA 3D* (*PIRANHA*, Alexandre Aja, USA 2010) ist mehrfach zu sehen, wie die titelgebenden Fische Fleischklumpen oder Ähnliches in Richtung Kamera ausspucken. Dadurch wirkt bei diesem Film das Dreidimensionale nicht einfach nur kommerziell motiviert, sondern tatsächlich auch als eine Form der Attraktion. Ein weiteres beeindruckendes Beispiel für den Einsatz von 3D-Technik liefert Joe Dante in *THE HOLE* (USA 2009). In einer Szene zerspringen unzählige Glühlampen in einer Lagerhalle. Die umherfliegenden Scherben im Zusammenspiel mit den flackernden Lichtern geben einen unerwartet immersiven und räumlichen Effekt.

Den meisten 3D-Filmen der letzten Jahre ist jedoch eine bestimmte Strukturierung des Räumlichen gemein: Die Dreidimensionalität des Raumes wird meist in die Tiefe der Bildwand hinein inszeniert und setzt dabei nur selten auf Effekte, die in Richtung der Kamera wirken. Wie man sich nach diesen Beschreibungen leicht vergegenwärtigen kann, liefert *ZUM GREIFEN NAH!* im Vergleich dazu ein einziges räumliches Spektakel, dessen spezifische Strategie vor allem eine Vereinnahmung des Zuschauerraums zu sein scheint. Dass es sich bei diesem Film um einen der ersten dreidimensionalen Filme handelt, vergisst man schnell, da die Raumeffekte gekonnt und durchdacht zum Einsatz kommen. Vor diesem Hintergrund erscheint der in den letzten Jahren durch *AVATAR – AUFBRUCH NACH PANDORA* (*AVATAR*, James Cameron, USA 2009) angestoßene 3D-Hype weniger spektakulär. Angesichts der vorliegenden Kintotechnik die Zeiss-Ikon bereits 1937 präsentierte und dem, was *ZUM GREIFEN NAH!* den Rezipienten bietet, wirken viele moderne 3D-Filme kaum noch zeitgemäß.

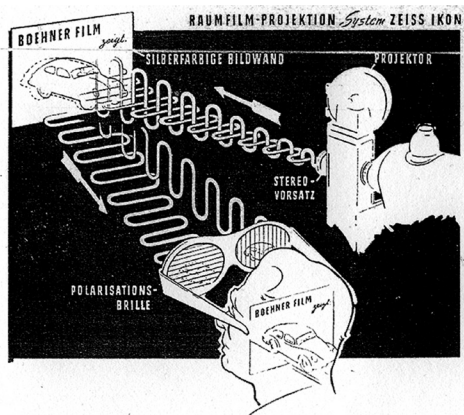
Führt man sich in diesem Zusammenhang vor Augen, dass Filme wie Alfred Hitchcocks *BEI ANRUF MORD* (*DIAL M FOR MURDER*, USA 1954) oder *DER SCHRECKEN VOM AMAZONAS* (*CREATURE FROM THE BLACK LAGOON*, Jack Arnold, USA 1954), um nur einige zu nennen, sowohl in ihrem Erscheinungsjahr mit Polarisierungstechnik-3D in die Kinos gebracht wurden, als auch in den vergangenen Jahren als 3D-BluRay-Discs für das Heimkino neu aufgelegt worden sind, wirkt der

aktuelle Hype um 3D verfehlt. Denn eine Neuerfindung der 3D-Ästhetik hat es nicht gegeben, lediglich eine Verfeinerung. Somit verwundert es nicht, dass Felix Henseleit über die Premiere von *ZUM GREIFEN NAH!* schreibt: «Der gestrige Tag ist im Leben des Films ein Wendepunkt» (Henseleit 1937:1). Die Euphorie über die neue Räumlichkeit des Films zeigt sich dadurch, dass einige Kritiker dem Raumfilm einen sicheren Platz in der Zukunft des Films zuzuordnen (vgl. Röhl 1937:10). Diese Prognosen gehen soweit, dass Folgendes angenommen wird: «[Um] den plastischen Film [wird es] nicht mehr still werden, bis er sich durchgesetzt haben wird» (Deutsche Filmzeitung 1937:1).

Das Verfahren des Raumfilms von Zeiss-Ikon

Über die zugrunde liegende Technik des Raumfilms von Zeiss-Ikon gibt es mehrere Artikel aus zeitgenössischen Zeitungen. Zwei werden hier verwendet werden. Einen aus der *Licht-Bild-Bühne* vom 4. Dezember 1937 und einen weiteren aus *Deutsche Filmzeitung* vom 12. Dezember 1937. Interessant an diesen ist, dass abgesehen von einer unterschiedlichen Einleitung die Texte fast identisch sind. Auffällig ist, dass speziell der Teil über die Funktionsweise des Raumfilm-Verfahrens nicht nur denselben Inhalt, sondern auch denselben Wortlaut besitzt. Es erscheint so, als ob es von Zeiss-Ikon eine Erklärung zu dem Verfahren gegeben hat, dass an beide Redaktionen gesendet wurde. Diese Vermutung lässt sich nicht endgültig bestätigen. Dennoch werden diese beiden Texte als primäre Quelle für die Funktionsweise des Zeiss-Ikon-Raumfilms verwendet werden.

Die Stärke des Verfahrens steckt in der Tatsache, dass zur Aufzeichnung auf einen gewöhnlichen Filmstreifen lediglich ein Vorsatz benötigt wird, der zwei Bilder aufnimmt, die im Augenabstand auf den Filmstreifen belichtet werden. Die beiden Bilder sind um jeweils 90° gedreht, damit sie parallel zueinander auf nur einem Filmstreifen Platz finden. Auf der Produktionsseite ist somit der Kameravorsatz das einzige Zusätzliche, was benötigt wird, um mit einer zeitgemäßen Kamera Raumfilmaufnahmen zu tätigen. Damit diese auch bei Vorführungen mit normalen Projektoren so abgespielt werden können, dass jeder Zuschauer die räumliche Wirkung des Films bewundern kann, benötigt der Projektor ebenfalls einen Stereo-Vorsatz. Dieser projiziert die über Spiegel ausgerichteten Bilder des



2 Zeiss-Ikon Raumfilm (Quelle: Eckardt 2004:53)

Filmstreifens so, dass diese überlagert auf einen Silberschirm geworfen werden. Mit Hilfe von Polarisationsfiltern werden die Lichtwellen des Projektors so kalibriert, dass die jeweiligen Bilder eben die Lichtwellen enthalten, die für das linke und rechte Bild zugeordnet werden. Die Zuschauer benötigen somit eine spezielle Brille, die mit zwei unterschiedlichen Polarisationsfiltern ausgestattet ist, damit jedes Auge nur eines der beiden Bilder sieht. Das andere wird vom Filter blockiert, wodurch Rezipienten zwei Bilder im adäquaten Augenabstand präsentiert bekommen. Daraus entsteht dann der Eindruck eines räumlichen Bildes (Abb. 2).

Das Verfahren benötigt also zusätzlich zu den Vorsätzen für Kamera und Projektor mit dem Silberschirm eine spezielle Leinwand und Polarisationsfilter-Brillen. Da dieses Verfahren keine Farbverzerrungen verursacht, wäre es theoretisch auch für den Farbfilm nutzbar. Auf diesem Weg hat der Film optisch die Illusion von räumlicher Tiefe bereits in einer Zeit entwickelt, als der Tonfilm noch in den Kinderschuhen steckte.

Durch den zweiten Weltkrieg wurde das Verfahren ab einem bestimmten Punkt nicht weiter eingesetzt. Es gibt lediglich einen weiteren öffentlichen Film, bei dem diese Technik zum Einsatz kam: *SECHS MÄDEL ROLLEN INS WOCHENENDE* (Kurt Engel, D 1939). Das Verfahren wurde «für Lehrfilme der Wehrmacht angewandt, und Rekruten übten so auf dreidimensionale Weise Geländeerkundung und Entfernungsschätzen» (*Die Zeit* 1953). Noch heute wird ein Polarisationsverfahren für dreidimensionale Filme in den meisten Kinos verwendet

und auch in den Wohnzimmern hält eine vergleichbare Technik zunehmend Einzug.

Zwischen technischem Fortschritt und Spektakel

ZUM GREIFEN NAH! setzt bei der gesamten Inszenierung auf die Darstellung von Spaß. Der Jahrmarkt als Handlungsort wurde nicht zufällig gewählt. Dort können diverse räumliche Elemente gezeigt und dennoch spielerisch in den Film integriert werden. Das dabei die Räumlichkeit als neue Attraktion des Films betont wird, ist in diesem Zusammenhang nur logisch. Kam man überhaupt mit räumlichen Bildern in Berührung, dann war das Anaglyphen-Verfahren (rot-grün) der übliche Weg, um räumliche Effekte darzustellen. Dieses führte jedoch wiederkehrend zu Farbverzerrungen und -verschiebungen, wodurch diese Technik nicht sehr erfolgreich und beliebt war. Das erste Polarisationsverfahren war somit auf technischer Seite



3 Dosenwerfen (Quelle: ZUM GREIFEN NAH!)

ein bedeutsamer Fortschritt. Auf der anderen Seite setzte man auf das Spektakel eines Jahrmarktbesuchs, um viele beeindruckende Effekte für die Zuschauer einsetzen zu können. Ständig regnet es Konfetti und Luftschlangen fliegen, an allen Ständen sind viele Menschen und ständig stehen Attraktion und Spaß im Zentrum des Geschehens. So zum Beispiel beim Dosenwerfen⁴, wo neben den neu Verliebten im Mittelpunkt des Bildes viele wei-

⁴ In diesem Film wird nicht auf echte Dosen geworfen, sondern mit den geworfenen Bällen werden Becher aus Keramik zerstört.



4 Volksfürsorge für Deutschland
(Quelle: ZUM GREIFEN NAH!)

tere Personen bis in die hinterste Reihe stehen, um Zeuge des Spektakels werden zu können (Abb. 3).

Zudem wurde der Hintergrund so eingerichtet, dass es mehre Anhaltspunkte für räumliche Tiefe gibt. Das Set scheint gestaffelt zu sein und alles ist auf einen möglichst wirkungsvollen Raumeffekt ausgerichtet. Seien es wackelnde Vorhänge, Luftballons oder Konfetti, die Tiefe des Raumes ist zu keinem Zeitpunkt statisch. Erst ganz am Ende wird die Werbebotschaft in Form einer Vorsorge durch die Volksfürsorge deutlich, wenn sich Holzfiguren von Hamburg aus auf den Weg ins deutsche Reich machen (Abb. 4).

Durch die Produktion als Werbefilm gelang es, dieses riskante Projekt zu finanzieren, ohne dabei das Risiko einzugehen, keine ausreichende Zuschauerzahl zu erreichen. Die Volksfürsorge verfügte 1937 über eine eigene Filmvorführorganisation, die im Jahr circa 2500 Vorführungen machte und damit im gesamten deutschen Reich bis zu eine halbe Million Zuschauer erreichte (vgl. Deutsche Filmzeitung 1937). Angesichts der vorliegenden Technik musste die Volksfürsorge somit lediglich Projektorvorsätze, Silberschirme und Polarisationsfilter-Brillen beschaffen, um in spektakulärer Optik einen Werbefilm der breiten Masse zu präsentieren⁵.

⁵ Die weitere Entwicklung des Raumfilms in Deutschland wird durch den zweiten Weltkrieg verhindert. Zudem wird in der optischen Entwicklung verstärkt auf den Farbfilm gesetzt, statt weitere Bestrebungen im räumlichen Film durchzusetzen. *Agfa* war international bekanntlich eines der führenden Unternehmen in der Farbfilmentwicklung. Damit waren die Deutschen in diesem Bereich ebenfalls weit vorne im internationalen Vergleich.

ZUM GREIFEN NAH! ist ein Film voller dreidimensionaler Elemente, der zuweilen schwer anzusehen ist. Wie viel von dieser Schwierigkeit der schlechten Kopie geschuldet ist, kann nicht beurteilt werden. Der permanent das Bild störende Hinweis «Bundesarchiv» deckt Elemente des Bildes ab und erschwert somit die wissenschaftliche Auswertung im Sinne der Wirkungsforschung. Denn dieser Hinweis steht statisch vor der insgesamt unruhigen Szenerie. Dadurch wird man vom eigentlichen Film leicht abgelenkt, was eine ausführliche Analyse erschwert.

Fazit

Die *Boehner-Film* Dresden, Zeiss-Ikon und die Volksfürsorge haben einen Meilenstein der 3D-Technik erschaffen. Lange vor dem ersten großen 3D-Hype hat Zeiss-Ikon die Polarisationstechnik verwendet, um damit eine Illusion von Räumlichkeit im Film zu erzeugen. Auch wenn der Film in vielen Publikationen erwähnt wird, haben nur wenige die Möglichkeit gehabt, den Film sehen zu können. Mit dieser Rezension wurde ein Eindruck der ausschlaggebenden Neuerungen und räumlichen Elemente geschildert, die ZUM GREIFEN NAH! zu einem zeitlosen Meilenstein des dreidimensionalen Films machen.

Literatur

- Eckardt, André (2004) *Im Dienst der Werbung. Die Boehner-Film 1926–1967*. Berlin: CineGraph Babelsberg
- Die Zeit (1953) Und in Deutschland... Die ersten dreidimensionalen Filme. In: *Die Zeit* v. 19.03.1953. S. 23. Online: <http://www.zeit.de/1953/12/und-in-deutschland> [08.04.2013]
- Deutsche Filmzeitung (1937) Raumbild und Raumton. In: *Deutsche Filmzeitung*, Nr. 46/1937 v. 12.12.1937. S. 1–2
- Henseleit, Felix (1937) Der erste Raumtonfilm. In: *Licht-Bild-Bühne*, Nr. 283, 1937. S. 1
- Licht-Bild-Bühne (1937) Der Plastische Film und seine Zukunft. In: *Licht-Bild-Bühne*, Nr. 282, 1937. S. 1–2
- Röhl, Fritz (1937) Zehn Jahre Werbefilm-Praxis/Ein Pionier des deutschen Werbefilms/Uraufführung des ersten Raumfilms. In: *Der Film* v. 11.12.1937. S. 10
- Schmidt, A. M. (1937) Die «Freude am Leben» wird «Zum Greifen nah». In: *Deutsche Filmzeitung*, Nr. 46/1937 v. 12.12.1937. S. 5
- Zone, Ray (2007) *Stereoscopic Cinema and the Origins of 3-D Film 1838–1952*. Lexington: The University Press of Kentucky