



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Das österreichische Filmplakat

Ein Einblick in die österreichische Kinokultur von 1945-1955

Verfasserin

Sonja Sadounig

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer:

A 315
Kunstgeschichte
A.o. Prof. Dr. Walter Krause

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Ich habe die Arbeit beziehungsweise Teile davon weder im In- noch im Ausland einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Wien, am 08.09.2008

Sonja Sadounig

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|---|-------|
| Einleitung | 7 |
| I. Theoretischer Teil | 10 |
| 1. Die Kinematographie in Österreich | 11 |
| 1.1. Die Anfänge der Kinematographie – Der Stummfilm | 11 |
| 1.2. Die Einführung des Tonfilms | 13 |
| 1.2.1. Die filmwirtschaftlichen Auswirkungen des Tonfilms | 14 |
| 1.2.2. Filmkunst | 15 |
| 1.3. Der Film zur Zeit des Austrofaschismus bis zum Anschluss | 15 |
| 1.4. Die Nachkriegszeit - Der österreichische Film unter dem Einfluss der Alliierten | 17 |
| Exkurs: Die Wien-Film (nach Ulrike Halbritter) | 19 |
| 1.4.1. Die Filmwirtschaft unter den Alliierten | 19 |
| 1.4.2. Die Filmkrise 1949 und die filmwirtschaftliche Entwicklung bis zum Staatsvertrag | 21 |
| 2. Der österreichische Film der Nachkriegszeit | 22 |
| 2.1. Der politische Film | 23 |
| 2.2. Der Reise- und Heimatfilm | 24 |
| 2.3. Die österreichische Avantgarde (1950/55) | 25 |
| 2.4. Der Wiener Film und der historisch – biographische Film | 26 |
| 2.5. Das Österreichbild im Film | 27 |
| 2.5.1. Das Wiener Mädl | 28 |
| 2.5.2. Das Dirndl | 29 |
| 2.5.3. Topographie | 29 |
| 2.5.4. Staatssymbole | 30 |
| 3. Die Entstehung des Plakates | 30 |
| 3.1. Der Bewusstseinswandel in der Plakatrezeption | 30 |
| 3.2. Voraussetzungen für den Wandel des Kunstverständnisses | 32 |
| 3.3. Die Wirkung des Plakats – Strukturen der Präsentation | 35 |
| 3.3.1. Abstraktion | 35 |
| 3.3.2. Allegorie und Narration | 36 |
| 3.3.3. Demonstration | 36 |
| 3.3.4. Konfrontation | 36 |
| 3.3.5. Identifikation | 36 |
| 4. Das Filmplakat | 37 |
| 4.1. Filmplakatkunst | 40 |
| 4.1.1. Die Plakatkünstler | 42 |

| | |
|--|----|
| 4.2. Ästhetische Gestaltungsmittel | 43 |
| 4.2.1. Der Filmtitel | 45 |
| 4.2.2. Filmgenres | 46 |
| 4.3. Kunsteinflüsse | 47 |
| | |
| II. Plakatanalyse | 51 |
| | |
| Einleitung | 52 |
| | |
| 1. Konzept der Filmplakatanalyse | 52 |
| 1.1. Ausgangsfragestellungen | 53 |
| 1.1.1. Gestalterische Aspekte | 53 |
| 1.1.2. Plakatvergleich | 53 |
| 1.2. Bildsemiotik | 54 |
| 1.2.1. Bildsyntax | 54 |
| 1.2.2. Bildsemantik | 55 |
| 1.2.3. Bildpragmatik | 55 |
| 1.3. Konzeptuelle Strukturierung der Plakatanalyse | 56 |
| | |
| 2. Plakatbesprechung | 56 |
| 2.1. Der politische Film: Sturmjahre | 57 |
| 2.1.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 61 |
| 2.2. Der Reise- und Heimatfilm: Der Hofrat Geiger | 63 |
| 2.2.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 66 |
| 2.3. Der Heimatfilm: Echo der Berge | 68 |
| 2.3.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 70 |
| 2.4. Der Avantgarde-Film: Wienerinnen | 72 |
| 2.4.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 75 |
| 2.5. Der historisch-biographische Film: Sissi | 77 |
| 2.5.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 79 |
| 2.6. Der Wiener Film: Die Deutschmeister | 83 |
| 2.6.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 85 |
| 2.7. Der Revuefilm: das Kind der Donau | 87 |
| 2.7.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale | 89 |
| | |
| Resümee | 91 |
| | |
| Bildquellennachweis | 94 |
| | |
| Bibliographie | 98 |

Einleitung

„Anschläge und Plakate sind zeitgeschichtliche Quellen von außerordentlicher Intensität: Sie sagen uns, was ein Auftraggeber seinen Zeitgenossen sagen wollte. Sie sagen uns aber auch noch, was er Ihnen nicht zu sagen brauchte, weil es damals selbstverständlich war. Die Selbstverständlichkeit von damals ist nicht unsere. Aber unsere ist aus der damaligen hervorgegangen.“¹

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Erfassung noch nicht wissenschaftlich bearbeiteter österreichischer Filmplakate aus den Anfängen der Zweiten Republik. Die Forschungssituation über dieses Themengebiet bezieht sich vor allem auf deren digitalen Erfassung beziehungsweise auf Plakatbände zu amerikanischen Produktionen, die in der Nachkriegszeit den österreichischen Markt überschwemmt, oder beschränkt sich auf einige wenige, vor allem deutsche Graphiker.

Ich werde versuchen die wichtigsten Aspekte des österreichischen Plakatschaffens im Bereich der Filmplakate aufzuzeigen. Einerseits wird dies durch eine Gegenüberstellung innerhalb eines genrespezifischen Bereichs erfolgen und andererseits durch den stilistischen Vergleich innerhalb der Kunstgeschichte.

Die Anfänge des Plakatschaffens bestimmten Flugzettel, politische Plakate sowie Anschläge, die uns über politische und gesellschaftliche Situationen informieren. In Bezug auf Filmplakate stehen vor allem kunst-, stilgeschichtliche und philosophische Gesichtspunkte im Vordergrund beziehungsweise welche Aspekte diese neben dem Filminhalt vermitteln. Bereits um 1900 wurde diesen eine „künstlerische Eigengesetzlichkeit“² zugesprochen, auf die Martin Henatsch in seinem Vorwort zu seiner rezeptionsästhetischen Untersuchung des Plakates hinweist: *„Entsprechend der zeitgenössischen Diskussion schwankt auch die moderne Literatur zwischen der Entscheidung, das Plakat als eigenständiges Kunstwerk oder als zweckorientiertes Medium mit Vermittlungsanspruch einzustufen. Bei dieser Beurteilung erfolgt oftmals ein schwieriger Balanceakt, der um so mehr dazu verführt, Stellung zu beziehen, als sich gerade an diesem Punkt die Gemüter um 1900 heftig erhitzten. Angesichts dieser Debatte*

¹ Massiczek, Albert (Hrsg.): Zeit an der Wand - Österreichische Vergangenheit 1848 – 1965 in den wichtigsten Anschlägen und Plakaten; Europa Verlag, Wien, 1976; S. 5

² Henatsch, Martin: Die Entstehung des Plakates – Eine rezeptionsästhetische Untersuchung; Georg Olms Verlag, Hildesheim, 1994; S. 1

beispielsweise in den Foren der Kunstgewerbe- und Kunsterziehungsbewegung zielen auch meine Überlegungen auf dieses Problem. Dabei ist jedoch zu fragen, inwieweit sich eine solche Fragestellung substanzlos auflöst, wenn man sowohl das zeitgenössische Kunstverständnis als auch das Plakat selbst unter der Prämisse prinzipieller Offenheit von Kunstwerken nach rezeptionsästhetischen Kriterien behandelt. Hierfür muss der Berücksichtigung des eigentlichen Zieles jedes Plakates, der kommunikativen Beziehung zum Betrachter, besondere Beachtung geschenkt werden.³

„Vor wenigen Jahrzehnten noch zerrissen und überklebt an Plakatwänden und Litfasssäulen, sind historische Filmplakate heute beliebte Sammelobjekte und erzielen auf Auktionen Höchstpreise. Doch diejenigen, die die Plakate entworfen haben, bleiben vielfach unbekannt.“⁴ Filmplakate dienen seit Beginn der Kinematographie dem Werbezweck der Filmbranche. In meiner Arbeit möchte ich explizit auf Werke zu charakteristischen österreichischen Filmgenres aus der Plakatsammlung der Wiener Stadtbibliothek, die einen sehr guten Bestand im Bereich des Filmplakates aufweist, und der der österreichischen Nationalbibliothek, eingehen, um eine Anerkennung der graphischen Leistungen zu erbringen.

Einleitend werde ich einen Einblick in die österreichische Kinokultur der 1950er und 60er Jahre liefern, innerhalb der eine Schwerpunktsetzung auf bestimmte filmische Themenbereiche festzustellen ist, die sich aus dem entwicklungsgeschichtlichen Kontext heraus erklären. Zu diesen zählen die Genres Reise- und Heimatfilm, Film der österreichischen Avantgarde, der Wiener Film und der historisch-biographischer Film, deren Inhalte und Zeichenrepertoire auf die Gestaltungsweisen der jeweiligen Plakatsujets Einfluss genommen haben. In diesem Zusammenhang behandle ich im ersten großen Kapitel die Geschichte des österreichischen Films, welche den sozialhistorischen Hintergrund für die Plakatanalyse liefert. Hierbei wird sich unter anderem zeigen, dass eine Kontinuität an die Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg in der Film- und Plakatkunst besteht. Unweigerlich stellt sich hierbei auch die Frage, in wie weit die alliierten Besatzungsmächte im Bereich der Gestaltung Einfluss nahmen. So schreiben z.B. Matthias Michel und Isabelle Köpfler: „Schließlich hat sich die westliche Welt - und in besonderen Westeuropa – nach dem Zweiten Weltkrieg kulturell und ökonomisch den USA unterworfen und

³ ebenda; S. 5

⁴ Reichmann, Hans-Peter: Vorwort; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 8

vermochte der Kolonialisierung durch die amerikanische Massenkultur kaum eine eigene Identität entgegenzusetzen.“⁵

Durch die Auseinandersetzung mit der Entwicklung der Filmkunst stellte sich auch die Frage, in wie weit die neuen technischen Möglichkeiten im Bereich des Films Einfluss auf das damalige Sehverständnis und damit die Plakatgestaltung nahmen. Die unweigerliche Abhängigkeit des Filmplakates zum Film wirft natürlich eine weitere Frage auf, ob im Falle der Gestaltung es sich um eine künstlerische Eigenleistung oder wirtschaftliche Abhängigkeit handelt. Im Laufe der Arbeit werde ich des Öfteren auf die Situation der Plakatünstler zu sprechen kommen und auf die Vorgaben, an die diese gebunden waren (wie den Filminhalt und gängigen Motiven).

Ausgehend von der Entstehung des Plakats, werde ich in den 1920er Jahren mit der Geschichte des Filmplakates ansetzen und neben den charakteristischen Eigenheiten des Filmplakates auch dessen ästhetische Gestaltungsmittel unter dem Einfluss der österreichischen Kunstszene diskutieren. Im Speziellen erfolgt dies noch im praktischen Teil im Verlaufe der Bildbetrachtungen. Im abschließenden praktischen Teil betrachte ich eine Auswahl an Filmplakaten und werde die aufgeworfenen Fragen dabei klären. Einerseits analysiere ich die ästhetischen Gestaltungsmittel, die rezeptionsästhetischen Motive und deren stilistischen Entwicklung innerhalb meines zeitlichen Rahmens durch den Vergleich mit Filmplakaten desselben Genres und Werken aus der Kunstgeschichte (Gibt es Übernahmen von filmischen Stilmitteln? Finden sich tradierte Kunstvorbilder?).

Die zeitliche Obergrenze meines Themenbereiches wurde vor allem bestimmt durch die Tatsache, dass in der Literatur die sechziger Jahre des 20. Jahrhunderts als das Ende des österreichischen Films genannt werden und, dass die Videoverleihfirmen in den Achtzigern die Plakate und Werbemittel global zu entwerfen begannen, wobei die malerische Gestaltung schließlich gänzlich durch die Fotografie abgelöst wurde.

⁵ Michel, Matthias/Köpfli, Isabelle: Apokalypse am Sunset Boulevard – Zur Generierung medialer Images: Das Starplakat; in: Beilenhoff, Wolfgang und Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat; Museum für Gestaltung (Ausstellungskatalog), Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 160

I. Theoretischer Teil

1. Die Kinematographie in Österreich

„Das Kino ist der einzige Ort, der in seinen Bildern Geschichte unmittelbar und direkt zeigt, dokumentiert und aufbewahrt. Die Geschichte der Mentalitäten, der Imagination, der gebündelten Sehnsüchte, der Weltenfluchten steht dabei auf der einen Seite. Die andere, nicht minder wesentliche Seite gibt Auskunft über die Welt, propagiert, deckt auf und gewährt Handlungsfähigkeit. Oft genug hat sich das Kino dabei an den Kommerz verkauft oder wurde von politischen Machthabern für die eigenen Ziele in Beschlag genommen.“⁶

„Ab dem 27. März 1896 fanden im Hause Wien 1, Kärntnerstraße 45 (Ecke Krugerstraße) täglich Kinovorführungen statt. Eugène Dupont zeigte die Ergebnisse der Brüder Lumière aus Lyon.“⁷ „1908 entstand der erste österreichische Spielfilm in Wien und Umgebung, 1918 der erste Film in der Ersten Republik, 1929 der erste Tonfilm, 1929 der erste Wiener Film im Dritten Reich, und 1945 gab es wieder einen Neubeginn in der Zweiten Republik.“⁸

1.1. Die Anfänge der Kinematographie – Der Stummfilm

Die Anfänge der Kinematographie waren bestimmt durch die Faszination am Medium, den ersten experimentellen Versuchen, Bewegung auf eine Leinwand zu bannen. Thematisch beschränkten sich diese Kurzfilme auf die Arbeitswelt, fremde Länder und Wiener Motive wie den Prater, „Geschichten von Mädeln aus dem Volke, die ‚ihre Grafen‘ bekommen, Themen, die bis in die fünfziger Jahre den österreichischen Film beherrschen sollten. Es sind das Operettenklischees, die in die Filmdramaturgie aufgenommen wurden ohne Rücksicht auf die Möglichkeiten des neuen Mediums.“⁹ Nach diesen ersten Filmversuchen ließ das Interesse am neuen Medium aber bereits um 1908 nach, und die Produktionen mussten anfangen, sich Werbestrategien zu überlegen, um das Publikum anzulocken. So begannen sie mit bekannten Bühnendarstellern, Komponisten, Dichtern und Autoren (wie

⁶ Büttner, Elisabeth/Dewald, Christian: Anschluß an Morgen. Eine Geschichte des österreichischen Films von 1945 bis zur Gegenwart; Residenz Verlag, Salzburg, 1997; S. 7

⁷ Fritz, Walter: Kino in Österreich 1896-1930. Der Stummfilm; Österreichischer Bundesverlag, Wien, 1981; S. 11

⁸ Fritz, Walter: Kino in Österreich 1945-1983. Film zwischen Kommerz und Avantgarde; Österreichischer Bundesverlag, Wien, 1984; S. 15

⁹ vgl. Fritz, 1981, a.a.O.; S. 54

Arthur Schnitzler, Hugo von Hofmannsthal (*Liebelei*, 1913) oder Felix Dörmann (*Die Zirkusgräfin*) zu werben.

Die Filme wurden von Wanderkinos in der ganzen österreichisch-ungarischen Monarchie vorgeführt. Dadurch, dass diese nicht ortsgebunden waren, konnten sie sich innerhalb der europäischen Grenzen frei bewegen, und es entwickelte sich ein reger Austausch bezüglich neuer Filme und Apparaturen, wovon die heimischen Kinobetreiber profitierten, da es in Österreich zu diesem Zeitpunkt noch keine eigenen Filmproduktionen oder Geräte für deren Herstellung gab.

Die *Erste österreichische Kinofilm-Industrie* wurde von Anton und Luise Kolm zusammen mit Jakob Fleck 1910 gegründet (1919 folgte die Vita-Film). Im selben Jahr erfolgte eine Umbenennung in die *Österreichisch-ungarische Kinoindustrie* und 1911 in die *Wiener Kunstfilm-Industrie*. Diese war zusammen mit der von Grafen Sascha Kolowrat-Krakowsky 1912 gegründeten *Sascha-Film* eine der wesentlichen Filmproduktionsfirmen Österreichs bis 1918. „Die Ankündigungen der Firma in den Fachzeitschriften waren noch sehr klein und wurden erdrückt durch die oft zweiseitigen Inserate französischer Konzerne.“¹⁰ Die französische Berichterstattung hatte bis zur Ermordung des Thronfolgers Franz Ferdinand im Sommer 1914 und Beginn des Ersten Weltkrieges alle wichtigen Filmrechte und eine Sonderstellung, jedoch wurden nach diesem Vorfall alle französischen Firmen in Österreich aufgelöst.

Das erste Atelier in Sievering wurde 1916 von dem Grafen Sascha Kolowrat, der zu diesem Zeitpunkt die Filmexpositur unter dem Kriegsarchiv leitete, eröffnet und die *österreichisch-ungarische Sascha-Meißner-Film* (ab 1918 *Sascha Filmindustrie AG*, Wien) wurde so wie der größte deutsche Filmkonzern, die UFA, 1918 ins Handelsregister eingetragen. „Die UFA kaufte alles auf, was zu kaufen war: Produktionsfirmen, Ateliers, Kopieranstalten, Kinoketten und auch die Firma von Oskar Meißner. Meißner hatte aber auch Beteiligungen an der „Sascha-Film“ in Wien erworben. Damit begann die Verknüpfung der größten deutschen Produktionszentrale mit der größten österreichischen Produktionszentrale.“¹¹

Die österreichische Filmindustrie erreichte Ende der zwanziger Jahre des 20. Jahrhunderts mit dem Stummfilm ihren künstlerischen und darstellerischen Höhepunkt. Mit der

¹⁰ Fritz, 1981, a.a.O.; S. 23

¹¹ Fritz, 1981, a.a.O.; S. 69

Umstellung vom Stummfilm auf den Tonfilm Anfang der 1930er Jahre sowie dem unkontrollierten Import amerikanischer Filme¹² gelangte die österreichische Filmwirtschaft jedoch in ihre erste Filmkrise.

1.2. Die Einführung des Tonfilms

Die Entwicklung des Stummfilms bis zu seinem Höhepunkt dauerte zwanzig Jahre, im Falle des Tonfilms erfolgte dies in nur wenigen Jahren, da dessen Möglichkeiten als wirkungsvolles Propagandamittel offensichtlich waren¹³. Die ersten praktisch brauchbaren Tonfilme stammten von den Deutschen Joseph Engl, Joseph Masolle und Hans Vogt, welche 1922 das *Tri-Ergon Verfahren*, welches den Ton als Lichtspur am Rand des Filmstreifens aufzeichnet, entwickelten.

Hierzu waren jedoch zahlreiche technische Voraussetzungen nötig, die ich nicht ungenannt lassen möchte; wie die Erfindung des Phonographen von L. Scott 1857, in den 1870ern die des Phonographen durch Thomas A. Edison, in weiterer Folge 1887 die des Grammophons in Deutschland und schließlich des Kinematographen 1889 durch Thomas A. Edison. 1925 erfolgten die ersten elektrischen Tonaufzeichnungen in Amerika. Bis zum Anfang des Ersten Weltkrieges kam es zur Weiterentwicklung des Nadeltonfilms und in weiterer Folge des Lichttonfilms.

Der erste große internationale Tonfilmerfolg stammte aus Amerika, ‚*Der Jazzsänger*‘ (1927). „Niemand hatte im Jahr 1928 ernsthaft daran geglaubt, dass der Tonfilm schon ein Jahr später auch in Österreich existieren würde und noch weniger, dass er sich bereits 1931 total etabliert hätte.“¹⁴ Im August 1930 produzierte die *Selenophon*¹⁵ ‚*Stürmisch die Nacht*‘ und kurz darauf die *Tobis-Sascha* ‚*Geld auf der Straße*‘.¹⁶

Aufgrund der sich ankündigenden Weltwirtschafts- und Produktionskrise in den dreißiger Jahren, flüchteten die Menschen in die Traumwelten der Kinos. „In der Frühzeit des Tonfilms stellten deshalb – nicht nur aus technischen Gründen – die Schlagerfilme,

¹² 1925 wurden 5 Filme produziert, jedoch 1.200 v.a. amerikanische Filme importiert.

¹³ wie z.B. in den obligatorischen Wochenschauen.

¹⁴ Palfy, Isabella: Kino und Film in der ersten österreichischen Republik. Die Filmpublizistik der Tonfilmzeit von 1929-1938; Diss., Wien, 1993; S. 6

¹⁵ Die Selenophon ist eine österreichische Licht- und Tonbildgesellschaft (1929-1938), welche 1930 mit Western-Electric und Tobis Klangfilm die Produktion von Tonfilmapparaten auf dem Weltmarkt untereinander aufteilte.

¹⁶ siehe Palfy, a.a.O.; S. 5

Lustspiele und Boulevardkomödien das Gros der Filmproduktionen dar. Diese Filme zeigten eine Welt, wie sie nicht war, eine Welt des Scheins, eine Bilderwelt. Problemfilme entsprachen nicht der Zeit, denn die gab es in der Wirklichkeit genug.“¹⁷ In den Filmproduktionen wurden Welten konstruiert mit Motiven, die den Geschmack der breiten Masse trafen.

1.2.1. Die filmwirtschaftlichen Auswirkungen des Tonfilms

Die Filmwirtschaft selbst stand dem Tonfilm jedoch noch 1931 aufgrund der technischen Mängel skeptisch gegenüber und zweifelte an dessen Überlebensdauer. „In dieser Zeit hatten sich so gut wie alle Betriebe auf das neue Medium umgestellt, sich dafür aber hoch verschuldet und damit in oft ausweglose Situationen gebracht.“¹⁸ Die Folgen der Umstellung waren steigende Eintrittspreise, da die Kinobetreiber die teuren Apparaturen erst anschaffen mussten, nur wenige Filme in deutscher Sprache produziert wurden und auch die Produktionskosten aufgrund der neuen Technik gestiegen waren. „Nachdem nach der anfänglichen Euphorie der Kinobesuch trotz der Umstellung auf den Tonfilm wieder nachzulassen begann, versuchten die Kinobesitzer das Publikum mit sich gegenseitig unterbietenden Eintrittspreisen anzulocken.“¹⁹ (Eine Regelung der Eintrittspreise nach Sitzplatzkategorien erfolgte erst 1933.)

Weitere filmwirtschaftliche Maßnahmen waren die Einführung der Lustbarkeitssteuer 1929, deren Höhe von den Gemeinden festgelegt wurde, und die Filmkontingentierung bis 1945 (Zum Schutz der österreichischen Produktionen wurde die Einfuhr ausländischer Filme reguliert und der Verleih einheimischer Filme an Kinos subventioniert). Trotz dieser Maßnahmen stagnierte die einheimische Tonfilmproduktion aufgrund der wachsenden Herstellungskosten.

¹⁷ Palfy, a.a.O.; S. 12

¹⁸ Palfy, a.a.O.; S. 21

¹⁹ Palfy, a.a.O.; S. 30

„Wir wissen es gar nicht mehr, wie wir in dieser Zeit sehen gelernt haben. Wie wir optisch assoziieren, optisch folgern, optisch denken gelernt haben, wie geläufig uns optische Abkürzungen, optische Metaphern, optische Symbole, optische Begriffe geworden sind.“²⁰

Aufgrund der Sensation des Tonfilms, des Zusammenspiels von Bild und Ton, war die erste Zeit trotz der technischen Mängel (wie den störenden Geräuschkulissen im Hintergrund und der mangelnden Übereinstimmung von Bild und Ton) ein großer Erfolg. In der zweiten Phase mussten die Mängel ausgelotet und die neuen Gestaltungsmöglichkeiten genutzt werden. Durch die technische Weiterentwicklung des Films, der Ausarbeitung eigener Ausdrucksmittel, konnte sich dieser von dem Argument, ein Abklatsch der Theaterkunst zu sein, befreien und zu einer eigenständigen Filmkunst werden (wie zum Beispiel durch Lichteinsatz, Überblendung, Schnitt, Großaufnahme und Kamerabewegung). Wie rasch diese filmische Entwicklung vor sich ging, wird deutlich, wenn man liest, wie der ungarische Filmkritiker Béla Balázs bereits 1930 diese Zeit beschreibt: „Diese neue Ausdrucks- und Mitteilungstechnik hat sich in dem letzten Jahrzehnt mit unheimlicher Schnelligkeit differenziert und kompliziert. Die simpelsten Filme von heute hätten wir selber vor vier bis fünf Jahren stellenweise noch nicht verstanden.“²¹

1.3. Der Film zur Zeit des Austrofaschismus bis zum Anschluss

Mit Ende der parlamentarischen Demokratie der Ersten Republik am 7. März 1933 begann der autoritäre Ständestaat auf der gesetzlichen Grundlage des kriegswirtschaftlichen Ermächtigungsgesetzes von 1917, welches das Film- und Kinowesen in die Telegraphenordnung eingliederte und damit neben den Länderkompetenzen auch der Regierung unterstand. „Explizit war damit die obligatorische Vorführung von Wochenschauen und Kulturfilmen gemeint, mit deren Hilfe sich die Dollfuß-Regierung

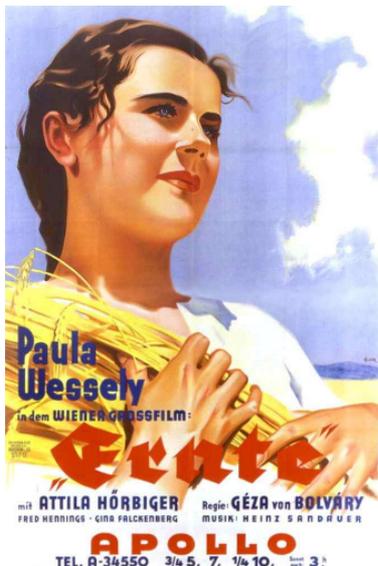
²⁰ Balázs, Béla: Der Geist des Films. Einleitung Hartmut Bitomsky; Makol Verlag, Frankfurt am Main 1972; (EA: Der Geist des Films, Verlag Wilhelm Knapp, Halle (Saale), 1930); S. 4

²¹ Balázs, a.a.O.; S. 3

den Film als Propaganda- und Manipulationsmedium nutzbar machte. Außerdem wurde auch bald neben der Vorführung heimischer Kurztonfilme deren Produktion verordnet.“²² Es folgte die Gründung der *Vaterländische Tonfilmgesellschaft*, die der Produktion der eigenen *Wochenschau* (ab 1938 *Ostmark-Tonwoche*) diene. Kurztonfilme, sowie Kultur- und Wirtschaftsfilme erforderten eine staatliche Bewilligung.

1934 gipfelten die innenpolitischen Unstimmigkeiten zwischen den Sozialdemokraten, dem illegal weiter bestehenden Republikanischen Schutzbund, der 1933 verboten worden war, und der Regierung in blutigen Ausschreitungen, welche am 12. Februar von der Regierung Dollfuß niedergeschlagen wurden und als Folge die Auflösung der Sozialdemokratischen Partei hatte. Am 25. Juli 1934 wurde der Bundeskanzler Dr. Engelbert Dollfuß durch einen nationalsozialistischen Putschisten ermordet.

Während der nachfolgenden Regierung Kurt Schuschniggs unterstand die gesamte österreichische Film- und Kinowirtschaft der österreichischen Kinokonferenz unter dem Handelsministerium, welches für die Vermittlung der einzelnen Berufssparten im In- und Ausland zuständig war. 1937 wurde ein deutsch-österreichisches Zahlungsübereinkommen beschlossen, wodurch Deutschland als Hauptabnehmer, bedingt durch die gleiche Sprache, großen Einfluss auf die Filmproduktionen hatte, wie der Begünstigung deutscher Mitwirkender bis zur Forderung des Ariernachweises. Die filmwirtschaftliche Abhängigkeit hatte schon in der Stummfilmzeit begonnen und wurde durch die Filmkontingentierung noch weiter verstärkt.



*Else Czulik, Ernte, 1936.
Filmplakat*

1933 ernannte sich Hitler zum Reichskanzler in Deutschland. Durch die Machtübernahme und der Abhängigkeit Österreichs vom deutschen Markt hatte die nationalsozialistische Filmpolitik, welche zuvor bereits die Ufa deren ideologischen Programm angeglichen hatte, großen Einfluss und zensierte bereits in der Anfangszeit österreichische Filme, in welchen Juden in jedweder Stellung – über Kameraleute, Schauspieler bis hin zu den Regisseuren - mitgewirkt hatten.

²² Palfy, a.a.O.; S. 51

„In den Jahren nach 1933 erschienen dann auch vorwiegend jene österreichischen Filme, die ständisches Gedankengut propagierten und damit gut in das Konzept der nationalsozialistischen Machthaber passten.“²³ (z.B. *Ernte*, 1936, oder *Fridericus*, 1936, R: Johannes Meyer). Nach dem Anschluss an Deutschland am 12. März 1938 erfolgte die Schließung aller offiziellen österreichischen Filmverleih- und Filmverkehrsstellen, die Einstellung fast aller Filmzeitschriften, und alle deutschen, österreichischen und Prager Filmgesellschaften wurden der Ufa-Film in Berlin unterstellt. Somit unterstanden die „österreichischen“ Filmproduktionen von sogenannten Kultur- und Heimatfilmen bis zum Ende des Krieges der deutschen Reichsfilmkammer.



Fridericus, 1936, Filmplakat, Wagner Druck Verlag, Wien, Filmplakat, 190 x 125 cm

1.4. Die Nachkriegszeit - Der österreichische Film unter dem Einfluss der Alliierten

Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges wurde Österreich im April 1945 unter den alliierten Besatzungsmächten aufgeteilt: der erste Wiener Gemeindebezirk wurde von allen gemeinsam verwaltet, Amerikanern, Briten, Russen und Franzosen, die auch weitgehend in die Filmwirtschaft eingriffen.

In der russischen Besatzungszone wurden alle technischen Geräte - wie Vorführungsapparate und Synchronanlagen - aus den Ateliers der *Wien-Film*, der einzigen damaligen österreichischen Produktionsfirma, als deutscher Besitz beschlagnahmt, was deren Aus bedeutete. Die provisorische Übergangsregierung veranlasste daraufhin durch das Gesetz der Reparationen öffentlichen Vermögens (10. Mai 1945) die Vermögenswerte der *Ufa-Handels-GmbH.* in Österreich einzuziehen und übertrug diese auf das Staatsamt für Industrie, Gewerbe, Handel und Verkehr. In Folge bestellte man öffentliche Verwalter und Aufsichtspersonen, wie den ehemaligen Produktionschef der Ufa, den Regisseur Karl Hartl, für die *Wien-Film*, die Tobis-Sascha-Filmverleih- und Vertriebs GmbH. (später Austria Film-Verleih- und Vertriebs Gesellschaft) und die Deutsche Filmvertriebs GmbH. Jedoch litt die österreichische Filmwirtschaft unter Finanzierungsproblemen, einerseits für

²³ Palfy, a.a.O.; S. 130

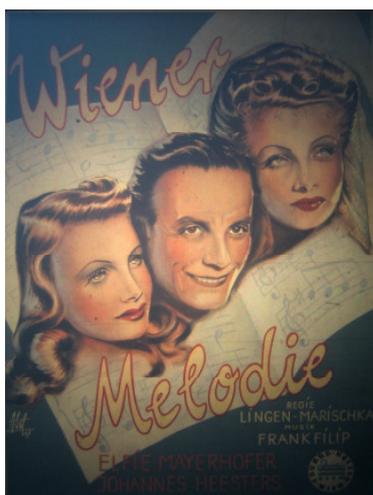
Gehälter und Löhne und andererseits für die Herstellungskosten, Rohmaterialien, Einrichtungs- und Ausstattungsgegenstände sowie die Instandsetzung der geplünderten Ateliers.



*Glaube an mich, 1948,
Filmplakat, Druck: F. Adametz,
122 x 86 cm*

Aber bereits 1946 waren vier österreichische Filme produziert worden: ‚Glaube an mich‘ (1946, At: Sonne über dem Arlberg, R: Geza von Cziffra), ‚Der weite Weg‘, ‚Schleichendes Gift‘ und ‚Konzert in Tirol‘. „Auf die totalitäre Macht des Faschismus reagiert das österreichische Kino weder mit dem Erfinden neuer Erzählweisen noch mit einer gewandelten Funktion des Filmbildes. Die Filme erzählen ihre Geschichte linear und kennen kaum staunende, zweifelnde oder zurückweichende Blicke auf den Nachkriegsalltag.“²⁴ Die Filme, die in der ersten Nachkriegszeit entstanden, bestimmten maßgebend das Bild von Österreich und die filmische Grundhaltung bis in die

sechziger Jahre. Thematisch dominierten vor allem Filme um die Liebe, mit viel Musik und Naturaufnahmen und zahlreichen verwirrenden Verwechslungen (unter anderem ‚Wiener Melodien‘ 1947, R: Herbert Marischka und Theo Lingen; oder ‚Die Frau am Weg‘ 1948, R: Eduard von Borsody).



*Wiener Melodien, 1947,
Filmplakat, 86 x 60 cm*



*Die Frau am Weg, 1949,
Filmplakat, Druck: J.
Weiner, 120 x 85 cm*



*Paul Aigner, Der weite Weg,
Wien 1938, Wagner Druck
Verlag, Filmplakat, 191 x 125*

²⁴ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 16

Am 10. September 1918 wurde die *Sascha Film-Industrie-AG* als erste große Filmproduktions- und Verleihfirma Österreichs unter der Patronanz der Creditanstalt-Bankverein und der Präsidentschaft Graf Sascha Kolowrat-Krakowsky gegründet. 1933 gingen die Aktien der Pilzer-Gruppe an die Tobis-Tonbild-Syndikat-AG in Berlin, die Tobis-Sascha-Filmindustrie-AG, und die zweite Aktienhälfte musste der jüdische Vorsitzende 1937 an die Regierung Schuschniggs abtreten. Die Verwaltung übernahm die österreichische Creditanstalt. Nach dem Ankauf der beiden Eigentümerhälften durch die Berliner „Cautio“-Treuhand GmbH. im Namen des deutschen Propaganda- und Finanzministeriums 1938, wurde die Tobis-Sascha-Produktionsfirma in die Wien-Film umbenannt und die Filmverleih- und Vertriebsgesellschaft stillgelegt. 1947 erfolgte die Eröffnung der „neue“ Sascha-Film-Verleih- und Vertriebsgesellschaft als erste österreichische Verleih- und Vertriebsfirma, welche vom Handelsministerium, dem Ministerium für Vermögensversicherung und Wirtschaftsplanung und finanziell von der Creditanstalt-Bankverein unterstützt wurde.

1.4.1. Die österreichische Filmwirtschaft unter den Alliierten

Am 20. August 1945 wurden die Filmbetriebsmittel und auch die gesamte Wien-Film samt der Filmauswertungsrechte, der Filme, dem deutschen Filmvertrieb und die Wochenschau durch die *Information Service Branch* (ISB) beschlagnahmt, und in Wien wurden im Zuge der Einteilung in die vier Besatzungszonen auch die wichtigen großen Ateliers in diesen Gebieten aufgeteilt. So unterstand das Atelier in Sievering ab nun den Amerikanern, das in Schönbrunn den Briten und der Rosenhügel sogar bis 1955 den Russen.

Die ISB war während der Besatzungszeit die Kontrollinstanz der Massenmedien durch die amerikanische Militärbehörde, die wiederum den *United States Forces, Austria* (USFA) unterstand. Zu deren Aufgabenbereichen zählte schrittweise das Verbot und die Auflösung aller deutschen Informationseinrichtungen (dies beinhaltete die Beschlagnahmung und das Verbot jeglicher österreichischer, deutscher und ausländischer Produktions- und Verleihtätigkeit und vor allem die Entnazifizierung), darauf folgte die alleinige Kontrolle aller Informationsbereiche, das Vertriebsmonopol für deutsche und amerikanische Filme, durch die Alliierten und als letzter Schritt die Übergabe der *information-services* an vertrauenswürdige Österreicher.

In den darauffolgenden Jahren kam es in zahlreichen Treffen zu Verhandlungen über die Weiterentwicklung der österreichischen Filmwirtschaft, welche nur teilweise zu Beschlüssen führten; wie der Gründung der *Österreichischen Filmkommission* (1947), der Überprüfung der Filmvorhaben nach ihren künstlerischen und kulturellen Werten sowie der Verwaltung des durch die Alliierten beschlagnahmten filmwirtschaftlichen Vermögens und einer finanziellen Unterstützung der *Wien-Film-AG*.

1947 herrschte ein freier Wettbewerb für die amerikanischen Vertriebsfirmen, jedoch waren die damaligen österreichischen Filmproduktionen noch keine Konkurrenz und das österreichische Kinowesen stand durch ein Zusatzabkommen unter indirekter Kontrolle der Amerikaner.

Die Russen gründeten ihrerseits 1946 eine „eigene Filmverleihgesellschaft, die *Sowexport-Film*, und suchte ordnungsgemäß bei den österreichischen Behörden um die Ausstellung eines Gewerbescheines für den Verleih russischer und deutschsprachiger Filme innerhalb der russischen Besatzungszone an.“²⁵ Dies war nicht selbstverständlich, denn nachdem die Verleihfirmen unter das Protektorat der Besatzungsmächte gestellt worden waren, suchten sie meistens gar nicht um eine Einfuhrbewilligung bei der österreichischen Regierung an. Dies widersprach natürlich den österreichischen rechtlichen Bestimmungen über die Ein- und Ausfuhr von Waren, aber es dauerte einige Jahre, bis sich alle behördlichen Vertreter vor der Einfuhr und Aufführung ausländischer Filme bei den zuständigen Behörden um Einfuhrbewilligungen bemühten.

Das Filmwirtschaftsgesetz unter der provisorischen Regierung Karl Renners vom 10. Juli 1945 sagte den heimischen Filmproduktionen Zuschüsse zu. „Dadurch konnte der Schwerpunkt des heimischen Filmmarktes zugunsten der Inlandsproduktionen verschoben werden. Neben einer Ankurbelung der Spielfilmproduktion diente das Filmförderungssystem auch der Herstellung heimischer Wochenschauen und Kulturfilme.“²⁶ Trotz der finanziellen Förderung durch Bankkredite, war die österreichische Filmindustrie Ende 1948 über 40 Millionen Schilling verschuldet, da diese ihren größten Abnehmer, Deutschland, durch das Verbot der Besatzungsmächte, verloren hatten. Aus diesem Grund fand bereits im Mai 1947 die erste Konferenz über ein bilaterales österreichisch-deutsches Filmabkommen (vorerst nur mit dem amerikanisch

²⁵ vgl. Halbritter, Ulrike: Der Einfluss der alliierten Besatzungsmächte auf die österreichische Filmwirtschaft und Spielfilmproduktion in den Jahren 1945 bis 1955; Dipl., Wien, 1993; S. 40

²⁶ ebenda; S. 49

besetzten Teil Deutschlands) unter der Aufsicht von wirtschaftlichen Vertretern der USA, der Briten und der österreichischen Filmindustrie statt. Weitere Treffen zur Klärung der Einzelheiten der Filmkontingentierung, der Festlegung des Verhältnisses des Export österreichischer und des Imports deutscher Filme (1:4), folgten. Die Einspielerinnahmen der Filme, die auf Sperrkonten gelangten, dienten den jeweiligen Ländern zur Rückerstattung der Bankkredite für die Produktionen.

1.4.2. Die Filmkrise 1949 und die filmwirtschaftliche Entwicklung bis zum Staatsvertrag

Das Problem war, dass die Einspielerinnahmen aus Westdeutschland auf diesen Konten eingefroren wurden, obwohl die österreichischen Filme mehr einbrachten als die deutschen Produktionen in Österreich. Daraufhin stoppten die Banken, vor allem die Creditanstalt-Bankverein die finanziellen Investitionen. Trotzdem war Österreich finanziell auf die Einnahmen und Vertrieb in Deutschland angewiesen.

Im April 1949 wurde bei einem provisorischen Zusatzübereinkommen zwischen dem Fachverband der österreichischen Filmindustrie und den Produzentenverbänden der TRI-Zone Deutschlands - des Besatzungsgebiets der Amerikaner, Franzosen und Russen - in München ein neuer Austauschschlüssel vereinbart (5:32), aber aufgrund der eingefrorenen Konten, arbeitete man in Deutschland bis 1952 mit diesen Geldern (50% der österreichischen Einnahmen in Deutschland wurden für drei Jahre auf den Sperrkonten blockiert). Die Creditanstalt erklärte sich 1949 nach einer Vereinbarung mit dem Bundesministerium für Handel und Wiederaufbau bereit, die deutschen Sperrkonten im Verhältnis von 1:2 (1DM:2ÖS) zu übernehmen.

Trotzdem war eine Verbesserung nicht spürbar und so standen 1950 zahlreiche Studios leer und Ateliers vor der Schließung, was zur Abwanderung von Schauspielern, Regisseuren und technischem Personal führte. Die Russen boten österreichischen Filmproduktionsfirmen für die Herstellung unpolitischer österreichischer Filme im Atelier Rosenhügel eine hundertprozentige Finanzierung an. Das brachte 1951 die Amerikaner dazu, den Differenzbetrag zwischen den Einspielergebnissen beider Seiten einmal im Monat berechnen zu lassen und diesen mit den Warenbezügen durch den „Arbeitsausschuß Aus- und Einfuhr“ auszugleichen. Deutschland konnte durch die damit drastisch reduzierten Kredite seine Kontingente entsprechend des letzten Abkommens nicht mehr so wie Österreich nutzen.

1953 führte die BRD ein neues Bürgschaftsgesetz ein, wonach Verleihfirmen nur mehr die Bürgschaft für die Produktion von Staffeln aus acht Filmen übernehmen durften und Verträge mit ausländischen Firmen brauchten eine Genehmigung durch das Bundesministerium. Damit sank natürlich auch das Interesse deutscher Verleihfirmen an österreichischen Filmen. Zusätzlich fiel mit der Unterzeichnung des österreichischen Staatsvertrages am 15. Mai 1955 die finanzielle Unterstützung durch den Marshallplan weg. Zwar ermöglichte das die Einschränkung der Einfuhr amerikanischer Filme, aber das nutzte Österreich ohne im In- und vor allem Ausland gewinneinbringende Filmproduktionen nicht viel.

2. Der österreichische Film der Nachkriegszeit²⁷

Den Filmen der ersten Nachkriegsjahre wurde bereits in den 1950er Jahren mit sehr viel negativer Kritik begegnet, vor allem, da in ihnen nicht die Zukunft des österreichischen beziehungsweise Wiener Films gesehen wurde. Elisabeth Büttner und Christian Dewald geben in ihrer Geschichte zum österreichischen Film eine passende übergreifende Beschreibung, die kennzeichnend für die Inhalte der Produktionen dieser Zeit ist: „Sie reden von der Liebe, ihren Wirrnissen und Erwartungen, von wiedergefundener Harmonie, von Eintracht mit sich selbst. Sie inszenieren eine Welt, in der der einzelne nichts so notwendig braucht wie Vertrauen, Vertrauen zu sich und vor allem Vertrauen zu Österreich.“²⁸ Dieses Vertrauen bezieht sich in erster Linie auf die Heimat und deren ländliche Bevölkerung, die in den Filmen in einer heroisierten Form überliefert ist. Im Gegensatz zur modernen Stadt, stellt das Leben auf dem Land mit all seinen Klischees noch die heile Welt dar, in der die Zeit stehen geblieben zu sein scheint.

Die Darstellung der Realität des zerbombten Wiens mit seinen Ruinen, der Hungersnot und dem Strommangel auf der anderen Seite war kaum Thema des österreichischen Nachkriegsfilms. Die Geschichtsaufarbeitung und die Frage der Eigenverantwortung wurde dadurch bis zur Waldheim-Affäre Mitte der achtziger Jahre vermieden. Statt dessen versuchte man an die Zeit der großen Erfolge der 1930er und 40er Jahre anzuschließen, durch bewährte Regisseure, Schauspieler und Themen.

²⁷ vgl. Büttner/Dewald, a.a.O.

²⁸ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 18

In den folgenden Unterkapiteln führe ich deshalb einige der Genres des österreichischen Films an, die charakteristisch für die Zeit nach 1945 sind, und hebe in dem darauffolgenden Abschnitt eine Auswahl an Motiven hervor, die ein Bild skizziert haben, das im internationalen Raum prägend für die Sicht auf Österreich war und sich in den Filmplakaten widerspiegelt. Beginnen möchte ich jedoch mit einem Ausnahmeggenre, dem politischen Film.



Sturmjahre, 1947, Druck: V. Klaushofen, Filmplakat, 86 x 62 cm

2.1. Der politische Film

Einer der ersten Versuche, der sich mit dem Krieg auseinandersetzte, ist der zeitgeschichtliche Dokumentarfilm ‚Sturmjahre‘ (1947, R: Frank Ward Rossak), der sich mit dem Thema der Rückkehr ins Nachkriegswien beschäftigt. „Die Handelnden auf der Leinwand wissen in ihren abgesteckten privaten Bereichen mit Selbstgewissheit zu agieren. Bleibende Verbitterung, Zynismus, Verweigerung, Abkapselung, Schweigen sind ihren Charakteren fremd. Der filmischen Rede konnte der gerade beendete Krieg keine Erschütterung zufügen.“²⁹

Eine andere Produktion, ‚Der Prozeß‘ (1948, R: Georg Wilhelm Papst), wurde zur Zeit seiner Veröffentlichung noch aufgrund seiner thematischen Auseinandersetzung mit dem latenten Antisemitismus in Mittel- und Osteuropa zu einem finanziellen Misserfolg. Weitere politische Filme sind unter anderem ‚Kameradschaft‘ von Georg Wilhelm Papst, oder der weltweite Publikumserfolg und Anti-Kriegs-Film ‚Die letzte Brücke‘ (1954) von Helmut Käutner. Auch ein englischer Film förderte den Bekanntheitsgrad des Wiens der ersten Nachkriegsjahre, ‚Der dritte Mann‘ (R: Carol Reed).



Oben: Der Prozeß, 1963, Filmplakat

Unten: Der dritte Mann, 1950, Druck: F. Adametz, Filmplakat, 123 x 87 cm



²⁹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 16

2.2. Der Reise- und Heimatfilm

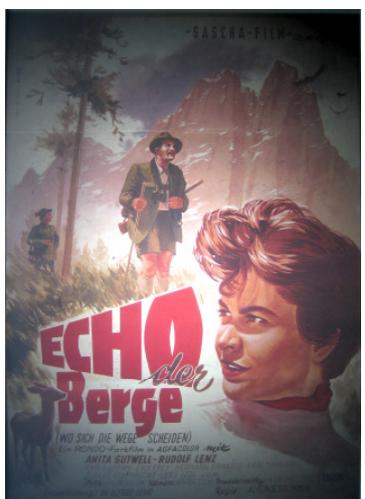


Fritz Pfister, *Der Hofrat Geiger*, 1948, Druck: E. Metten, Filmplakat, 84 x 60 cm

Die erste Drehlizenz nach dem Krieg wurde am 25. März 1946 an Geza von Cziffra für ‚*Glaube an mich*‘ (Arbeitstitel: Sonne über dem Arlberg) vergeben. Der Film zeigt eine klassische Verwechslungskomödie, die sich in einem Berghotel abspielt und von zahlreichen Schlagern begleitet wird. 1947 kam der erste Hans-Moser-Film nach 1945 heraus, ‚*Die ganze Welt dreht sich verkehrt*‘. Zu den Anfängen, dem ersten Film der Gattung *Reise- und Heimatfilm* zählt jedoch das verfilmte Lustspiel ‚*Der Hofrat Geiger*‘ von Willi Forst mit Paul Hörbiger, Hans Moser und Maria Andersgast, welcher einer der größten Nachkriegskinoerfolge war; unter anderem durch das Lied *Mariandl*.



Die dramatischen Hochgebirgsfilme, die es bereits in der Stummfilmzeit gab, fanden ihre Fortsetzung in den Fünfzigern in den Ganghoferfilmen. Erneut wurde auf Bekanntes gesetzt, gewohnte Darsteller und prominente Persönlichkeiten, vor allem Skifahrer. ‚*Echo der Berge*‘ (Deutscher Titel: *Der Förster vom Silberwald*) kennzeichnete 1954 den Beginn der Heimatfilmwelle, welche Harmonie und Naturschutzgedanken mit der Werbung für den Fremdenverkehr zu verbinden wusste. Treffend formulierte Walter Fritz dazu: „Simpler ist das österreichische Volk eigentlich nirgends dargestellt worden als in diesen Filmen, die dann auch als Visitenkarten dieses Landes exportiert wurden.“³⁰



Links Mitte:
Die Welt dreht sich verkehrt,
1947, Druck: F. Adametz,
Filmplakat, 120 x 86 cm

Links unten:
Echo der Berge, 1955,
Filmplakat, 120 x 86 cm

³⁰ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 82

2.3. Die österreichische Avantgarde (1950/55)

„Filmischen Realismus lehnen sie ab. [...] Surreale Motive, abstrakte Bildauflösungen, freie Assoziationsketten verändern den Charakter der Geschichten.“³¹ Der *Art-Club* in Wien war ein Treffpunkt für Künstler der avantgardistischen Kunst- und Filmszene in Österreich, wie unter anderem Kurt Steinwender, Ferry Radax oder Peter Kubelka (Letzterer war 1964 neben Peter Konlechner Mitbegründer des Wiener Filmmuseums). Zu erwähnen sind hier der surreale Kurzfilm von Wolfgang Steinwender nach Edgar Allen Poe ‚*Der Rabe*‘ (1951) und ‚*Und die Kinder spielen so gern Soldaten*‘ (1951) von Herbert Vesely nach Franz Kafka.

Die avantgardistischen Filme und Werke des Neoverismus (‚*Flucht ins Schilf*‘, 1953, oder ‚*Wienerinnen*‘ 1952, jeweils R: Kurt Steinwender) fanden in der Kunstszene große Anerkennung, jedoch war Österreich Anfang der 1950er Jahre noch immer vom deutschen Filmverleih und –vertrieb durch die jährliche Einfuhrquotenregelung, die Abrechnungsmodalitäten, sowie des Rohfilmmangels und schließlich noch wegen der Inbetriebnahme des ersten Fernsehversuchssenders 1955, finanziell abhängig. So wurden nur die Produktionen gefördert, welche die breite Masse und somit das deutsche Publikum ansprachen - zahlreiche Varianten der „typisch“ österreichischen Operetten-, Kaiser- und Heimatfilme.



Wienerinnen, 1952, Filmplakat



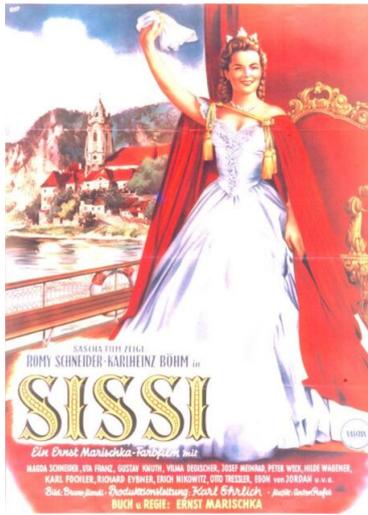
Flucht ins Schilf, 1953,
Piller-Druck, Filmplakat,
118 x 84 cm

Erst seit 1973 gibt es eine Filmförderung durch den Filmbeirat des Bundesministeriums für Unterricht und Kunst für den innovativen Film und Erstlingsarbeiten³².

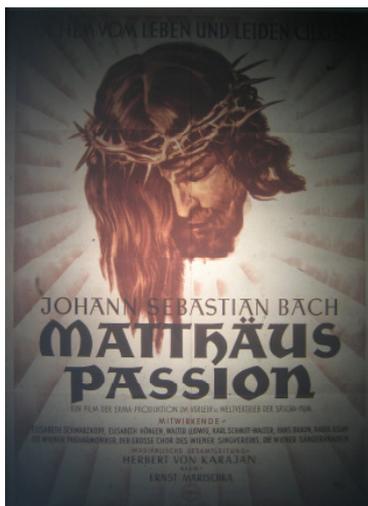
³¹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 49

³² Valie Export erhielt daraus als erste 1977 für ‚*Unsichtbare Gegner*‘ die Förderungsmittel.

2.4. Der historisch-biographische Film und der Wiener Film



*Sissi, 1955, Filmplakat,
16 x 86 cm*



*Matthäus-Passion, 1949,
Druck: F. Adamez,
Filmplakat. 61 x 42 cm*

„Im Zeitraum 1950 bis 1955 wurden Lebensbilder zahlreicher Persönlichkeiten verfilmt, unter den Politikern und Herrschern waren Erzherzog Johann, Maria Theresia, Andreas Hofer, Johann Orth, Viktoria von England, Adolf Hitler, Oberst Redl, Erzherzog Franz Ferdinand und Elisabeth von Österreich und unter den Künstlern Johann Strauß, Richard Tauber, Franz Schubert, Franz von Suppé, Alexander Girardi und Wolfgang Amadeus Mozart.“³³ Diese Filmgattungen sind bestimmt durch klassische Inszenierungen mit Majestäten, Herzögen, Gräfinnen, Fürsten, Tänzerinnen und vor allem dem Wiener Mädli begleitet von der passenden Musik aus der Zeit der Monarchie; wie in ‚Kaiserwalzer‘, 1953, R: Franz Antel, der in Deutschland das höchste Einspielergebnis eines österreichischen Films der damaligen Zeit erzielte.

Die bekannteste Trilogie, welche international bekannt wurde und für immer das Bild Österreichs maßgebend bestimmte, stammt von Ernst Marischka, die *Sissi*-Filme mit Romy Schneider. „Obwohl Marischka die schon 1949 gedrehte und sehr ambitionierte „Matthäus-Passion“ als seinen liebsten Film bezeichnete, waren die drei „Sissi“-Filme der Höhepunkt seiner filmischen Laufbahn. Sie waren aber auch gleichzeitig das Ende der Gattung der sogenannten historischen Wiener Filme.“³⁴

„Die Wiener Filme, die in der guten alten Zeit spielen, wurden schon seltener, es waren eigentlich die Hörbiger-Filme, und wenn es komischer werden sollte, war auch Hans Moser dabei.“³⁵ „Die Kombination aus dem nie existenten Operetten-Wien und einer Überbetonung der komischen Elemente machte diese Filme aus.“³⁶ Zu den klassischen

³³ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 67

³⁴ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 73f

³⁵ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 55f

³⁶ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 62

österreichischen Filmkomödien zählt unter anderem *Hallo Dienstmann* (1952) von Franz Antel mit Paul Hörbiger und Hans Moser. Daneben produzierte man Revuefilme, Sängerfilme in Anlehnung an die dreißiger Jahre von Ernst Marischka sowie zahlreiche Operettenverfilmungen bis 1954.



Paul Aigner, Hallo Dienstmann!, 1952, Filmplakat, 1 Bogen

Die Besprechung des letzten Filmgenres hat bereits einige Motive aufgezeigt, die charakteristisch für den österreichischen Film der Nachkriegszeit sind, und welche ich das Kapitel abschließend noch ausführlicher behandeln werde.

2.5. Das Österreichbild im Film

„Zu der Welt der Bilder und Ideen, die jeder Mensch aufbaut bzw. die sich jedem bietet, gehören neben dem stereotypen, klischeehaften Gedankengut noch imaginäre, symbolische und archetypische Vorstellungen, welche sich in den vergangenen Zivilisationen unter den verschiedensten Ausdrucksformen finden lassen und in gewisser Weise in der heutigen Kultur noch weiterleben, wie etwa in Kunst und Literatur, aber auch in Gedanken und Vorstellungen, von wo aus sie wiederum in die Sprache bzw. in andere Kommunikationssysteme fließen und sich insofern mit entsprechender Popularisierung der Werbezwecke nutzen lassen.“³⁷ In der Kunst heißt das, dass eine visuelle Kommunikation, die aus einem großen Bildrepertoire schöpft, deren Bedeutungen innerhalb soziologischer und kulturanthropologischer Traditionen variieren. „Bei der Bildinterpretation von visuellen Symbolen lassen sich vier Sinnschichten bzw. Bedeutungsebene unterscheiden: Die Ebene der bloßen Abbildungsbedeutung, der rein thematischen Bedeutung, der vielfältigen Bedeutung und der Ausdrucksbedeutung.“³⁸

Die österreichischen Filme und Filmplakate haben, einerseits bereits in Folge des Identitätsvakuums nach dem Ersten und ebenso dem Zweiten Weltkrieg und andererseits

³⁷ Böhm, Andrea: Kommunikationswissenschaftliche und kunstgeschichtliche Aspekte in der Werbefotografie; Dipl., Wien, 1996; S. 34

³⁸ ebenda; S. 35

unter dem Druck des deutschen Absatzmarktes, in Inhalt und Form eine nationale Identität konstruiert, welche aus Motiven beziehungsweise Zeichen wie dem Wiener Mädl, dem Dirndl oder der österreichischen Landschaft aufgebaut ist. Eine emanzipatorische Neuorientierung und Weiterentwicklung dieser erfolgte erst in der ersten Hälfte der 1960er Jahre.

Bei der anschließenden Besprechung dieser Motive beziehe ich mich auf die Arbeit von Elisabeth Büttner und Christian Dewald, die sich in ihrem Buch *Anschluß an Morgen* ausführlich diesem Bereich gewidmet haben und deshalb hier nur zusammenfassend angeführt werden.

2.5.1. Das Wiener Mädl

An erster Stelle ist hier das „Wiener Mädl“ zu nennen. „Wesentlich für die Aura des süßen Mädels bleibt die Atmosphäre des Ortes: Wien – vor allem an seinen Rändern. Das Laszive, das Schlendernde und narzisstische früher männlicher Schnitzlerfiguren biegen die sogenannten Habsburger-Filme zunehmend zurecht. Die süßen Mädeln im Kino werden zentral inszeniert, verleiten zum Schwelgen, zum Schwärmen, zum Träumen, zum Walzertanzen, zum Verlieben und Vermögen nun die Herzen ihrer Verehrer tatsächlich zu erobern.“³⁹ Diese Figur darf in keinem der österreichischen Nachkriegsfilme fehlen. Sie wird zum Bild der typischen Wienerin. Hierauf aufbauend stellt sich die Frage, welche Rolle diesem Frauentyp in den Filmen zukam.

Elisabeth Büttner liefert eine passende Beschreibung in Bezug auf die Filme von Franz Antel auf diese Frage: „Frauen, deren Körper auf einen vermeintlichen Schauwert hin inszeniert ist. Fräuleins, die in Bikini oder knapp geschnittenen, engen Revue-Kostümchen Bein, nackten Bauch und etwas Busen zeigen. Für den Verlauf der Geschichten, die die einzelnen Filme erzählen, bleiben sie blass und nebensächlich. Sie garnieren. Sie garantieren, wie Antel vermeint, hohe Zuschauerzahlen.“⁴⁰ In diesem Sinne bevölkern sie auch die Plakate der Heimatfilme, zumeist zwischen zwei Männern mit sehnsuchtsvollem Blick und im traditionellen Dirndl, während die Kontrahentin im Großteil der Filme die verrufene Femme fatale darstellt oder was dies impliziert, aus der modernen Großstadt

³⁹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 291f

⁴⁰ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 240

kommt. Zwar treiben sie durch ihr Handeln den Fortgang der Geschichte voran, jedoch meistens nur, um den Filmhelden zu seinem und damit ihrem Glück zu verhelfen.

2.5.2. Das Dirndl

Als integrativer Bestandteil der Filme der Nachkriegszeit wurde das Dirndl zum Symbol der alten Traditionen und einer heilen Welt, in der alles möglich ist, sogar die Überschreitung der sozialen Grenzen. Die Bekleidung der ländlichen Bevölkerung, avancierte durch den von den Filme vermittelten neuen Sinngehalt zu einem modischen Kleidungsstück, welches von allen Gesellschaftsschichten getragen wurde. „Mit dem Dirndl verbindet sich ein Bekenntnis, manchmal eine Strategie, gelegentlich ein Indiz für Heimweh. Anita Gutwell trägt es auf der Alm. Lotte Ledl bei ihrer Eroberung eines wohlhabenden Hoferben. Romy Schneider denkt als Elisabeth von Österreich volkstümlich gewandt zurück an ihre bayrische Heimat, die keine Hofkonventionen kannte. Marte Harell, Winnie Markus, Maria Andergast, Annie Rosar zeigen sich in ihren Filmen volksverbunden im Dirndl.“⁴¹

2.5.3. Topographie

Als das wichtigste Motiv der österreichischen Nachkriegsfilme ist die österreichische Landschaft anzuführen. Für die zahlreichen Heimat- und Wiener Filme der Nachkriegszeit bildet die Gebirgswelt, mit den Wälder, Seen und Flüsse sowie die historischen Städte und Orte eine Kulisse, deren Landbevölkerung mit ihrer beständigen Tradition und Volkstum eine Welt der Ordnung und des Pflichtbewusstseins vermittelte, nach dem sich die österreichische Bevölkerung dieser Zeit sehnte. Besonders die Proteste gegen „Schmutz und Schund“ der katholischen Jugend führte in den 1950er Jahren zu einer Habsburgernostalgie und der damit verbundenen Glorifizierung von Österreich, im Speziellen Wien und am Land in Zusammenhang mit der alten traditionellen Volkskultur. „Lange sind diese Bilder von einem vorgefaßten Blick bestimmt. Zunächst erzählt dieser Blick von der Unverwundbarkeit des Landes Österreichs. Später bricht er sich am Kalkül um das Geschäft mit dem Tourismus. In den siebziger Jahren setzen Versuche ein, das Spiegelbild wieder in ein eigenes Bild zurückzuverwandeln.“⁴²

⁴¹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 258

⁴² Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 305

„Zur Konstruktion nationaler Identität sowie zur Verbreitung und Verfestigung der Idee einer einheitlichen Nation bediente man sich neben anderer Mittel auch der Staatssymbole. Wappen, Fahnen, Kronen, Personen, Ereignisse, symbolische Orte und Gebäude haben durch Jahrhunderte Zusammengehörigkeitsbewusstsein konstituiert.“⁴³ Die bedeutendsten sind natürlich die österreichische rot-weiß-rote Fahne der Ersten Republik und der Stephansdom, der als sakrales Symbol alle politischen Systeme überdauerte. Aber vor allem die Zeit der Monarchie mit ihrem Zeremoniell und die dafür stehenden Uniformen wurden zu einer bestimmenden Symbolik der österreichischen Nachkriegsfilme, die sich auch in der Gestaltung der dazugehörigen Plakate niederschlug.

3. Die Entstehung des Plakates⁴⁴

In diesem Kapitel werde ich kurz die Entstehung des Plakates umreißen und spezifische Merkmale der Plakatgestaltung und dessen Entwicklung aufzuzeigen, woran zeitlich mit dem Kapitel des österreichischen Filmplakats anschließen werde. Aufgrund der großen Anzahl an Plakaten aus der Zeit der Entstehung bis zum ersten Weltkrieg konzentriere ich mich primär an stilistischen oder motivischen Eckpunkten, die einen rezeptionsästhetischen Wandel aufzeigen und auch auf das Filmplakat anwendbar sind.

3.1. Der Bewusstseinswandel in der Plakatrezeption

Die Anschläge, die erst mit der Erfindung des Buchdruckes möglich waren, dienten im Zeitalter der Industrialisierung als ideales Kommunikationsmedium in den rasch wachsenden Großstädten des 18. Jahrhunderts. Durch die Nutzung großer Hauswände

⁴³ Jobst-Rieder, Marianne: »Österreich über alles, wenn es nur will!«. Staats- und Herrschaftssymbole im Plakat 1914-1945; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 13

⁴⁴ Vgl. Henatsch, a.a.O.

wurde es möglich ein breiteres Publikum zu erreichen, wofür die ersten Vermietungen von freien Wandflächen für Anschläge wie 1825 in London sprechen.

Aus den ersten Schriftplakaten entwickelten sich in der Mitte des 19. Jahrhunderts die rein bildlichen Darstellungen mit kurzem Begleittext. „Die konstitutiven Elemente der neu entstehenden Plakatsprache setzen einen Bewusstseinswandel gegenüber dem Medium voraus, der sich im Laufe der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts vollzog und durch die Entwicklung vom Anschlag zum Plakat gekennzeichnet ist.“⁴⁵ Auch die Auftraggeber fingen an künstlerische, formale oder psychologische Ansprüche zu stellen. Gestalterisch gab es noch keinen eigenen „Plakatstil“, sondern man orientierte sich formal an der Antike und der Cinquecentomalerei Italiens. Diese veränderte Kunstauffassung des neuen Mediums verschaffte dem Plakat über dessen funktionale Bestimmung hinaus Anerkennung als künstlerische Arbeit⁴⁶, wodurch auch die Voraussetzung für einen internationalen Vergleich der Plakatentwicklung und deren Kriterien gegeben war. Es folgten die ersten Plakatausstellungen, unter anderem 1884 in Paris und Brüssel, und Publikationen⁴⁷, welche die zentrale Rolle der französischen Plakatkünstler verdeutlichten.



Anonym, Johann Strauß im k.k. Prater, 1866, 95 x 64 cm

Die wissenschaftliche Aufarbeitung der Plakate stellte um 1900 eine Konzentration der künstlerische Rezeptionssteuerung zum Betrachter hin fest und in Folge eine starke Bindung zur Künstlerszene (wie zum Beispiel in Österreich den Wiener Secessionskünstlern). Die gesellschaftliche Rezeption stand nun im Vordergrund, da deren Stellung als modernes Kommunikationsmittel mit propagandistischer Wirkung erkannt worden war. Vor allem das Künstlerplakat trat in den Vordergrund und es wurden vermehrt Versuche unternommen, komplexe Zusammenhänge zu tradierten Kunstvorbildern herzustellen sowie Einflüsse auf den traditionellen Kunstbereich aufzuzeigen.

⁴⁵ Henatsch, a.a.O.; S. 15

⁴⁶ Plakate wurden zu Sammelobjekte von Museen und Kunstfreunden.

⁴⁷ z.B.: Maindron, Ernest: Les Affiches Illustrees (1886), Hiatt, Charles: Picture Posters (1895) oder Sponcel, Jean Louis: Das moderne Plakat (1897)

3.2. Voraussetzungen für den Wandel des Kunstverständnisses



Charles Philippon: *les Poires*. Aus: *Le Charivari*. 1924

Bei den Voraussetzungen für den Wandel des Kunstverständnisses stehen an erster Stelle die neuen Reproduktionsmöglichkeiten durch die Entwicklung der Druckgrafik⁴⁸. „Ab 1800 werden die ersten lithographischen Druckanstalten gegründet. Die Erfindung von Schnellpressen und lithographischem Farbendruck (1838) schließen sich in den 30er Jahren an. In den 70er Jahren ist diese für das Zeitalter der Druckerzeugnisse grundlegenden Technik weitgehend perfektioniert.“⁴⁹



Fred Walker, *Woman in White*, 1871

Damit einher ging ein Wandel des Rezeptionsverhaltens, denn das konsumierende Publikum musste lernen, die neuen gestalterischen Mittel zu verstehen. Entscheidend hierfür war das Auftauchen von politischen und sittengeschichtlichen Karikaturen in den Dreißiger und Vierziger Jahren des 19. Jahrhunderts in Paris (wie zum Beispiel von Honoré Daumier). „Sie alle verbindet eine charakteristische Art der pointiert-ironischen, dabei aber allgemein verständlichen und volkstümlichen Formensprache, mit der sie Menschen in alltäglichen Situationen schildern.“⁵⁰ Diese besondere Formensprache war für die Veränderung des Rezeptionsverhaltens ausschlaggebend (wie z.B. Karikatur König Louis-Philippes von Charles Philippon zeigt). Fast zur gleichen Zeit entstehen in Frankreich und England zwei wichtige Reklamen, von Edouard Manet *Les Chats* (1869) und Fred Walker *Woman in White* (1871). Letztere weist bereits die wichtigsten Kennzeichen des Plakatstils auf - neben der

⁴⁸ Vor allem die Erfindung der Lithographie durch Alois Senefelder 1796/98 ist in diesem Zusammenhang zu erwähnen.

⁴⁹ Henatsch, a.a.O.; S. 27

⁵⁰ Henatsch, a.a.O.; S. 26

Einbeziehung des Betrachters ist hier die in die Komposition integrierte Schrift anzuführen sowie die Schwerpunktsetzung auf das zu bewerbende Objekt, die einfachen Linienführungen und die kontrastierenden Flächen. Jedoch waren diese Gestaltungsprinzipien dem Rezeptionsverständnis des damaligen Publikums, voraus und es brauchte erst ein neues Sehverständnis, welches sich in den 1880er Jahren durch die Stilelemente der Gruppierung um William Morris in England und der *Nabis* in Frankreich⁵¹ entwickeln konnte. Die Entdeckung des japanischen Holzschnitts beeinflusste deren ornamentalen und auf Einfachheit zielenden Stil, den auch die Künstler der Wiener Secession aufgriffen.

1897 wenden laut Jean Louis Sponcel erst zwei Künstler in Österreich die aus dem Ausland übernommenen neuen Gestaltungsprinzipien an, Hans Schließmann und Heinrich Lefler. Bis zum Ersten Weltkrieg hatte sich in Österreich kein einheitlicher Plakatstil entwickelt. Nur die einzelnen Künstlerbewegungen wiesen einheitliche Gestaltungselemente auf: die *Secessions-Gruppe*, der *Hagenbund* oder die *Künstlerhausgruppe*.

Ausschlaggebend für die künstlerischen Entwicklung waren die innovativen Neuerungen der in dieser Zeit entstandenen *Wiener Secessionsbewegung* und deren Verbreitung über deren Künstlerzeitschrift *Ver sacrum*, worin die Künstler Ankündigungs-Blättern der Secessions-Ausstellungen veröffentlichten, welche durch ihren einzigartigen Plakatstil das Publikum ansprachen. „Dieses sehr komplexe dialektische Wechselverhältnis – zwischen der Vorgabe eines autonomen und damit sich abgrenzenden Kunstanpruches auf der einen und lebensnaher Einbeziehung äußerer und innerer Rezeptionsvorgaben auf der anderen Seite – bildet eines der zentralen zeitgenössischen Diskussionspunkte in der Auseinandersetzung um Sinn und Wert der Kunst im allgemeinen und des Plakates im speziellen.“⁵²

Deutlich erkennbar ist dieser Umbruch in der Werbung der Kalender-Verlagshandlung *Fromme* des Gründungsmitgliedes der Wiener Secession Koloman Moser (wo auch das erste Wiener Secessionsplakat von Gustav Klimt erschien). Als herausragende Künstler in der Konsum- und Tourismuswerbung sind ebenfalls Joseph Maria Auchenthaller, Adolf Karpellus, Alfred Roller, Emil Ranzenhofer und Bertold Löffler zu nennen, die sich im

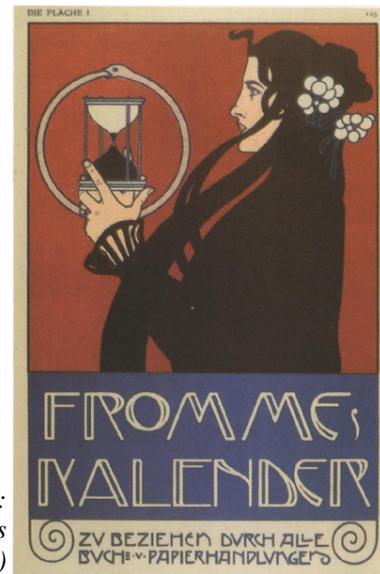
⁵¹ unter anderem: Henri de Toulouse-Lautrec, Alfons Maria Mucha, Jules Chéret, Eugene Grasset.

⁵² Henatsch, a.a.O.; S. 44

Gegensatz zum ornamentalen Stil der Secessionisten durch die Konzentration auf eine figurale und erzählerische Darstellungsweise auszeichnen.



Links:
Anonym, *Frommes Kalender*,
ca. 1880/85



Rechts:
Koloman Moser, *Frommes Kalender*, 1899 (Farbvariante)

„Der folgende Erste Weltkrieg brachte neben dem gewaltigen menschlichen Leid einen damit einher gehenden künstlerischen Verfall mit sich. Viele Maler, Graphiker, Dichter und Gelehrte, die vormals die Ideale des Humanismus propagiert hatten, verfielen einem dumpfen Chauvinismus und einer oft abstoßenden Blutrünstigkeit. Man schwelgte in der Formensprache einer traditionalistischen Nostalgie und betrachtete alle modernen Tendenzen als möglichen „fremdländischen“ Einfluss.“⁵³

Die Secessionenplakate der Zwischenkriegszeit halten den Vergleich mit den vorangegangenen Plakaten der Gruppe nicht Stand. Nach Bernhard Denscher ist kaum mehr etwas „von der einst angestrebten Verbindung von Kunst und Alltag erhalten geblieben. Zumeist überwogen eher lieblose Zusammenstellungen von Werkproduktionen und mehr oder minder geschmackvoll ausgesuchten Schriften. Die wenigen herausragenden Beispiele stammen – wie beim Hagenbund – von Außenstehenden.“⁵⁴

In den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts ging man weg von den ornamentalen und typographischen Lösungen des Jugendstils und verschiedene Kunstrichtungen nahmen Einfluss auf das Plakatschaffen, wie der Kubismus, der Expressionismus oder der Konstruktivismus. Hierauf werde ich aber näher im Kapitel über das Filmplakat zu

⁵³ Denscher, Bernhard: *Österreichische Plakatkunst 1898–1938*; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 99

⁵⁴ ebenda; S. 107

eingehen. Zuvor möchte ich jedoch noch einige wichtige Präsentationsstrukturen der Plakate anführen, die sich bis in die 1920er Jahre herauskristallisiert haben.

3.3. Die Wirkung des Plakats – Strukturen der Präsentation

Martin Henatsch unterteilt die ersten Plakate in spezifische kunsttheoretische Gruppen nach deren darstellerischen Ebene und deren Bezug zum Betrachter. Ausgehend von der abstrakten Ebene, der ungegenständliche Darstellungsweise, bis hin zum stärkeren Einbezug des Betrachters. Auf diese Strukturanalyse des Plakates komme ich zu sprechen, um aufzuzeigen, aus welcher spezifisch stilistischen Tradition der Plakatkunst sich die Filmplakate entwickelt haben, und im Anschluss in der Plakatbesprechung untersuchen, inwieweit sich diese in die Fünfziger Jahre des 20. Jahrhunderts an diesem Schema orientieren beziehungsweise weiterentwickelt haben.

3.3.1. Abstraktion

Die Vermittlung der abstrakten oder stilisierten Darstellungsweise erfolgt über die Schrift sowie der Linie und Symbolen. Die Abstraktion lässt sich in zwei Richtungen unterteilen, die eine konzentriert sich auf den Werbeträger und die andere zielt mit Hilfe der planen Gestaltungsweise auf Fernwirkung.

Die Richtung der Abstraktion ist vor allem in den Plakaten im Umkreis des Wiener Jugendstils zu finden. „Im Werbemedium Plakat wird die Einflussnahme von Gestaltungselementen des Jugendstils, seien sie floraler oder abstrakter Natur, lediglich am Rande der Bildinformation quasi als illustratives Beiwerk erfolgen, meist ohne auf prinzipielle Eigenschaften des Plakates wie Flächigkeit, Farbigkeit etc. Einfluss zu nehmen.“⁵⁵ Die Spannung, die durch die Abstraktion erzeugt wird, findet ihre Erklärung im Begleittext. Diesem ist neben dessen Mitteilungszweck auch selbst eine ornamentale Wirkung eigen.

⁵⁵ Höltinger, Klaus: Das österreichische Plakat 1873-1914; Diss., Wien, 1980; S. 41

3.3.2. Allegorie und Narration

Allegorien, wie Personifikationen oder Handlungsschemata allegorischen Charakters, finden sich im historisch orientierten Diplomstil, vor allem in Deutschland in den Siebziger Jahren des 19. Jahrhunderts. Dort werden als gestalterische Elemente unter anderem architektonische Rahmen, Wappen und Embleme eingesetzt. Für die neuen technischen Erfindungen und Berufe wurden Anfang des 20. Jahrhunderts neue Allegorietypen und Attribute mit entsprechenden Versatzstücken und neuen Bedeutungsinhalt erfunden (wie zum Beispiel für Elektrizität).

3.3.3. Demonstration

Diese Kategorie stellt das Werbeobjekt in eine Art Bühnenraum, so wird der Betrachter zum Zuschauer und das Plakat als eigene Realitätssphäre selbst zu einer Bühne. Dieser Darstellungstypus wurde vor allem um 1900 bei der Gestaltung von Theater- oder Revueplakaten verwendet, aus welchem sich auch die Filmplakate entwickelten.

3.3.4. Konfrontation

Der Betrachter wird direkt, wie zum Beispiel durch Blickkontakte, in das Geschehen im Plakat miteinbezogen. Diese strukturelle Gliederung wendeten Grafiker vor allem bei der Gestaltung politischer Plakate während des Ersten Weltkrieges oder in Frankreich - wie unter anderem Henri Toulouse-Lautrec oder Théophile Steinlen - an. „Bildnerisch suggestive Mittel hierfür sind sehr häufig starke Nahsichtigkeit oder Unterperspektive, welche die dargestellten Personen oder Objekte in ihrer Wirkung mächtiger erscheinen lassen.“⁵⁶

3.3.5. Identifikation

Bei dem letzten Darstellungsschema dieses Unterkapitels, der Identifikation, übernehmen Verweisfiguren durch deren identifikatorischen Charakter die Überleitung ins Bild, wodurch der Betrachter selbst in Aktion mit dem Werbeobjekt tritt. Eine ähnliche

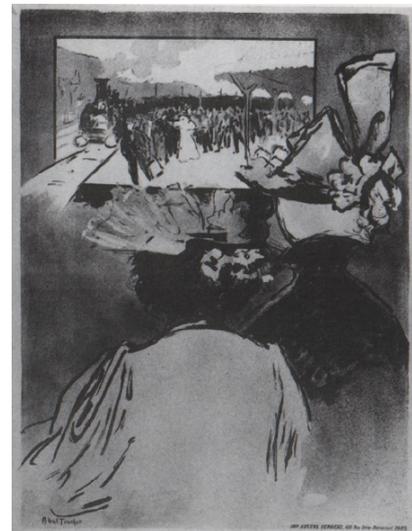
⁵⁶ vgl. Henatsch, a.a.O.; S. 108

Gestaltungsweise findet sich in den Arbeiten Caspar David Friedrichs, der mit seinen Rückenfiguren denselben Effekt erzielte.

4. Das Filmplakat

„Das Filmplakat steht in einem Verbund von Bildern, die den Film gezielt präsentieren und ihn verkörpern möchten: als kulturelles Artefakt, als visuelles Ereignis, als soziale Erfahrung.“⁵⁷

Filmplakate zeigen eine Jahrzehnte alte Tradition der österreichischen Kultur, welche fast zur Gänze übersehen wurde. Bereits das einleitende Kapitel über die Geschichte des Films in Österreich hat verdeutlicht, wie wichtig das Kino in der Zwischenkriegszeit für die Bevölkerung war, als ein Ort, um der harten Realität des Alltags entfliehen zu können. Mit der Einführung des Tonfilms und dem großen Angebot an ausländischen Filmen, verlangte es nach werbewirksamer Reklame. „Mit der Eröffnung des ersten Wiener Kinos im Jahre 1896 setzte auch die Werbung für diese bald florierende Sparte der Unterhaltungsindustrie ein.“⁵⁸ Eines der ersten Filmplakate stammt zum Film der Brüder Lumière *L'arrivée d'un train en gare de la ciotat* (1895) und greift in der Gestaltung genau den Moment des Filmes auf, den die Zuschauer, die zuvor noch nie bewegte Bilder gesehen hatten, zu erwarten hatten. „Das Aufsehen, das dieser frühe Film erregte, und seine noch ungewohnte, zu jener Zeit jeden bisherigen Rahmen sprengende Wirklichkeitsillusion kommen in diesem verlängerten Schienenpaar zu überraschender Sinnfälligkeit. Als Erzählstrang, energetische Lichtbahn und Projektionsstrahl zugleich dringt es in den Zuschauerraum. Wahrnehmungsschock, den das neue



Abel Truchet: *Cinématographie*, um 1896

⁵⁷ Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang und Heller, Martin (Hrsg.): *Das Filmplakat*. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 38

⁵⁸ Denscher, 1992, a.a.O.; S. 9

Medium bereithält, sucht sein Publikum.“⁵⁹

„Da die Filme zu einem festen Preis vermietet wurden, flossen alle Profite, die eine erfolgreiche Werbekampagne erwirtschaften konnte, in die Kinokassen. [...] Plakate in den Foyer der Kinos und auf der Straße zählten zu den zentralen Werbemedien.“⁶⁰ Bereits in den achtziger und neunziger Jahren des 19. Jahrhunderts entwickelten sich jedoch Werbemethoden, welche aufgrund deren inhaltlich irreführenden Angaben zu öffentlicher Kritik führten und zur Einführung diverser Kontrollinstanzen, welche sich für wahrheitsgemäße Werbung einsetzten. Dies führte auch dazu, dass die Gestaltung der Reklame nicht mehr in der Hand der Kinounternehmen lag, sondern unter die Kontrolle der Produktions- und Verleihfirmen fiel.

In den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts erfolgte ein Zusammenspiel von Gebrauchsgraphik und künstlerischen Bildtraditionen. „Gleichzeitig setzte eine Professionalisierung der Werbeberater oder Reklamechefs, wie sie damals hießen, ein, welche die Werbeanstrengungen großer Firmen und Filmkonzerne koordinierten und darauf achteten, dass die Plakate den entsprechenden Auflagen an Werbewirksamkeit entsprachen.“⁶¹ Es entstand eine Verwissenschaftlichung von der anfänglichen Kunst der Straße zum wirksamen Werbemedium. Ebenso begann ein Umdenken und unter dem Einfluss des deutschen Expressionismus tauchten künstlerische Filme mit entsprechend gestalteten Plakaten auf.⁶² Auch die Studios fingen an, Künstler zur Gestaltung innovativer Plakate einzuladen. „Zeichenhaft verkürzt und bald für alle verständlich trugen sie die Konnotation „künstlerisch wertvoll“ plakativ vor sich her. In einer klassischen Übertragung sollten diese assimilierten Stilfragmente nicht nur die künstlerischen Ambitionen der Filme verdeutlichen, sondern ebenso das Kino als gehobene Unterhaltungsstätte in das Bewusstsein breiter bildungsbürgerlicher Schichten heben.“⁶³

⁵⁹ Magener, Jörg: Kino vor dem Kino; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich 1995; S. 9

⁶⁰ Staiger, Janet: Waren anpreisen, Kunden gewinnen, Ideale verkünden. Nachdenken über Geschichte und Theorie der Filmwerbung; in: Hediger, Vinzenz/Vondauer, Patrick: Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung; Schüren Verlag, Marburg, 2005; S. 26

⁶¹ Ernst, Meret: Regie der Verführung – Vortechischer Bildstil im impressiven Stummfilmplakat; in: Beilenhoff, Wolfgang; Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 70

⁶² wie z.B. Das Cabinet des Dr. Caligari, 1920; Von Morgen bis Mitternacht, 1920; Genuine, 1920; Der Golem, wie er in die Welt kam, 1920.

⁶³ Ries, Marc: Strasse; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 70

Jedoch darf bei dem Großteil der Filmplakate nicht außer Acht gelassen werden, dass die Auftraggeber einen relativ starken Einfluss auf deren Erscheinungsbild hatten. „Dennoch schaffte es eine Reihe von Graphikern, eine Form zu entwickeln, die einen künstlerischen Anspruch mit einer populären Gestaltung verbanden und damit der eigentlichen Funktion des Werbemediums gerecht wurden. Hier sind vor allem die ausschließlich auf den Entwurf von Reklame spezialisierten Ateliers von Paul Aigner, König-Weninger, Georg Pollak, Victor Th. Slama und E.H. Waldner zu nennen.“⁶⁴

Zeitgleich erfolgte eine technische Perfektionierung des Sehens unter der Verwendung von Objektiven, Okularen und Spiegelreflexionskameras. Neue Möglichkeiten der Aufnahme wie Zeitlupe und –raffer und die bewegliche Kameras, mit der die Filmaufnahmen nicht mehr von einem fixen Kamerastandpunkt aus gefilmt werden mussten, veränderten das bisherige Sehverhalten maßgebend. „Die neue Kunstpraxis sollte eine an Technologie und Industrie gebundene und ihnen verpflichtete Modernität einlösen. Gefordert war also eine Synthese von Kunst und Produktion.“⁶⁵ Diese neuen filmischen Möglichkeiten, wie der filmischen Bewegung, fanden deren Umsetzung in der graphischen Plakatgestaltung. Vor allem im nachrevolutionären Russland, der Zeit der russischen Avantgarde, war das Plakat ein ideales Propagandainstrument zur Organisation des städtischen Lebensraumes. Wie auch in Österreich dienten Filme aus Amerika, Frankreich oder Deutschland der wirtschaftlichen Förderung der eigenen Filmproduktionen.

Nach dem Zweiten Weltkrieg bestimmten Filmplakate das Stadtbild und vor allem im Nachkriegs-Deutschland entwickelte sich eine große Anzahl an künstlerisch innovativen Filmplakaten. Jedoch überschwemmten mit der Wirtschaftspolitik der Alliierten (vgl. theoretischer Teil, Kapitel 1.4.2.), der Filmkontingentierung und dem fehlenden Filmhauptabnehmer Deutschland, ausländische Filme, vor allem amerikanische Produktionen, Österreich. Aus diesem Grund werden die meisten Publikationen zu dem Bereich der Filmplakate von Illustrationen zu Hollywood-Produktionen beherrscht, bis auf die wissenschaftlichen Arbeiten der Plakatsammlung der Nationalbibliothek unter der Leitung von Mag. Christian Maryška. Neben der geringen publizistischen Erfassung der österreichischen Filmplakate, welche die Recherche dieser Arbeit im Bezug auf die

⁶⁴ Denscher, 1992, a.a.O.; S. 117-122

⁶⁵ Kanai, Anna: Der gedruckte Film – Das konstruktivistische Filmplakat der 20er Jahre; in: Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 108

Nachkriegszeit, trotz des zahlreichen Angebots an Filmplakaten der Plakatsammlung der Wienbibliothek, erschwerte, ist die Tatsache, dass die Filmbranche wie in der Anfangszeit dem Markt der Nachfrage unterlag und damit, wie bereits oben erwähnt, die Plakatünstler den Vorgaben der Verleihfirmen - wie der Nennung der Hauptdarsteller und der Filmtitel-unterlagen.

Eberhard Urban beschreibt die Situation der Plakatünstler in der Bundesrepublik während der Zeit der fünfziger und sechziger Jahre des 20. Jahrhunderts, als wieder Kontrollmaßnahmen bezüglich der Plakatgestaltung aufkamen (derartige „Zensuren“ wurden wie bereits erwähnt auch auf den österreichischen Markt angewandt): „Die sittlichen Einwände waren oft nur Vorwände, fadenscheinig wie die Aktion „Saubere Leinwand“ – womit nicht das Bettuch, sondern die Kino-Leinwand gemeint war. „Sittenfilme“ wurden die „unsittlichen“ Filme genannt. Die fadenscheinheiligen Entrüster durften zwar keine Zensur ausüben, die durch das Grundgesetz der Bundesrepublik verboten war. Aber durch Kampagnen gegen „Schmutz und Schund“, bei denen auf Marktplätzen und Schulhöfen auch Scheiterhaufen brannten, deren Flammen „schädliche“ Literatur übergeben wurde, und Proteste vor und in den Kinos herrschte ein Klima der Einschüchterung. Groß war 1951 die Entrüstung, als im Film „Die Sünderin“ Hildegard Knef für einen Augenblick nackt zu sehen war. Durch Gesetze zum Schutze der Jugend und durch die Institutionalisierung der freiwilligen Selbstkontrolle erreichten die Zensoren ihre Ziele. In den Filmen wie in den Plakaten. Die freiwillige Selbstkontrolle (FSK) der Filmwirtschaft ließ sich seit 1953 alle Entwürfe für Plakate vorlegen“⁶⁶

4.1. Filmplakatkunst

Wie schon in dem Überblickkapitel über die Entstehung des Plakates erwähnt, finden sich die Wurzeln der Filmplakate in den Anschlägen für die Theater- und Musikhallen des 19. Jahrhunderts. Dies erklärt sich daraus, dass die ersten Filme vor den Aufführungen in fixen Lichtspieltheatern Teil der Wanderkinos und des Jahrmarkt- beziehungsweise des Varietéprogramms waren. „Als unübersehbare Bestandteile einer Stadtlandschaft begleiteten die Plakate nicht nur den urbanen Alltag. Das massenhafte Auftreten eigentlicher Plakatwände in den Großstädten Europas hatte bereits gegen Ende des 19.

⁶⁶ Urban, Eberhard: Filmplakat und Plakatkunst; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 28

Jahrhunderts zuerst in Frankreich etwas später in Deutschland eine wahre Sammelleidenschaft entzündet.“⁶⁷ Der Wert des Plakates war allerdings ein geringerer als der von Kunstwerken, da sie zumeist auf minderwertigem Papier und zusätzlich noch in einer tausendfachen Auflage hergestellt wurden. Aufgrund dessen waren sie nur kurzlebig, denn ohne anerkannten künstlerischen Wert wurden sie nach Ende der Spielfilmzeit entsorgt, weshalb nur wenige Plakate aus der Anfangszeit erhalten sind. „Die Frage, ob Filmplakate Kunst seien, scheint spätestens seit dem Bauhaus irrelevant. Die Gestalter entschieden sie auf ihre Weise, sie signierten die Plakate und erklärten sie damit einfach zu Kunstwerken.“⁶⁸

Die Gestaltung der Plakate wurde neben den strengen Vorlagen (wie dem Schriftanteil und die Platzierung der Namen der Hauptdarsteller) zusätzlich durch das eingeschränkte Informationsmaterial der Verleihfirmen (Standfotos, Presstexte, etc.) vor allem bei den amerikanischen Verleihern erschwert und in den seltensten Fällen bekam ein Grafiker den Film vor Arbeitsbeginn zu sehen. „Die übersetzte Inhaltsangabe war häufig dürftig und für Werbezwecke geschönt. Es gab Fotos von Darstellern, Landschaften, Bildsymbolen und einigen Szenen, von denen man aber nicht wissen konnte, ob sie in der deutschen Fassung noch vorhanden sein würden.“⁶⁹ Weshalb sich viele Graphiker darauf beschränkten, einfach die Standfotos abzumalen oder die Hauptdarsteller abzubilden, und diese abschließend mit einem in werbewirksamen, grellen Farben hervorgehobenen Textblock zu ergänzen. „Am Ende entschied der Auftraggeber, meist der Verleihchef, welcher Entwurf als Plakat in die Schaukästen der Lichtspieltheater gelangte.“⁷⁰

Letztendlich nahmen mit der technischen Revolutionierung bereits in der Nachkriegszeit die malerischen Filmplakate drastisch ab und mit Beginn des Videoverleihs Anfang der achtziger Jahre des 20. Jahrhunderts und der Verbreitung von Filmplakatmotiven als Video- beziehungsweise DVD-Covers, kamen die ersten Urheberrechtsstreitigkeiten auf. Anfangs konnte sich das Plakat trotz der neuen Kommunikationsmöglichkeiten als graphischer Werbe- und Informationsträger behaupten. Mit dem Auftauchen neuer

⁶⁷ Ernst, a.a.O.; S. 68

⁶⁸ Maryška, Christian: Lockrufe der Zerstreuung. Filmplakate 1914-1945; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 23

⁶⁹ Fischer, Hans: Klaus Dill zwischen Kunst und Kommerz; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 42

⁷⁰ Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 8

Technologien, der Möglichkeit mit Fotodesigns und Hilfe des PCs, verschwanden die traditionell illustrierten Filmplakate jedoch bald.

4.1.1. Die Plakatkünstler

Der erste Abschnitt über die Filmplakate hat ebenfalls einen guten Einblick in die Arbeitssituation geliefert, in welcher sich die „Plakatkünstler“ befanden. Zusätzlich möchte ich Sim Branaghan, der in seinem Buch *British Film Posters* sehr ausführlich über die Entwicklung und den Verlauf der Filmplakate sowie eine Anzahl der wichtigsten britischen Plakatkünstler des 20. Jahrhunderts schreibt, im Bezug auf die Rolle des Plakatkünstlers zitieren: „One result of this state of affairs is that film poster artists overall are a pretty anonymous bunch. Many posters were simple one-offs, given to an independent freelancer at short notice, and any attempt to list every artist who ever produced a British poster would be a futile, if not impossible, endeavour. Despite this rather unpromising scenario, a handful of artists have built successful long-term careers creating film publicity in Britain over the last century.”⁷¹ Diese Aussage bezieht sich natürlich auf die englischen Plakatkünstler, jedoch verhielt es sich in Österreich und auch in Deutschland nicht viel anders, denn in den seltensten Fällen finden sich genaue biographische Angaben beziehungsweise ist die Identität des Graphikers überhaupt bekannt.

So entstanden die Filmplakate in Österreich anfangs auch meistens in der Zusammenarbeit von verschiedenen Künstlern, die von diversen Firmen angestellt wurden. Die Signaturen der Künstler wurden aber oft vor der Überarbeitung und dem Druck entfernt und der Zweite Weltkrieg trug viel dazu bei, dass in der Zweiten Republik viele bis vor dem Krieg bekannte Plakatkünstler vergessen wurden. Seit Anfang der 1960er Jahre entstanden Colleges für Grafiker und diese übernahmen ab den achtziger Jahren die Plakatgestaltung fast zur Gänze.

⁷¹ Branaghan, Sim: *British Film Posters - An Illustrated History*; British Film Institut, London, 2006; S. 60

4.2. Ästhetische Gestaltungsmittel

„Der Film ist eine Ware wie andere Waren auch und muss um seines Gewinnes wegen, den er abzuwerfen verspricht, produziert werden.“⁷² Und in diesem Sinne muss er auch beworben werden. Werbemaßnahmen jeglicher Art, wie Trailer, Filmplakat oder Standbilder, konkretisieren bestimmte Aspekte und beeinflussen unsere Erwartungen auf einen Film. Die Wahrnehmung der Plakatinhalte baut auf einer wechselseitigen Kommunikation zwischen dem Rezipienten und dem Plakat an sich, sowie der Plakatumgebung, dem Betrachtterraum, auf, welche vom gemeinsamen ästhetischen Verständnis ausgehen (vgl. theoretischer Teil, Kapitel 3.2.). Das Plakat als Vermittlungsinstanz dient mit Hilfe ästhetischer und psychologischer Gestaltungsprinzipien der gesellschaftlichen Kommunikation. Hierzu zählen neben *sozialhistorischen Bezügen*, welche ich in den ersten beiden Kapitel geliefert habe, auch die *rezeptionsästhetischen Motive*, die unserer Sehverständnis bestimmen und parallel zur Plakatentwicklung entstanden und es uns ermöglichen, die Plakate sowie die Filme zu verstehen. „Ferner sind wir heute mehr denn je davon überzeugt, dass nur wahrgenommen werden kann, was sich sprachlich oder bildlich erfassen lässt. Erst die Ausrüstung mit kulturell erlernten Mustergeschichten, Typologien und Kategorien befähigt uns, unsere Wahrnehmung oder Wirklichkeit so zu ordnen, dass sie uns sinnvoll erscheint.“⁷³ So schöpfen wir aus einem Jahrhunderte alten, kulturell modifizierten Bildrepertoire.

Direkt daran schließt ein weiterer Aspekt an, die *stilistische Entwicklung*, die sich in der künstlerischen Innovation zeigt und ebenso einen wichtigen Impuls über die Nutzung der neuen technischen Möglichkeiten erhalten hat. Hierzu zählen die bereits erwähnte Nahbeziehungsweise Großaufnahmen, welche der amerikanische Film hervorbrachte oder die Montage, welche die Russen - hier ist der Regisseur Sergej M. Eisenstein zu nennen - erstmals im Film einsetzte (vgl. Kapitel 1.2.2.); diese Einflüsse fanden vor allem bei den Bauhausschülern eine innovative Umsetzung.

Laut Martin Henatsch ist der Wandel der Wahrnehmung eine komplexe Folge aus Aktion und Reaktion unter Berücksichtigung soziologischer, literarischer und philosophiegeschichtlicher Ansätze, der klassischen Kunstgeschichte (wie Komposition-

⁷² Palfy, a.a.O.; S. 12

⁷³ Bronfen, Elisabeth: Wahrnehmen; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 121

und Strukturanalyse, Ikonographie, Stilanalyse und neue rezeptionsästhetische Methoden), während stilistische und motivische Veränderungen nur Symptome darstellen.

„Ihre Zweidimensionalität betonen und thematisieren die Plakate in auffälliger Vorliebe durch Muster aus Schraffuren, Linien und Rasterstrukturen, die eine bewegte, oszillierende Oberfläche entstehen lassen. [...] Übersteigerungen in diesem Bereich, die der Formensprache der Comics entlehnt scheinen, werden vor allem in Plakaten zu Filmkomödien eingesetzt.“⁷⁴ Daraus gehen zwei Tendenzen hervor, einerseits wurden die illusionistischen Möglichkeiten der neuen technischen Errungenschaften in die Plakatgestaltung miteinbezogen (wie fotografischen Standbildern, die kompositorisch zur Gänze übernommen oder nur ein Detail daraus collageartig miteingearbeitet wurden; Überblendung oder Doppeleffekte, Linienraster, etc.) und andererseits konzentrierte man sich auf das rein plakative Vokabular (ähnliche Tendenzen finden sich in der Pop- und Op-art der sechziger und siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts).

Neben den ästhetischen Gestaltungsmitteln, die sich vor allem wie bereits besprochen in der Umbruchsituation - der Entwicklung des modernen Plakates mit künstlerischem Anspruch - Ende des 19. Jahrhunderts zeigt, ist natürlich auch der funktionale Charakter des Filmplakates zu erwähnen: das Plakat als traditionelle Ankündigung mit Werbecharakter, das sich aber aufgrund seiner Artverwandtschaft zwischen Film und Filmplakat, dem erzählerischen Gehalt (Illustration), von der herkömmlichen Produktwerbung (Sachstil) unterscheidet. Im Vergleich lassen sich folgende gemeinsame gestalterische Kriterien zwischen Sach- und Filmplakat aufzeigen, die Berücksichtigung des implizierten Betrachters⁷⁵, das „Grundprinzip der Suggestivkraft eines prägnanten und einfachen Motivs“⁷⁶, die Wahrnehmungslenkung und Assoziationslenkung durch bestimmte Reizauslöser⁷⁷, der Präsentationsmodus⁷⁸ durch Perspektive und Blickführung und schlussendlich der Motivwunsch des Auftraggebers.

⁷⁴ Kanai, a.a.O.; S. 116

⁷⁵ Vgl. Henatsch, a.a.O.; S. 99

⁷⁶ siehe Henatsch, a.a.O.; S. 73

⁷⁷ siehe Henatsch, a.a.O.; S. 101

⁷⁸ vgl. Henatsch, a.a.O.; S. 104

4.2.1. Der Filmtitel

Der Titel war anfangs nur von geringer Bedeutung, denn das Publikum kam der bloßen Sensation wegen, erst mit den längeren Spielfilmen wurde ein genauer inhaltlicher Verweis nötig und zum Bestandteil des Filmplakates. „Titel setzen eine Vielzahl von Projektionen in Gang. Um diese Projektionen überhaupt steuern zu können, richten sich die Werbeabteilungen der Produktions- und Verleihfirmen nach einer fiktiven Normalgröße geheimer Publikumswünsche. Zugkräftige Titel sollen die verdeckten Fantasien eines möglichst großen Publikums ansprechen.“⁷⁹ Jedoch durfte hierbei keine Irreführung stattfinden, weshalb unglaubwürdige Titel vermieden werden sollten, aber wie bereits im Verlauf der Arbeit angeführt, mussten erst „inoffizielle“ Kontrollinstanzen ernannt werden und die Gestaltung der Kontrolle der Verleihfirmen unterstellt werden. In der Zeit zwischen 1918/20 gab es im deutschen Film keine Zensur und so liefen anstößige Filme als „Aufklärungsfilm“. „Besonders gerne lancierten die Kinobesitzer die vom Verleih gelieferten Filme unter neuen, in ihren Augen werbewirksameren Titel.“⁸⁰ „Seit jeher dem Spannungsfeld von Massenkultur und Avantgarde ausgesetzt, wurde dem Filmplakat schon früh vorgeworfen, die willfährige Masse mit grellen Mitteln in billige, schnell produzierte Filme zu locken. Zugleich aber mochte es als adäquate Interpretation filmkünstlerischer Leistung hohe Wertschätzung erfahren.“⁸¹

Eine Herausforderung in der Gestaltung des Filmplakats stellt der fehlende Zeitaspekt dar, den die Künstler in die Kunst gerade durch die Filme einbrachten. „Um ihn filmisch aufzuladen, müssen filmische Mittel in plakatgestalterische Mittel umgesetzt werden. Solche Plakate verfügen über mehrere Register. Bilder evozieren den Film und seine Sprache, Montage und Grossaufnahme kommen über die Bildkomposition zur Darstellung, Bewegung im Rückgriff auf bildnerische Konventionen der Bewegungsdarstellung, und der Filminhalt wird in signifikanten Momenten gegenwärtig. In seiner Gesamtheit verweist dieser Apparat metasprachlich auf die Wahrnehmungserfahrung ‚Kino‘ und verdichtet sie im Plakatmotiv.“⁸² Der Titel tritt mit dem Plakatmotiv in eine Beziehung und wird ebenfalls eine gestalterische Komponente, anders gesagt, „löst sich von bloßer

⁷⁹ Magener, a.a.O.; S. 10

⁸⁰ Magener, a.a.O.; S. 11

⁸¹ Beilenhoff/Heller, a.a.O.; S. 31

⁸² Magener, a.a.O.; S. 13

typografischer Funktionalität.“⁸³ Mit sprachlichen Mitteln fasst dieser den Filminhalt zusammen und erhält als Ergänzung das Bildmotiv. Bestimmte Schlagworte im Titel lösen beim Betrachter Assoziationen zum Filminhalt aus. Im Laufe der Zeit wurden bestimmte Bedeutungsfelder generiert, wodurch der Besucher eine Verbindung zwischen Titel und Filminhalt herstellen konnte und damit schon bei der Betrachtung des Plakates eine Vorstellung über den Inhalt erhielt. Gängige Motive sowie Titel werden in den verschiedensten Variationen wieder aufgenommen. Einfach lässt sich dies am Beispiel der klassischen Genres wie des Horrorfilms oder Westerns erklären. Titel für Horrorfilmplakate werden in der Regel in rot gehalten und symbolisieren Blut, während man im Genre des Westerns wiederum im Titel Motive wie Orts- oder Flussnamen und spezifische Motive wie Indianer und Cowboys findet.

4.2.2. Filmgenres

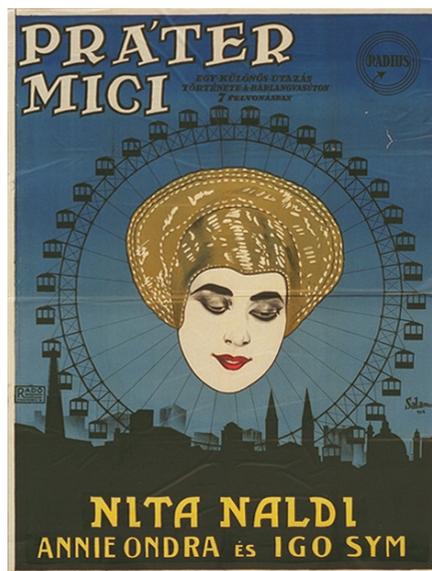
Genres - Komödie, Melodram, Western, Fantastisches Genre (Horrorfilm, Science-Fiction- und Fantasy-Film), Musical, Abenteuerfilm, Erotikfilm und Thriller -, im Rahmen dieser Arbeit der Reise- und Heimatfilm, die österreichische Avantgarde, der Wiener Film und der historisch-biographische Film (siehe theoretischer Teil, Kapitel 2), kennzeichnen sich durch deren Handlungsort, -zeit oder handlungstragende Figuren, die gestalterisch das Filmplakat mitbestimmen, aus. Das Filmplakat stellt somit ein Zusammenspiel aus Erinnerungen und Vorstellungen mithilfe einzelner Text- und Bildfragmenten her. Diese Informationen erfahren wiederum eine Steigerung durch die Akzentuierung bestimmter Details, der Setzung von Farbreizen, Montage von Szenen oder Dimensionssprüngen. Der Plakatgestalter ist „frei von jeder festen räumlichen Positionierung“⁸⁴. Der Film beziehungsweise der Inhalt wird dadurch in einem spezifischen Plakatmotiv komprimiert (siehe theoretischer Teil, Kapitel 2.5. Das Österreichbild im Film). Selbst die Abbildung bekannter Schauspieler zeigt nur eine reduzierte, individuelle Wiedergabe dieser Person.

⁸³ vgl. Hetz, André Vladimir: Zeichen; in : Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 16

⁸⁴ siehe Beilenhoff/Heller, a.a.O.; S. 47

4.3. Kunsteinflüsse

Im Kapitel 3.2., in welchem ich mich mit den Voraussetzungen für das gewandelte Kunstverständnis am Ende des 19. Jahrhunderts beschäftigt habe, wurde bereits auf die bedeutende Rolle der Künstlergruppen des Secession und des Hagenbundes hingewiesen. Die Entdeckung der Fläche und der Verzicht auf perspektivische Darstellung und Körperhaftigkeit waren ausschlaggebend für die Entwicklung eines Plakatstils. Das Flächenplakat des *Jugendstils* weist eine Kombination aus stilisierter Gegenständlichkeit mit oft ornamentalen Schriftformen und dekorativen Farbwirkungen auf.



Salamon: *Prátermici*, 1926,
Filmplakat

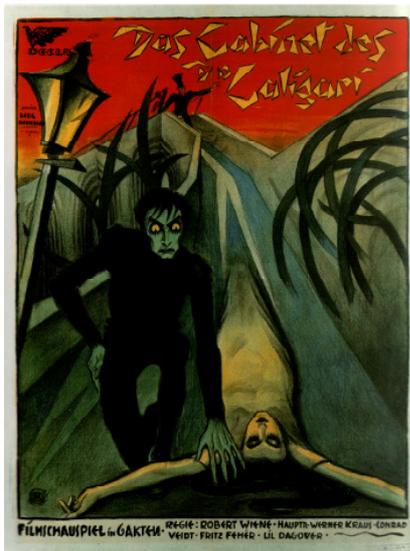
Bereits nach dem Ersten Weltkrieg erfolgte eine künstlerische Orientierung an der Vorkriegskunst. „DaDa war der Versuch, die angesichts der Erfahrungen mit dem ersten Weltkrieg als sinnentleert empfundene bürgerliche Kunst, (und über sie die gesamte Gesellschaft) neue Formen entgegenzusetzen. Montage und Collage waren dabei wesentliche Mittel, alte Sinnzusammenhänge zu zerstören bzw. neue zu konstruieren.“⁸⁵ Dem *russischen Konstruktivismus* entlehnt ist die Montage. Die Filmplakate kennzeichnen sich durch konstruktivistische Bildformen und verkürzt wiedergegebene Bilderfolgen aus.

In den 1920er Jahren erfolgte eine „Suche nach den der Moderne adäquaten Ausdrucksformen“⁸⁶, wie Stilelementen der *Neuen Sachlichkeit* (z.B. Nüchternheit), des *Art deco* (Eleganz) oder der Dramatik des *Expressionismus*.

Der *Expressionismus* erlangte erst in den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts seine Anerkennung. „In den Filmen des deutschen Expressionismus war das Dekor der eigentliche Hauptdarsteller. Die Graphiker versuchten nun dieser Tatsache gerecht zu

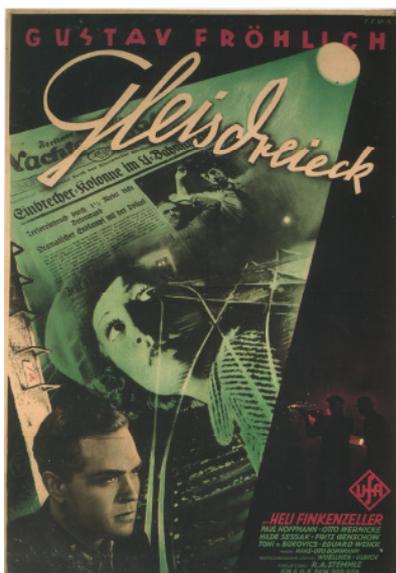
⁸⁵ Grohnert, René: Victor Th. Slama – Versuch einer Einordnung; in: Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990; S. 35

⁸⁶ Denscher, 1990, a.a.O.; S. 8



Oben:
Atelier Ledl & Bernhard, *Das Cabinet des Dr. Caligari*, 1920,
Lithographie 125,7 x 94,9 cm

Unten:
Peter Pewas, *Gleisdreieck*, 1936,
Offset 142 x 90 cm



werden und thematisierten in ihren Motiven diesen neuen Protagonisten, die Filmarchitektur.“⁸⁷

Dieser Stil war zwar für den Film, jedoch aufgrund der subjektiven Formensprache, der Dynamik des Strichs und der Farbdramatik, nicht für die Produktwerbung geeignet, da sich Gestaltung und Thema nicht miteinander vereinbaren ließen. Der Einfluss des Expressionismus und auch des Kubismus war deshalb nicht von langer Dauer. Das Sachplakat forderte objektive Bilddarstellung, eine konstruktive Klarheit und Lesbarkeit, wie sie einerseits die Bildsprache des *Neuen Realismus* und andererseits die *neusachlichen Plakate* des Bauhauses unter dem Typographen Jan Tschichold einige Jahre später lieferten. Dessen Plakate zeichnen sich im Gegensatz zum gezeichneten Filmplakat durch die Kombination von Typographie und Fotografie aus, die sich aber bei der Gattung der Filmplakate nicht durchsetzen konnte. „Erst in den späten 30er Jahren wurde der avancierte Zugang in veränderter Form und für die Epoche des Nationalsozialismus adaptiert, von Peter Pewas [...] aufgenommen und weiterentwickelt, der sich vor allem der Fotomontage bediente.“⁸⁸

„Die wachsende Präsenz der Fotografie eröffnete Möglichkeiten und Irrwege in der Plakatkunst. Einerseits wurde das Foto selbst Element des Plakats, das mit der Fotomontage, wie sie Jan Tschichold, John Heartfield oder Max Buchartz anwendeten, neue Wege beschritt. Andererseits ist ein Wettstreit mit dem jungen Medium zu beobachten, der Versuch, in einem hoffnungslosen Konkurrenzkampf naturalistischer Manier dem

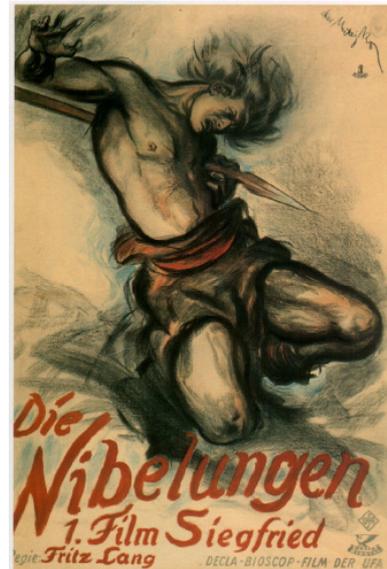
⁸⁷ Maryška, a.a.O.; S. 24

⁸⁸ Maryška, a.a.O.; S. 24

»unkünstlerischen« Foto als künstlerische Qualität entgegenzuhalten, die Authentizität des Fotos anzustreben und mit individueller »Meisterschaft« zu paaren.⁸⁹

„Eine ähnliche Nähe suchte man im Figurenplakat durch eine neue Abbildhaftigkeit zu erreichen: Produkte werden von leibhaftig erscheinenden Konsumenten empfohlen. Plakate, die Filme oder kulturelle Ereignisse mit den Hauptakteuren ankündigen, zielen auf durch zeichnerische Akkuratess erreichte Portraitähnlichkeit oder Typengenauigkeit. Die Spanne der Ausdrucksmittel reicht von der fotografischen Zeichnung bis zum individuell betonten Strich. Sowohl Porträts als auch porträtartige Bilder eines Menschentyps sind häufig in Körper- und Gesichtsformen idealisiert im Sinne der durch Mode und Medien geprägten und von der Werbung selbst transportierten Schönheitsideale.“⁹⁰

Die Plakatkunst erreichte vor dem Zweiten Weltkrieg ihre Hochblüte. „Sie hatte ihre eigene Sprache herausgebildet, die im konsequenten Umgang mit der farbigen Fläche schnell erfassbare Bildstenogramme entwickeln konnte.“⁹¹ Die Abwendung von den abstrakten Formen während der Zeit des Nationalsozialismus führte zur Zunahme illustrativer Zeichnungen mit adaptierten Bildvokabular, das sich an den Zeitschriftenillustrationen des 19.



Oben:
Theo Matejko
Die Nibelungen., 1924
Lithographie, 140 x 96,5 cm

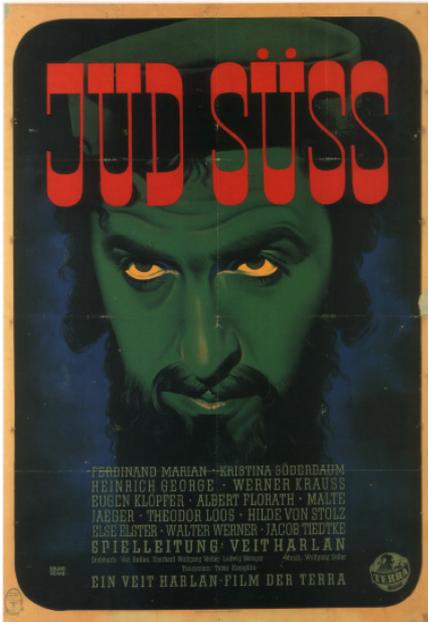
Unten:
Louis Oppenheim
Die Nibelungen, 1924
Lithographie, 142 x 96,5 cm



⁸⁹ Kühnel, Anita: Tageskunst im Wandel. Anmerkungen zur Plakatkunst in Deutschland und Österreich 1914-1945; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 10

⁹⁰ Kühnel, Anita: Sachlichkeit und Realismus; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstabibliothek/Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 132

⁹¹ Kühnel, Anita: Ästhetik des Nationalsozialismus; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 32



Bruno Rehak, *Jud Süß*, 1940
 Offset 137,2 x 94,9 cm

Jahrhunderts und der Holzschnittkunst des 16. Jahrhunderts sowie der narrativ pathetischen Figurenzeichnung der Historienmalerei orientierte. Im Vordergrund stand ein homogenes Bild.

Österreich wies nach dem Krieg ein kulturelles Vakuum auf, isoliert von der internationalen Kunstentwicklungen. In den folgenden Jahren entwickelte sich Wien unter dem Einfluss neuer, moderner Strömungen, die in der Akademie der Bildenden Künste⁹², dem Art-Club⁹³, der Galerie St. Stephan⁹⁴ und der Wiener Secession verbreitet wurden,

als Zentrum der österreichischen Kunstszene. Ebenso

förderten die Besatzungsmächte, vor allem die Franzosen, die kulturelle Weiterentwicklung an der Akademie durch Vorträge und Wanderausstellungen von Werken des Impressionismus bis zum Surrealismus, um etwaigen noch vorherrschenden faschistischen Tendenzen entgegenzuwirken und von Paris, dem künstlerisches Zentrum zu Beginn der Nachkriegszeit, brachten Künstler von ihren Auslandsreisen ihre Kenntnisse der *art informel*⁹⁵, der *Art brut*, des *Tachismus*⁹⁶ oder der *lyrischen Abstraktion* mit (unter anderem Arnulf Rainer und Maria Lassnig).

„Während die österreichische Malerei sukzessive eigenständige Ausdrucksformen fand (Phantastischer Realismus, Informelle Malerei), stagnierte die Entwicklung in der Plakatkunst. Die Tendenz zu Internationalisierung des Plakatstils und die Orientierung des Markts auf Gewinnmaximierung, ließen immer weniger Spielraum für eine neue künstlerisch-innovative Linie, wie sie der Plakatkultur Österreichs eigen war.“⁹⁷

⁹² Unter der Leitung von Herbert Boeckl und Professoren wie Fritz Wotruba oder Albert Paris Gütersloh.

⁹³ 1947 durch Albert Paris Gütersloh nach dem römischen Vorbild von 1946 gegründet.

⁹⁴ 1954 gegründet von dem Wiener Domprediger und Kunstsammler Monsignore Otto Mauer.

⁹⁵ Übersetzt heißt *art informel* „Kunst ohne Form“ und ist eine Tendenz der gestischen Malerei; vgl. Dubuffet oder Fautrier.

⁹⁶ Aus dem abstrakten Expressionismus hervorgegangen, kennzeichnet sich diese Kunstrichtung durch einen schnellen, gestischen Malprozess als spontaner Ausdruck des seelischen Zustandes; vgl. Wolfgang Schulze George Mathieu oder Tapiès. In Amerika: Action-Painting, Unterscheidung in der Malpraxis; z.B. Jackson Pollock.

⁹⁷ Klinger, Peter: *Das Plakat*; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): *20. Jahrhundert*; in: Fillitz, Hermann: *Geschichte der Bildenden Kunst Österreich*, Bd. 6; Prestel Verlag, Wien 2002; S. 349

II. Plakatanalyse

Einleitung

Im theoretischen Teil meiner Arbeit habe ich mich mit den historischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, der Geschichte des österreichischen Films und der Plakatkunst in Österreich, beschäftigt, welche die Basis und den Ausgangspunkt für die folgenden Plakatbetrachtungen darstellen. „Zudem setzt die Verwendung von Zeichen einen kommunikativen Rahmen voraus: Konkrete Zeichenhandlungen sind nicht denkbar, ohne dass sich zuvor die entsprechenden Zeichensysteme im Kontext eines sozialen Verständigungsprozesses herausgebildet haben.“⁹⁸

Bevor ich auf die Plakate zu sprechen kommen, beginne ich den Themenkomplex der Plakatanalyse mit einem einleitenden Kapitel, welches die Strukturierung meiner Bildbesprechungen definiert. Die Fragestellungen, die sich im Laufe des theoretischen Teils herauskristallisiert haben, sind einerseits, ob sich die Filmplakatkunst zu einer eigenen Kunst mit eigenen Gestaltungsmitteln in Anlehnung an das neue technische Sehen des Films, das heißt mit dessen spezifischen Gesetzmäßigkeiten und Prozessen, entwickelt hat oder in der Tradition der Gebrauchsgraphik beziehungsweise der Kunstszene steht?

1. Konzept der Filmplakatanalyse

„Die Menge der Plakate erlaubt uns eine Aussage über bestimmte Motivstrukturen und gestattet uns, ihre Wirkungsweise auf den Betrachter anzudeuten, auch wenn der Anteil eines Plakates am Erfolg oder Misserfolg eines Filmes schwer nachweisbar ist.“⁹⁹ Diese Strukturen laufen über verschiedenen Ebenen, einerseits über die Wahrnehmung des Mediums durch den Rezipienten, dessen Sehgewohnheiten entscheidend für das Verständnis des Plakatinhaltes sind. Andererseits über Motive, Zeichen, welche den zeitlichen Prozess des Films in einem Bild komprimieren und der Kommunikation zwischen Plakat und Betrachter dienen.

⁹⁸ Sachs-Hombach, Klaus: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft; Herbert von Halem Verlag, Köln, 2003; S. 95

⁹⁹ Pantel, Volker: Das Buch der Filmplakate (1945 bis 1965); Günter Albert Ulmer Verlag, 1984; S. 11

1.1. Ausgangsfragestellungen

1.1.1. Gestalterische Aspekte

- Formale Gestaltung: Übersichtlichkeit, Verständlichkeit, Originalität
- Bildwahl: Schlüsselbilder beziehungsweise -motive
- Schrift-Bild-Verbindung: Graphische Umsetzung
- Kommunikationsziel: Informationsgehalt
- Künstlerische Einflüsse

1.1.2. Plakatvergleiche

- Welche Gemeinsamkeiten oder Unterschiede finden sich bei den besprochenen Plakaten in Bezug auf die einzelnen Genres? (wie z.B. Themenwahl, Motivik, Titelwahl und Typologie)
- Vergleicht man die Plakate aus unterschiedlichen Zeiten, Wien um 1900, Erster Weltkrieg, Zwischenkriegszeit, Zweiter Weltkrieg und die Nachkriegszeit, welche formalen und konzeptionellen Entwicklungen lassen sich feststellen (wie z.B. bei den unterschiedlichen Genres)?
- Starkult, (nationale) Identifikationselemente, etc.
- Künstlerischer Gesamteindruck und Stileinflüsse (vgl. Kunstszene und Gebrauchsgraphik)

Ausgehend von den aufgeworfenen Fragen werde ich mich bei den anschließenden Filmplakatanalysen auf die *Bildsemiotik* beziehen und widme mich deshalb dieser im folgenden Unterkapitel, um eine klare Strukturierung herauszuarbeiten. „Entsprechend sind eine Vielzahl von Regeln zu beachten: syntaktische Regeln, die den Aufbau einzelner Bildzeichen oder ganzer Bildfolgen strukturieren; semantische Regeln, die das Verhältnis von Bild und Inhalt bzw. Referenz thematisieren; und schließlich pragmatische Regeln, welche die typischen Funktionen der Bilder und des Bildhandelns in den relevanten Handlungskontexten erfassen.“¹⁰⁰

¹⁰⁰ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 81

1.2. Bildsemiotik¹⁰¹

Die bildwissenschaftliche Forschung versucht eine Definition einer allgemeinen Bildwissenschaft¹⁰² aufzustellen. „Folglich wird dem Bild zwar eine (der Sprache vergleichbare) fundamentale Funktion im menschlichen Selbst- und Weltverhältnis zugewiesen, seine wissenschaftliche Erforschung fordert aber eine dezidiert interdisziplinäre Herangehensweise, der es um die Integration von zeichentheoretischen und wahrnehmungstheoretischen Aspekten gehen muss.“¹⁰³ Die allgemeine Bildwissenschaft findet man vor allem in der Kunstgeschichte (der Ikonographie und der Ikonologie; im Bezug auf die Auseinandersetzungen mit der semantischen Bedeutung von Bildern ist hier vor allem Ernst Hans Gombrich anzuführen) ihre Verwendung, ebenso wie unter anderem in der Philosophie, der Semiotik (wozu die Bildsemiotik zählt), der Psychologie, den Kognitionswissenschaften und den Kommunikations- wie Medienwissenschaften.

Die allgemeine *Bildsemiotik* beschäftigt sich als Teil der visuellen Wahrnehmung mit sichtbaren Zeichen, dem materiellen Körper beziehungsweise dem Bildträger und dessen immateriellen Inhalten, innerhalb eines Kommunikationsvorganges. „Insofern der Zeichenbegriff in der Explikation der Oberbegriff ist, liegt ein semiotischer Bildbegriff vor. Deshalb trifft alles, was über Zeichen allgemein gesagt wird, auch auf Bilder zu, insbesondere dass sie interne Strukturen besitzen (Syntax), dass sie auf etwas verweisen oder auf etwas Bezug nehmen (Semantik) und dass sie in umfassenden Zeichenhandlungskontexten eingebettet sind (Paradigma).“¹⁰⁴

1.2.1. Bildsyntax

„Eine Bildsyntax im formalen Sinne untersucht die für die Bildsysteme notwendigen Eigenschaften, die Bilder unabhängig von ihrer Bedeutung und Verwendung besitzen. Eine Bildsyntax im morphologischen Sinn untersucht die Beziehung innerhalb komplexer Bilder und zwischen den Zeichen eines Zeichensystems. Eine Bildsyntax im

¹⁰¹ vgl. Sachs-Hombach, a.a.O.

¹⁰² Diese beschäftigt sich mit der Kombination und Funktion von Zeichen, deren Verbreitung und Wirkung in diversen Medien sowie deren Wahrnehmung und Verständnis im sozialen und historischen Kontext.

¹⁰³ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 11

¹⁰⁴ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 73

kombinatorischen Sinn untersucht das Regelsystem (bzw. die Grammatik), nach dem elementare Einheiten eines Bildalphabets zu komplexen Bildern kombiniert werden können.“¹⁰⁵

1.2.2. Bildsemantik

„Eine Bildsemantik im interpretativen Sinn erfasst die Sinnebenen, Sinnrelationen und Sinngehalte von Bildern. Sie wurde partiell vor allem innerhalb der Kunstwissenschaft ausgearbeitet.“¹⁰⁶ Ernst Hans Gombrich bezieht sich hierbei auf das Wiedererkennen semantischer Zeichen durch kognitive Leistungen oder das Bewusst machen durch den Vergleich mit ähnlichen pikturalen Schemata. Dieser Ähnlichkeitsbegriff ist jedoch in psychologischer und kunstgeschichtlicher Hinsicht an einen kulturellen Rahmen gebunden und damit an sich ständig ändernde Bildphänomene, weshalb es unumgänglich ist für eine Bildanalyse ein bestimmtes Repräsentationssystem festzulegen.

1.2.3. Bildpragmatik

„Ein Verständnis der symbolischen Bedeutung setzt einerseits die Bestimmung des Bildinhaltes voraus, andererseits weitreichende Kenntnisse über den sozialen und kulturellen Herstellungskontext. Eine spezielle Form der symbolischen Bedeutung liegt bei sogenannten Bildsymbolen vor, die einer Verstärkung der referentiellen Funktion dienen kann.“¹⁰⁷ Einerseits werden die Bedeutungsphänomene (Inhalt, Bildreferenz und Sinnbild) untersucht und auf der anderen Seite deren kommunikativer Gehalt, die zu vermittelnde Botschaft. „Der Eiffelturm, die Freiheitsstatue, die Pyramiden – das sind optische »Kenntnisse«, die der Filmmann bei jedermann in der Welt voraussetzt, aber wie steht es schon mit dem Pantheon, mit der japanischen Flagge, mit der Schweizergarde des Papstes, mit dem Bilde von Lenin, mit der Dollarnote. Und doch ist ein solches Reservoir fester »optischer Begriffe« für den Filmkünstler ein wichtiger Schatz, der es ihm ermöglicht, viele Dinge in sehr abgekürzter, ganz bildhafter Form zu sagen.“¹⁰⁸

¹⁰⁵ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 105

¹⁰⁶ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 128

¹⁰⁷ Sachs-Hombach, a.a.O.; S. 183

¹⁰⁸ Arnheim, Rudolf: Film als Kunst; Suhrkamp, Frankfurt am Main 2002; S. 140

1.3. Konzeptuelle Strukturierung der Plakatanalyse

Bildsyntax

- Definition der Operations- und Funktionsnamen für die dargestellten Elemente.
- Beschreibung der geometrischen Beziehung der Objekte untereinander (Topologische Relationen, Gestaltrelationen und deren Interaktionen).

Bildsemantik

- Untersuchung des Bildträgers (Plakats) auf dessen Inhalt und die Bedeutung der internen, syntaktischen Strukturen.
- Untersuchung der kommunikativen Zusammenhänge (Bildreferenz), dem Verweis auf den Film.
- Untersuchung der Text-Bild-Beziehungen: Wortauslegung, Konnotation, Signifikanz, Parallelen beziehungsweise Nichtübereinstimmung.

Bildpragmatik

- Plakatvergleich: Untersuchung der Darstellungsschemata der unterschiedlichen Filmgenres und deren Entwicklung innerhalb des festgelegten Zeitrahmens sowie in Bezug auf veränderte Sehgewohnheiten unter dem Einfluss der Kunstszene.
- Überblick über die sozial-historischen Zusammenhänge (Siehe theoretischer Teil, Kapitel 1).

2. Plakatbesprechung

Das Kapitel der Plakatbesprechungen habe ich in die spezifischen Filmgenres, die sich bereits während der Besprechung des österreichischen Films herauskristallisiert haben, gegliedert. In diesem Rahmen behandle ich für die jeweilige Gattung das stellvertretende Plakat eines charakteristischen Films. Ich möchte an diesem Punkt aber schon darauf hinweisen, dass sich die festgelegten Genres nicht klar voneinander abgrenzen lassen und meistens ineinander übergehen, wie im Falle des Reise- und Heimatfilms zum Wiener Film.

2.1. Der politische Film: Sturmjahre



*Sturmjahre, 1947, Druck: V. Klaushofen,
Filmplakat, 86 x 62 cm*

Der Bildträger zeigt das Porträt eines Jugendlichen, eine zerschlissene rot-weiß-rote Fahne, mehrere Gebäude (einen Kirchturm, ein Riesenrad und einen eingerüsteten Bau) sowie diverse Textelemente.

Der Blickfang des Plakates, der kleine Junge mit der braunen Mütze und dem roten Halstuch ist bis zum Schulteransatz zu sehen und dominiert mittig die untere Hälfte des hochformatigen Bildträgers. Das Plakat weist eine Dreieckskomposition auf, in welcher das Halstuch die nach unten zulaufende Spitze bildet. Die Schenkel diese Dreiecks entsprechen den Diagonalen, die von dort aus zu den oberen beiden Plakatecken verlaufen. Diese schließen, auf den Jungen aufbauend, die im Wind wehende, zerfetzte rot-weiß-rote Fahne und den rückwärtig schräggestellte Schriftzug *Sturmjahre* ein. Die Fahnenstange entspricht nicht der Diagonalen, jedoch stellt sie eine Verbindung zwischen dem Titel und dem Textkörper „PAX“ am unteren Bildrand her (worauf ich später noch zu sprechen kommen werde).

Im linke Bilddrittel, welches oben und unten von dunklen Gestaltungsflächen gerahmt ist, hebt sich vor dem hellen Hintergrund der Kirchturm, der in Verbindung mit dem Riesenrad

eindeutig als Stephansdom zu identifizieren ist, und das eingerüstete Gebäude ab. Das rechte Bilddrittel besteht fast gänzlich aus einer dunklen Fläche mit einem Durchbruch in den diesseitig farbig abgedunkelten Himmel und klaren, vor und zurückspringenden Außenlinien, die im Kontrast zu den Übergängen der drei Farbabstufungen des Himmels von Weiß über ein Graublau zu Schwarz stehen.

Die Textelemente beschränken sich auf den Titel am oberen Bildrand und die Textblöcke im rechten und linken unteren Bilddrittel sowie entlang des unteren Bildrandes.

Im folgenden werde ich entsprechend meines Konzeptes den Bildträger auf dessen Inhalt und damit die Bedeutung der internen, syntaktischen Strukturen untersuchen. Hierfür führe ich wie in den darauffolgenden Beispielen die Filminhalte an, die Aufschluss über die Bedeutungsebenen und internen kommunikativen Strukturen der Bildelemente geben.

Filminhalt Sturmjahre (At: Über Ruinen zu neuen Leben; 1947, R: Frank Ward Rossak)

Der Dokumentarfilm *Sturmjahre* ist der zweite abendfüllende Film, der in der Nachkriegszeit aufgeführt wurde, der heute jedoch in keiner vollständigen Fassung mehr erhalten ist. *Sturmjahre* setzt sich aus einzelnen Episoden zusammen, die einerseits das unbeschwerte Wiener Leben (wie Szenen aus dem Prater) und andererseits den Existenzkampf der Bevölkerung der Zwischenkriegszeit (wie Aufnahmen von den Arbeitersiedlungen) und der Zeit des Nationalsozialismus (wie Bilder der Arbeitslosigkeit und Armut sowie des österreichischen Widerstandes im Untergrund) zeigen.

Ein weiterer Aspekt, den der Film ausarbeitet, ist der Kontrast zwischen Stadt- und Landleben in der Zwischenkriegszeit. Der Film forciert den Blick auf das Land Österreich, die Landschaft der Heimat mit seinen Bergen und Tälern und dessen Bevölkerung, vor allem die mystifizierten, hart arbeitenden Bauern.

Eine der letzten Szenen aus dem Film, die vom Regieassistenten Herbert Heidmann stammt, scheint als Vorlage für die Plakatgestaltung herangezogen worden zu sein. In dieser kommt ein Junge, Franzl, der wie viele andere Kinder vor der Bombardierung der Stadt weggeschickt worden war, nach dem Krieg zurück nach Hause. Hierzu findet sich in dem Buch *Anschluß an Morgen* von Elisabeth Büttner und Christian Dewald eine genaue Szenenbeschreibung:

Weitab vom Bahnhof liegt ein Lager für Bombengeschädigte.

„Maria!“ – „Ja, Vater?“ – „Schon wieder ist ein Zug mit verschickten Kindern angekommen.“ – „Wirklich?“ – „Ob wohl dieses Mal unser Franzl darunter sein wird?“ – „Wirst schon sehen, Vater, ganz bestimmt kommt unser Franzl eines Tages zurück.“ – „Armer Bub. Ob er es wohl schon ahnt? All das Schreckliche. Sein Vater zum Krüppel geworden, sein Elternhaus eine Ruine, seine geliebte Mutter draußen [...].“

Der Franzl ist wirklich gekommen und zum Haus der Eltern gegangen. Zum Haus? Das einzige, das geblieben ist, ist das alte Werkl im Hof, das [...] Das war das Zimmer, wo der Christbaum stand. Und hier das Schlafzimmer der Eltern. Wo mögen sie sein, was mag aus ihnen geworden sein? Und hier liegt von Staub und Schmutz bedeckt - ein Bild. „Mutti!“

„Ist noch nicht genug zerstört?“ [Ein Gerangel; Kindergeschrei]

„Jo, was hast denn, Bua?“ – „Ja, wie kommst denn du zu dem Büld da?“ – „Das ist das Bild meiner Mutter!“ „Deine Leut, die müssen da drüben in einer von de Baracken wohnen. Lauf schnell hinüber, und ich wünsch dir viel Glück.“

„Franzl!“ – „Maria!“ – „Franzl.“ – „Ja, Franzl!“ – „Vati!“ – „Vati.“ – „Auch sie mußte daran glauben und ist für immer von uns gegangen. Sicherlich in eine bessere Welt, wo es keinen Krieg und keinen Haß gibt, sondern nur Frieden, ewigen Frieden.“ – Wir Jungen, Vati, wollen keine Soldaten werden, aber für den Frieden kämpfen! [an das Publikum gewandt] Ich habe keine Mutter mehr. Doch wollt auch ihr in einem neuen Krieg eure Mütter verlieren?“

Nein, Österreichs Jugend marschiert für den Frieden! Diese Jugend hat es begriffen: Ohne militärischen Zwang, ohne Kommando pflanzt sie die Fahne über der Vergangenheit auf, greift sich Stein um Stein für den Wiederaufbau, bricht mit jugendlicher Kraft Altes und Morsches und führt Österreich nach all den Jahren der Not wieder der Sonne entgegen.¹⁰⁹

In diesem Sinne verstehen sich die Bildelemente wie der Kirchturm und das Riesenrad eindeutig als Zeichen beziehungsweise Versatzstücke für die Stadt Wien, den Wiener Stephansdom und das Riesenrad des Wiener Praters. Außerdem erklären sich vor diesem Hintergrund auch die schwarzen Gebilde, die den Rahmen für den Blick auf Wien freigeben, es handelt sich um zerbombte Gebäude, Ruinen aus denen das neue Wien wiederentsteht. Dieser Neuanfang wird zusätzlich mit dem begonnenen Wiederaufbau verknüpft, der sich in dem eingerüsteten Haus ausdrückt.

Im Zusammenhang mit dem Filmausschnitt lässt sich in weiterer Folge der Ausblick auf Wien auch als ein Blick in eine neue bessere Zukunft Österreichs verstehen, an welche der

¹⁰⁹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 32

Junge unter der nicht ganz zerschissenen und noch wehenden Österreichfahne zu denken scheint.

Die Bedeutungszusammenhänge werden zusätzlich - wie schon kurz angerissen - durch die Gestaltung mit kalten und warmen Farben unterstützt. Im Plakat dominieren Rot, Graublau, Weiß und Schwarz mit einigen Abstufungen im Bereich der Übergänge sowie einem dezenten Brauntönen für die Gestaltung der Haube und der Haare des Jungen. Durch die gedämpften Farben sticht das Rot-Weiß-Rot der Fahne deutlich hervor. Das Rot erfährt eine Wiederholung im Kirchturm, dem eingerüsteten Haus und dem roten Halstuch des Jungen, welches zur rechten Bildseite zu den Ruinen hin jedoch sichtlich abgedunkelt ist, sowie der Schatten im Gesicht. Aus dieser Farbsetzung im Vordergrund ausgehend, befindet sich die Lichtquelle auf der linken Seite, also geht vom hellen Ausblick aus und meint in diesem Kontext einen Sonnenaufgang, einen Neubeginn.

Im Vergleich mit den bis 1920 entwickelten Plakatstrukturen, welche ich im theoretischen Teil (Kapitel 3.3.) besprochen habe, greift das Plakat zwei Darstellungsschemata auf. Einerseits die *Demonstration*, da der Betrachter durch den Blickkontakt des Jungen in das Geschehen miteinbezogen wird. Es entsteht der Eindruck, als befänden wir uns mit dem Jungen in den Ruinen. Andererseits geben die Ruinen einen Ausblick auf Wien frei, die Zukunft und damit eine weitere Realitätssphäre, wie bei der *Konfrontation* (Abb.).

Im Bezug auf die Bild-Text-Beziehung habe ich im Laufe der Kompositionsanalyse auf die Verbindung des Titels mit dem Wort „PAX“ von PAX-Film hingewiesen, welches auch in dem gleichen Weiß-Ton wie der Titel und der Zusatztitel gestaltet ist. Pax, (lateinisch: der Friede), der auf die „Sturmjahre“ folgt. Dieser ist mit der österreichischen Identität, wofür die österreichische Fahne steht, verbunden. Die Basis dafür bildet die Jugend und die Jugendgruppierungen, worauf die Haube und das Halstuch verweisen dürften.

Sturmjahre steht für die „stürmische“ Zeit, die hier gestalterisch durch den kursiven Schriftzug und die Einrisse, die in verstärkter Form bei der Fahne auftauchen, aufgegriffen worden ist. Das „S“ leitet hinunter zum beschädigten Stephansdom, dem Symbol Wiens, dessen Bedeutungsgehalt durch den ergänzenden Textblock „Der Leidensweg Österreichs“ verstärkt wird. Formal und in Bezug auf ihren Sinngehalt wurden bei diesem Filmplakat die Textelemente in die Komposition miteingebunden.

Nach der syntaktischen und semantischen Untersuchung komme ich nun auf die Stiluntersuchung zu sprechen, inwieweit sich ein genrespezifischer Stil aufzeigen lässt, beziehungsweise, ob sich ähnliche Gestaltungsweisen und Vorbilder innerhalb der Kunstgeschichte finden, wofür ich im Anschluss einige Vergleichsbeispiele heranziehen werde.

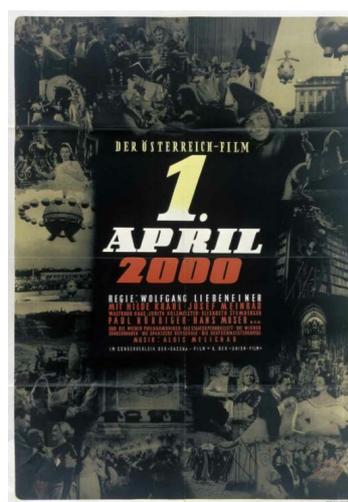
2.1.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale



Frau am Weg (1948, R: Eduard von Borsody)



Der Prozeß, 1963, Filmplakat, 1 Bogen



Die Frau am Weg, Wien 1949, Druck: J. Weiner, Filmplakat, 120 x 85 cm

Im Vergleich mit den anderen Filmplakaten zu politischen Filmen, *Frau am Weg* (1948, R: Eduard von Borsody), *Der Prozeß* (1948, R: Georg Wilhelm Papst) und *1. April 2000* (1952, R: Wolfgang Liebeneiner), wird deutlich, dass sich diese formal von der Gestaltung des Plakats zu *Sturmjahre* unterscheiden. Während *Sturmjahre* durch seinen illustrativen Stil besticht, konzentriert sich bei den ersten beiden Plakaten die Gestaltung auf die Abbildung der jeweiligen Hauptdarsteller im oberen Bildteil und im unteren den in großen roten Blockbuchstaben diagonal in den Raum gestellten Titeln. Beide Plakate entsprechen dem nach den Krieg aufkommenden Stil der aus Amerika kommenden Starplakate. Das Plakat zu *1. April 2000* folgt dem Ruf nach der Abbildung eines filmischen Querschnitts in den Filmplakaten, welcher in den 1930er Jahren mit der Fotografie aufkam, aber erst nach dem Krieg immer mehr aufgegriffen wurde (z.B. bei Peter Pewas). Der Film entstand im Auftrag der österreichischen Bundesregierung als Erinnerung an die Besatzungsmächte, an deren Abzug und Vorantreibung der Staatsvertragsverhandlungen.

Das Plakat greift Szenen aus dem Film auf und gruppiert sie um die rechteckige Fläche im Zentrum, die den Textblock mit dem Titel enthält.



Eugène Delacroix, Die Freiheit führt das Volk auf die Barrikaden, 1830, Öl auf Leinwand, 260 x 325

Abschließend möchte ich das Ölgemälde von *Eugène Delacroix, Die Freiheit führt das Volk auf die Barrikaden* als weiteres Vergleichsbeispiel zum Filmplakat *Sturmjahre* heranziehen.

Dieser Vergleich hat sich mir Nahe gelegt durch die ähnlichen Motive und deren semantischen Bezüge. Im Bild von Delacroix, folgt das Volk der die Trikolore schwingenden Frau, der Personifikation des

Friedens, auf die Barrikaden. Sie wird begleitet von einem kleinen Jungen, der ebenfalls eine Kappe trägt, die hier auf die studentischen Bewegungen der damaligen Zeit verweist. Wie bei der Plakatbetrachtung bereits angeführt, steht auch dort die Kappe und das Halstuch für die Jugendbewegungen, die unter der neu aufgerichteten Österreich-Fahne ebenfalls für den Frieden marschieren. In diesem Zusammenhang ist die gedämpfte Farbgebung zu erwähnen, die sich in beiden Beispielen auf wenige kontrastierende Farben konzentriert, wodurch die Fahnen, die Trikolore beziehungsweise die rot-weiß-rote Fahne der jungen Republik, verstärkt hervortreten. Neben diesen wichtigen nationalen identitätsstiftenden Symbolen, findet sich ein weiteres vergleichendes und bedeutendes Zeichen im Bild von Delacroix, die Kirche Notre-Dame im rechten Bildhintergrund (vgl. Stephansdom). Auch hier wird die Sicht auf diese durch eine Öffnung, das Aufreißen der Nebelschwaden ermöglicht und der Blick gelenkt .

Österreich war während des Zweiten Weltkrieges vom den internationalen Kunstentwicklungen isoliert. Wie bereits besprochen (vgl. theoretischer Teil, Kapitel 4.3.) förderten vor allem die Franzosen, die kulturelle Weiterentwicklung durch Vorträge und Wanderausstellungen, wodurch die Kenntnisse von diesem Werk hier wahrscheinlich gegeben waren und dieses formal beeinflussten.

2.2. Der Reise- und Heimatfilm: Der Hofrat Geiger



Fritz Pfister, *Der Hofrat Geiger*, 1948,
Druck: E. Metten, Filmplakat, 84 x 60 cm

Das hochformatige Plakatbeispiel aus der Kategorie Reisefilm zeigt einen männlichen, stilisierten Kopf. Ergänzend sieht man zwei weitere, karikaturhafte Figuren, einen Mann der eine Frau auf einem Papierstapel trägt, und daneben diverse Textelemente.

Die Darstellung des Kopfes eines älteren Herrn mit meliertem Haar und Schnauzer, sowie einer getupften Fliege als einziges Beiwerk beherrscht zwei Drittel der linken oberen Bildhälfte. Im rechten Plakatdrittel werden unter dem Schriftzug *Sascha zeigt* die Angaben zu den beteiligten Schauspielern, wie *Paul Hörbiger*, *Maria Andergast* und *Hans Moser* angeführt.

Als Kontrast dazu befinden sich die zwei anderen, verhältnismäßig kleinen Ganzkörperfiguren schräg nach rechts unten versetzt. Sie bilden mit dem dominanten Kopf von der linken oberen Ecke zur rechten unteren eine Diagonale und sind aufeinander ausgerichtet. Einerseits durch die Ausrichtung des geneigten Kopfes, der in die rechte untere Ecke und damit auf die Personengruppe blickt und andererseits durch die ausschreitende Bewegungsrichtung der Personengruppe, sowie deren stufenförmige Anordnung, die sich wiederum in Richtung des Kopfes bewegt. So erfolgte der Übergang

von links oben nach rechts unten absteigend über die dunkelhaarigen Frau im roten Dirndl, welche rotwangig in Richtung des Betrachters lächelt und selbstbewusst die Hände auf ihren Hüften aufstützt, dann über den hohen Papierstapel hin zu dem geschäftigen Mann im Anzug mit dem Ordner unter dem Arm und dem Bleistift hinterm Ohr.

Der flächige grüne Hintergrund gibt keine räumlichen Hinweise und verläuft farblich von Dunkel bis Hell mit einem Wischeffekt zu Hellocker nach unten hin aus. Der wellenförmig geschwungenen Schriftzug *Hofrat Geiger*, der von Schwarz zu Dunkelgrün im Bereich des Übergangs von der grün gehaltenen Grundfläche zum cremefarbenen Plakatgrundton changiert, trennt einerseits das untere Plakatviertel von den übrigen Gestaltungselementen. Auf der anderen Seite wird aber dadurch auch zum Teil des oberen Geschehens, da er die scheinbaren Basislinie für die kleine schreitende Männerfigur bildet.

Der untere Teil des Filmplakates enthält ausschließlich Textelemente, links unter dem konvexen Schriftzug einen Verweis auf die literarische Vorlage und die Produktionsgesellschaft, die Willi-Forst-Film, sowie Regie und Musik. In der linken unteren Plakatecke sieht man noch das Logo der Forst-Film und in der rechten das Sascha-Logo, die gestalterisch nicht in die Komposition integriert wurden.

Filminhalt: Der Hofrat Geiger (1948, R: Hans Wolff)

Wie oben erwähnt beziehungsweise aus dem Textelement selbst herauslesbar, handelt es sich beim zweiten Fremdenverkehrsfilm der Nachkriegszeit inhaltlich um die Verfilmung eines musikalischen Lustspiels. Grob umschrieben könnte man den Film wie folgt zusammenfassen: In der Nachkriegszeit reist der seit 1938 pensionierte Hofrat Geiger (Paul Hörbiger) mit seinem ehemaligen Beamtenkollegen und jetziger „Hilfskraft“ beziehungsweise Faktotum Ferdinand Lechner (Hans Moser) in die Wachau, um dort seine Jugendliebe Marianne Mühlhuber (Maria Andergast) wiederzufinden.

Jedoch reicht diese Kurzfassung für die semantische Analyse nicht ganz aus, denn eine wichtige Referenz aus dem Film greift das Plakat noch auf, nämlich den Papierstapel auf dem, wie jetzt mit Gewissheit gesagt werden kann, Marianne sitzt.

Der Hofrat Geiger lebt seit seiner Pensionierung sehr zurückgezogen und nur die Bearbeitung einiger Akten, die ihm Lechner unter dem Vorwand, dass seine Nachfolger

diese ohne seinen Rat nicht verwerten können, aus dem Amt „kurzfristig ausborgt“ und bringt, erfüllt seinen Alltag. Dabei stößt der Hofrat zufällig auf die Akte von Marianne Mühlhuber, die er 1929 in Spitz kennenlernte und die den Aufzeichnungen zufolge eine Tochter hat, welche ihr gemeinsames Kind sein könnte.

Marianne Mühlhuber führt das heruntergewirtschaftete und verschuldete Gasthaus *Blaue Gans* in Spitz, welches nur durch die Annahme der Heiratsanträge des Bürgermeisters von Spitz und Inhaber des *Goldenen Ochsen* Mathias Pfüller gerettet werden könnte. Ihre Tochter, Mariandl ist gegen ihren Willen in den mittellosen Hausdiener Hans verliebt. Als der Bürgermeister ihr mitteilt, dass sie keine österreichische Staatsbürgerschaft besitze und unumgänglich heiraten müsse, um eine zu erhalten, geht sie mit dem Hofrat Geiger eine Scheinehe ein. Für deren Beantragung muss Marianne jedoch nach Wien, was durch Geigers heimliches Einwirken zu einem einjährigen Aufenthalt wird. Als sie heimkehrt, ist die *Blaue Gans* umgebaut und ausgebucht und das Mariandl mit Hans verheiratet. Jedoch verfliegt die Wut Mariannes über Geigers finanzielles Eingreifen rasch, da er dies nur tat, um ihr seine Liebe zu beweisen.

Im Zusammenhang mit dem Film erklären sich nun die weiteren gestalterischen Elemente des Plakates. In der Nachkriegszeit dürfte man vermutlich die Fliege, das einzige Accessoire des Hofrat Geigers, also der zentralen Person im Film und des Plakats, auf den ersten Blick als Zeichen des Beamtenstatus oder eines gehobenen Berufsstandes identifiziert haben, dessen Assoziation mir im Bezug auf den Filminhalt einleuchtend erscheint.

In weiterer Folge erklärt sich die Anordnung der Figuren. Ferdinand Lechner als geschäftiger Gehilfe gekennzeichnet mit dem Bleistift hinterm Ohr, trägt den Stapel Akten, welche er für den Hofrat Geiger besorgt hat und obendrauf Marianne, welche er ohne diese Aufgabe nicht gefunden beziehungsweise nicht erfahren hätte, dass er eine Tochter hat. Sowie Lechner die Akten zu ihm trägt, hat er auch indirekt Marianne zu ihm geführt.

Im Bezug auf die Text-Bild-Beziehung ist zu erwähnen, dass sich der Titel *Der Hofrat Geiger*, wie schon angeführt, durch seine geschwungene Form in die Gestaltung der Szene integriert. Inhaltlich benennt er einerseits die Hauptperson des Films und deren berufliche Stellung. Andererseits leitet der Schriftzug vom Protagonisten in Leserichtung von links nach rechts, weiter zu den beiden anderen Personen, die eine ergänzende Referenz auf den

Inhalt des Films liefern. Zusätzlich verweisen noch die unter dem Schriftzug *Sascha zeigt* angeführten Namen *Paul Hörbiger*, *Maria Andergast* und *Hans Moser* auf die dargestellten Personen und deren Bedeutung und tragenden Rollen für den Film hin.

Obwohl es sich bei den dargestellten Personen um „Karikaturen“, welche dem Genre der Lustspiele eigen sind, und nicht um Porträts handelt, lassen sich die Schauspieler durch deren charakteristische Merkmale der Gesichtszüge auch ohne die beigefügten Namensnennungen identifizieren. Der Hauptdarsteller ist offensichtlich ein plakativ reduziertes Porträt, wogegen Mariandl und Lehner im Gegensatz dazu eine karikaturhafte Darstellung aufweisen. Infolge der Dominanz Paul Hörbigers ist dieses Plakat der Gattung des „Starplakats“ zuzuordnen.

2.2.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale



links:
Die Welt dreht sich verkehrt, 1947,
Druck: F. Adametz,
Filmpublikation,
120 x 86 cm

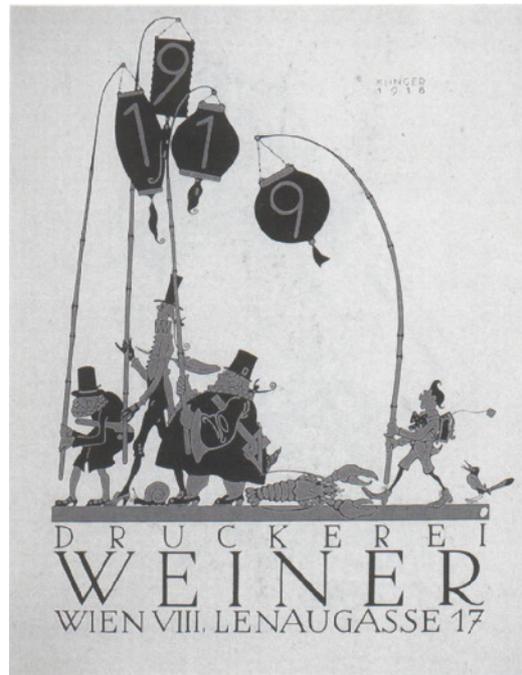


rechts
Paul Aigner, Hallo Dienstmann!, 1952,
Filmpublikation, 1 Bogen

Ein gutes Vergleichsbeispiel, welches einerseits stilistisch in die gleiche Kategorie und andererseits filmisch in das selbe Genre fällt, wäre das Plakat zu *Hallo Dienstmann*. Der Film ist eine typische österreichische Verwechslungskomödie, in denen wiederum Paul Hörbiger und Hans Moser die tragenden Rollen inne haben und ihr komödiantisches Talent unter Beweis stellen. „Diese frühe Arbeit des Regisseurs Antel zählt heute zu den Klassikern der österreichischen Filmkomödie.“¹¹⁰

¹¹⁰ siehe Fritz, 1984, a.a.O.; S. 56

Vor allem seit Ende des Krieges baute man die Erfolgswahlen der Filme auf Stars der Vorkriegszeit, der dreißiger und vierziger Jahre, auf und in diesem wie in zahlreichen anderen Filmen dieser Gattung auf dieses Star-Duo, den Repräsentanten des typisch Wienerischen und klassischen Vertreter des österreichischen Volkstums. Das Plakat zu *Hallo Dienstmann!* konzentriert sich nur mehr auf diese beiden und benötigt keinerlei weiteren erzählerischen Elemente. Wie bereits oben angeführt, zeichnet sich die Plakatgestaltung durch karikaturhaft, stilisierte Figurendarstellungen aus.

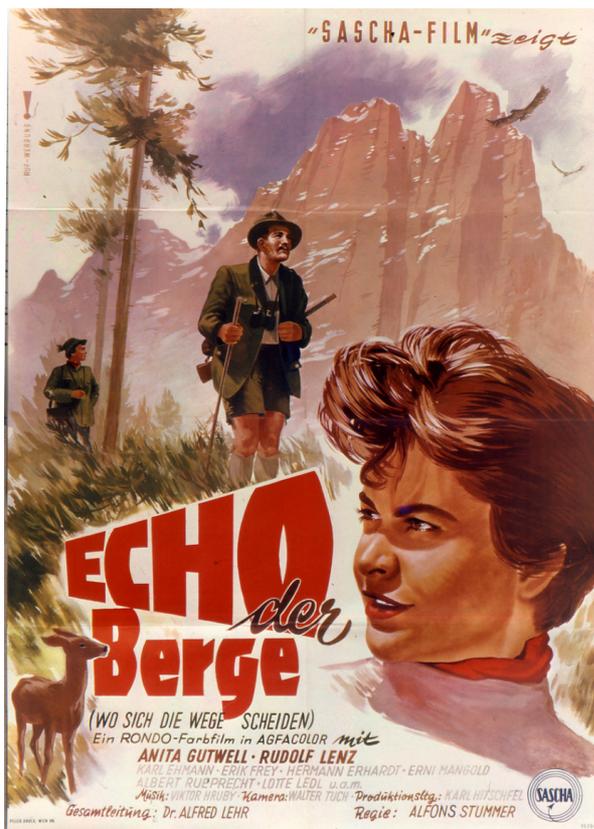


Julius Klinger, Plakatentwurf, 1918

Stilistische Vorbilder hierzu finden sich innerhalb der Kunstgeschichte einige, vor allem im graphischen Bereich, wie z.B. den bereits besprochenen sozialkritischen Karikaturen von Honoré Daumier aus den 1930/40er Jahren. Aber so weit möchte ich gar nicht ausgreifen, denn auch innerhalb der österreichischen Gebrauchsgraphik um 1900 finden sich Vorbilder für die Gestaltung des Filmplakates zu *Der Hofrat Geiger*, wie dem Plakatentwurf des bedeutenden österreichischen Graphikers *Julius Klinger* für die Druckerei Weiner. Dieser weist formale und stilistische Gemeinsamkeiten im Vergleich auf.

Formal gesehen, gliedert sich das Plakat mit der monochromen Grundfläche in drei Bereiche. Oben die Laternen, welche das Jahr 1919 zeigen, darunter ein karikierte Figurengruppe aus vier unterschiedlichen Typen von jung zu alt und dick zu dünn, die durch Attribute einem Berufsstand zugeordnet werden können, ebenso wie es im Plakat zum Hofrat Geiger der Fall ist. Der Hofrat wird mit einer Fliege dargestellt und Lechner mit Akten und einem Bleistift hinterm Ohr. Im Vergleich dazu finden wir hier eine Schreibfeder oder ein Winkelmesser. Daneben weisen auch die schreitenden Figuren eine große gestalterische Ähnlichkeit zur Figur Lechners auf. Sie bringen Bewegung in die Szene, jedoch wirken sie durch aufgrund der geraden Linie, die über dem Textblock des untersten Bereiches liegt, statischer, während der geschwungene Schriftzug beim Hofrat Geiger zum Bestandteil der Szene wird. Somit kann man sagen, dass das Plakat *Der Hofrat Geiger* in der Tradition der österreichischen Gebrauchsgraphik steht.

2.3. Der Heimatfilm: Echo der Berge



Echo der Berge, 1955, Filmplakat, 120 x 86 cm

Der Bildträger zeigt drei Personen, das Porträt einer Frau im Vordergrund und nach hinten versetzt eine Frau und einen Mann in Jagdbekleidung. Weitere gestalterische Elemente sind niedriges Gestrüpp mit zwei Bäumen, dahinter ein Berg, dazu ein Reh und drei Adler. Ergänzend wiederum der Plakattext mit dem Titel *Echo der Berge (wo sich die Wege scheiden)* und der Zusatzinformation (Darsteller, Regie, etc.).

Das Filmplakat weist eine räumliche Gestaltung auf. Die obere Bildhälfte, die den Hintergrund definiert, wird von einer imposanten Berglandschaft, die auf der rechten Bildhälfte in den Himmel ragt und aufgrund der in braun gehaltenen Farbgebung bereits über der Waldgrenze liegen dürfte, beherrscht. Diesem folgt der Mittelgrund, eine angedeutete Almlandschaft, welche bis in den Vordergrund reicht und den Raum und die Ebene für die weiteren Bildelemente bildet. Der Großteil des Vordergrundes wird jedoch von dem Porträt der jungen Frau mit modernem weißen Oberteil mit rotem Halstuch und einer für die damalige Zeit städtischen Kurzhaarschnitt vereinnahmt. Sie steht in Beziehung mit dem Titel *Echo der Berge*, der die linke untere Bildhälfte dominiert und

gleichzeitig durch die Überschneidung mit dem Reh in der linken unteren Plakatecke in die Landschaft des Mittelgrundes integriert wird.

Die Komposition erfolgt über den perspektivischen Fluchtpunkt, an dem die Bergkuppen der von rechts nach links abfallenden Gipfel zusammenlaufen und Jägerin und Jäger über den Almgrund perspektivisch von hinten nach vorne auf den Betrachter zukommen.

In diesem Zusammenhang tritt der Schriftzug *ECHO* nicht nur durch seine blockhaften roten Buchstaben hervor, sondern auch durch die trichterförmige, dem Wortlaut entsprechende Verzerrung, die von der Grundperspektive abweicht. Diese verbreitert sich in Richtung des Porträts der jungen Frau, welche damit die Signifikanz ihrer Rolle in der Komposition noch unterstreicht. Bereits die Dimension ihres Portraits, welches die gesamte untere rechte Bildhälfte einnimmt, weist darauf hin. Ihr Blick in Richtung Schriftzug zeigt Parallelen zur Sinnbedeutung des „akustisch-dynamische“ Wortes *Echo* indem sie ihm ihre ganze Aufmerksamkeit zuwendet. Im Gegensatz dazu wirkt das darunter waagrecht geführte Wort „*Berge*“ trotz der verwendeten Kleinbuchstaben, aber mit senkrechter Linienführung, stabil.

Filminhalt: Echo der Berge (At: Der Förster vom Silberwald; 1954, R: Alfons Stummer)

Echo der Berge steht - wie bereits in Kapitel 2.2. des theoretischen Teils der Arbeit besprochen - für den Beginn der neuen Heimatfilmwelle mit dem Heimatfilmliebespaar Anita Gutwell und Rudolf Lenz in den 1950ern und verbindet darin die charakteristischen Naturgedanken der „Ganghoferfilme“ der Stummfilmzeit mit dem aufkommenden Werbecharakter für den Fremdenverkehr.

„In dem durchschlagenden Publikumserfolg *Echo der Berge* vermutet Liesl Leonhard ihr Zuhause an der Seite des abstrakten Plastiklers Max Freiberg (Erik Frey). Ihre erste Einstellung zeigt sie, ganz Bohemienne, im Atelier in brauner enger Hose, anliegendem Pulli und in blauer Modellierschürze. Eine Herrenarmbanduhr ist keck um das Schürzenband gebunden. Liesl fährt gegen den Widerstand ihrer städtischen Künstlerfreunde zu ihrem Großvater nach Hochmoos, um dort nach langer Abwesenheit den Jägerball zu besuchen. Zu diesem Zweck kleidet sie sich in ein mondänes, tief dekolletiertes Couture-Seidenkleid mit zarten Blumenapplikationen und breiter Seitenschärpe.“¹¹¹ Doch auf Geheiß des Großvaters wechselt sie die Kleidung und wählt

¹¹¹ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 263

ein Dirndlkleid. Dieser Wechsel ist auch der entscheidende Grundkanon des Films, denn Liesel entscheidet sich schließlich gegen die Großstadt und für ein Leben mit dem pflichtbewussten und naturverbundenen Jäger Hubert auf dem Berg. Daneben erscheint die Stadtwelt verrucht und verkommen.

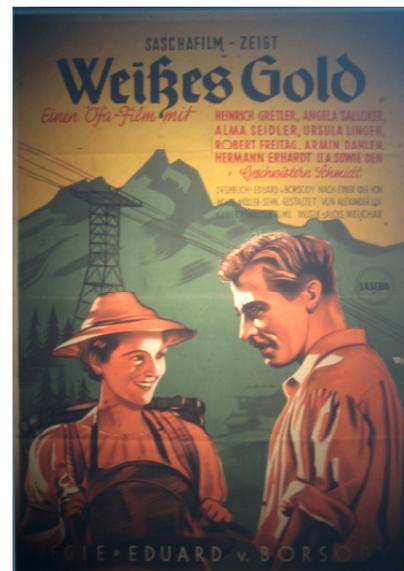
Durch den Vergleich mit dem Filminhalt lässt sich das große Frauenporträt eindeutig als Liesel identifizieren, aber in diesem Fall, mit der Version, die noch ganz der Großstadt verhaftet ist. Dafür spricht ihr, wie schon angedeutet, für die damalige Zeit modernes Äußeres. Jedoch im Mittelgrund kündigt sich bereits ihre Zukunft an, Liesel im Järgergewand mit grüner Jacke und dem Jägerhut mit Gamsbart zwischen den hohen Fichten, die in den Himmel ragen, und beinahe im Mittelpunkt des Plakates der Jäger Hubert mit den entsprechenden Attributen, der Jagdbekleidung mit der Lederhose, dem Fernglas, dem Gewehr und dem Gehstock.

Hier wird wieder der Kontrast zwischen dem Leben am Land, dem Familiären und Pflichtbewussten, und der Großstadt, dem Modernen und damit Unpersönlichen ohne Sinn und Bedeutung für das wirklich Wichtige im Leben, hervorgehoben.

2.3.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale



links:
Glaube an mich, 1948,
 Druck: F. Adametz,
 Filmplakat,
 122 x 86 cm

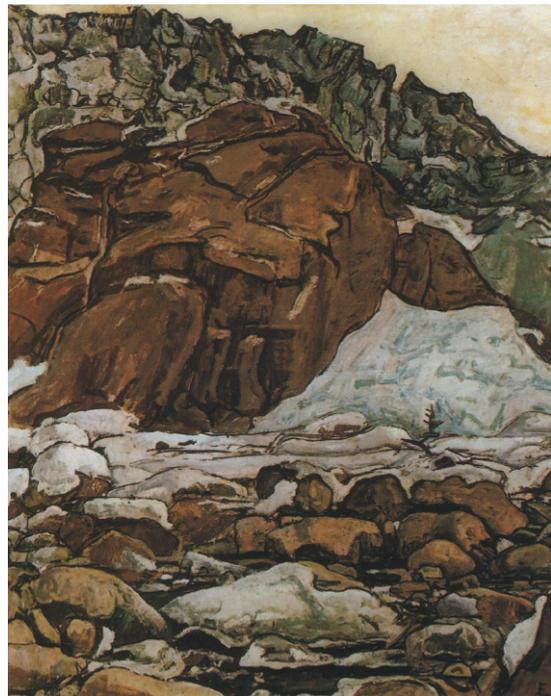


rechts
Weißes Gold, 1949,
 Druck: F. Adametz,
 Filmplakat,
 122 x 86 cm

Das Vergleichsbeispiel *Glaube an mich* (At: Sonne über dem Arlberg; 1946, R: Geza von Cziffra) zeigt nebeneinander die Porträts einer blonden Frau und eines Mannes in ländlichem Gewand vor einer verschneiten Gebirgslandschaft, zu dessen Spitze beide

hinaufblicken. Am unteren Bildrand sieht man den roten Schriftzug in Schreibschrift *Glaube an mich*.

Neben den touristischen Heimatfilmen finden sich auch solche, die innerhalb einer Liebesgeschichte technischen Fortschritt und Naturschutzgedanken thematisch behandeln, so wie *Weißes Gold* (1948, R: Eduard von Borsody) oder *Das Lied der Hohen Tauern*, womit das Wasserkraftwerk von Kaprun zu einem bedeutenden Symbol der Zweiten Republik wurde. „Heimat kann als weiteres Leitwort der Fünfziger gelten. Im Trivialfilm, dem sogenannten Heimatfilm, kristallisierten sich die kollektiven Träume, das Imaginäre einer auf Ruhe und Ordnung bedachten Gesellschaft aus. Gegen die brutalen Zivilisationsbrüche der vorhergehenden Jahre, gegen die Technikeuphorie der Gegenwart setzte der Heimatfilm auf eine ungestörte Natur als Ort der Zuflucht, auf eine intakte konservative Welthierarchie, wo die gesellschaftlichen Ränge klar bestimmt, die Rolle vom Mann und Frau »naturwüchsig« ausformuliert werden.“¹¹²



Ferdinand Hodler, *Grindwaldgletscher*, 1911

Im kunstgeschichtlichen Kontext kann im Bezug auf die Glorifizierung der Natur im Heimatfilm und stellvertretend im Plakat eine Verbindung zu dem historisierend, idealisierenden Stil der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gezogen werden. Aber bereits um 1800 wurde mit der Darstellung des Hochgebirges die heile und unverdorbene Heimat und die „göttlichen Schöpfung“ verknüpft (vgl. Ferdinand Hodler). Diese erfuh vor allem durch Caspar David Friedrich eine Steigerung, der seine Figuren einer übermächtigen Natur hilflos ausgeliefert gegenüberstellt.

¹¹² Hanisch, Ernst: Verlust der Mitte: die Kunst im Zeichen der österreichischen Ordnung; in: Hanisch, Ernst: Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert. in: Wolfram, Herwig (Hrsg.): Österreichische Geschichte 1890-1990; Ueberreuter, Wien, 1994; S. 433f

2.4. Der Avantgarde – Film: Wienerinnen



Wienerinnen, 1952, Filmplakat, 1 Bogen

Das Plakat besteht aus einem Frauenporträt und drei plakativ stilisierten Frauendarstellungen.

Der graphisch gestaltete Teil nutzt nicht die gesamte Fläche des in Grau grundierten Bildträgers. Ausgehend von dem Wort *Wienerinnen* läuft eine gleichfarbig rote, L-förmig Fläche am linken Bildrand hinunter bis zu den im untersten Bereich angeordneten Textelementen und dann waagrecht mit einem leichten Knick darüber hinweg, nicht ganz bis zum rechten Bildrand, sondern umrahmt eine der stilisierten Frauengestalten. Zwei weitere Figuren ordnen sich dieser Fläche unter oder nehmen sie für sich in Anspruch. Die stehende Ganzkörperfigur bildet eine Senkrechte über welche die rote Fläche entlang der Rückenlinie der zweiten Frauenfigur, eine brennende Kerze einnehmend in die bereits erwähnte dritte Figur übergeht, welche die L-Form abschließt.

Den Bereich auf der rechten Bildhälfte, den diese Form ausschließt, weist eine grüngraue lineare Gitterstruktur, welche sich mit Pflastersteinen assoziieren lässt, mit einem gezeichneten, photorealistischen Porträt einer langhaarigen, blonden Frau auf. Im Zentrum

wechselt diese lineare Struktur den Charakter durch einen dunkleren Hintergrund. Den Grund bildet eine grüngraue Fläche, auf welcher weiße Linien das Plastersteinmuster andeuten und den Übergang in die rote Farbfläche bewirken.

Auf den ersten Blick erscheinen die sehr unterschiedlich ausgeführten Frauenabbildungen für sich alleine zu stehen, aber bei genauerer Betrachtung greift jede der vier Protagonistinnen bestimmte Gestaltungselemente der anderen auf (z.B. gestalterische Details wie die Gitterstruktur, oder einfach nur die Kolorierung), wodurch sie miteinander verbunden sind und einen geschlossenen Kreis bilden.

Das Muster der Pflastersteine wiederholt sich zum Beispiel in der roten Wandfläche am linken Bildrand. Durch zwei unterschiedliche Rot-Töne und einer Licht-Schatten-Akzentuierung von weißen Flächen und schwarzen Linien wird die scheinbar in einer Zimmerecke an einer Wand lehrende, dunkelhaarige Frau mit Stirnfransen plastisch angedeutet. Die räumlichen Bezugspunkte finden sich im Bereich des Kopfes als schwarzer Schatten und ist im Bereich der Beine durch ein dunkleres Rot als Basis erkennbar. In der Höhe des Unterkörpers der beschriebenen weiblichen Figur schließt die dritte Frauengestalt mit dem Rücken an die rote Kompositionsfläche gelehnt an. Durch ihre klare Kontur, beziehungsweise durch das flächige schwarze Haar und den schwarzen Unterärmel ist sie von den restlichen Bildelementen isoliert. Ein verbindendes Element findet sich jedoch in ihrem weißen Schultertuch mit dem roten Raster, welches die Darstellungsweise der Strasse und der Ziegelmauer in einer feingliedrigeren Variante aufgreift. Ihr seitlicher Blick nach rechts unten leitet zur nächsten Frauendarstellung, die von einer vor ihr stehenden brennende Kerze an einem langen Kerzenhalter erhellt wird. Diese ist scheinbar von der Gruppe durch einen diagonalen, von links nach rechts ansteigend und in die Kopfform übergehenden roten, mit hellroten Wellen strukturiert Streifen abgetrennt. Jedoch finden sich verbindende Elemente einerseits in der roten L-Form, die nahtlos in die Träger ihres Kleides übergeht, und andererseits wiederholt sich das Grüngrau in den Schattenpartien. Als Letztes fehlt noch eine Verbindung zum Porträt. Diese findet sich in der grauen Fläche, die hinter dem Kopf der zuletzt besprochenen Person zu den blonden Haaren überleitet, und den hellroten Wellenstrukturen, die mit der Gestaltung der Haare vergleichbar sind. Somit schließt sich der Kreis.

Die Textelemente konzentrieren sich einerseits auf den rechten oberen Plakatrand, wo der Titel *Wienerinnen* in leuchtend roten Buchstaben angeführt wird und ergänzend dazu der

Zusatz „4 *Frauenschicksale*“ in Schwarz gehalten ist. Die Anführung der Produktionsgesellschaft *Schönbrunn Film* und *Rex Film* sowie die Auflistung der Schauspieler und des Regisseurs *Kurt Steinwender* am unteren Bildrand aufgelistet.

Filminhalt: Wienerinnen (Alternativtitel: Wienerinnen – Schrei nach Liebe; Wienerinnen im Schatten der Großstadt; 1952)

Der Film zeigt das Gegenteil zur der traditionellen Bildgestaltung und dem geförderten Heimatfilm. Die Geschichte, in Anlehnung an den die neoveristische Sachlichkeit, wird gekonnt in schwarz-weißen Bildern erzählt und zeigt ein Wien, das nicht den gängigen Vorstellungen entspricht, das Wien der Vorstädte und der Peripherie. Der Film ist in vier Episoden gegliedert, die sich mit individuellen Frauenschicksalen beschäftigen. Im Zentrum steht bei allen die Suche nach der wahren Liebe: Anni, die in einer Ziegelfabrik arbeitet, geht unwissend eine Beziehung mit ihrem Halbbruder ein. Helene, die pflichtbewusst für ihr Kasperltheater, den reibungslosen Ablauf der Vorführungen und die Pflege der Puppen, für die sie bis in die Abendstunden arbeitet, lebt, verliert dadurch ihre Liebe an eine andere Kollegin. Gabriele, welche die Unschuld ihres wegen Mordes verurteilten Verlobten beweisen will, opfert sich dabei fast selbst und wird nur durch das zufällige Auftauchen ihres sich auf der Flucht befindenden Verlobten gerettet. Und Olga, die Praterprostituierte, die eine heimliche Liebschaft mit dem freundlichen Kapitän eingeht und mit ihm nur durch einen gefährlichen Fluchtversuch vor ihrem Freund und Zuhälter ein neues Leben beginnen kann.

Aus dieser Kurzfassung des Filminhaltes lassen sich zwei Charaktere mit Hilfe der Gestaltungselemente zuordnen. Die Pflastersteine lassen sich mit dem Rotlichtmilieu der Vorstadt in Verbindung bringen und darauf schließen, dass es sich beim Porträt um Olga handelt. Die Frauengestalt links davon ist Anni, vor einer Mauer, die auf ihre Tätigkeit in der Ziegelfabrik verweist. Ohne den Film gesehen zu haben fällt es jedoch schwer, weitere Zusammenhänge zur Identifizierung der anderen beiden Frauen herzustellen, wodurch anzunehmen ist, dass der Graphiker die Möglichkeit hatte, sich diesen anzusehen und dadurch die Komposition aus so komplex zusammenhängenden Bildelementen aufzubauen.

Der rote Balken mit dem Wellenmuster könnte noch als Vorhang für das Puppentheater ausgelegt werden, wodurch sich auch die Kerze als Lichtquelle für nächtliche Arbeiten

erklären würde. Damit hätten wir Helene. Und übrig bleibt die langhaarige Frau, Gabriele, welche für mich jetzt keine ersichtlichen Erkennungsmerkmale aufweist.

In Bezug auf die Text-Bild-Beziehungen ist die signifikante Wortwahl hervorzuheben, die alles sagt und nichts auslässt. In knalligem Rot, das sich innerhalb der Gestaltung wiederholt, verweist „Wienerinnen“ auf die vier Frauen und der schwarze Untertitel *4 Frauenschicksale* geht in Bezug auf den zu erwartenden Inhalt noch mehr ins Detail. Gestalterisch erinnert der Titel an gängige Illustrierte und dürfte auch mit damaligen Frauenzeitschriften in Verbindung gestanden sein, welche sich mit Mode und Gesellschaftsklatsch beschäftigt haben. Wodurch der Untertitel mit dem Inhaltsverweis und die Abbildungen um so größere Bedeutung und Aussagekraft erlangen, aus dem Kontrast von der Scheinwelt der Illustrierten und der Überschneidung der Gestaltung mit dem realen, verschwiegenen Leben der Wiener Randgebiete wie des Praters oder dem Alberner Hafens.

2.4.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale

Als Vergleich möchte ich den zweiten bedeutenden Film von Kurt Steinwender dieser Zeit hervorheben, *Flucht ins Schilf* (1953, R: Kurt Steinwender). „Angeregt durch eine Zeitungsnotiz über einen Mordfall, zeigt uns Steinwender, wie die bäuerliche Bevölkerung auf die Untersuchung reagiert.“¹¹³

Im Gegensatz zu *Wienerinnen* ist dieses Plakat nicht stilisiert gestaltet worden, sondern zeigt ein Liebespaar und einen Mann mit Messer im Schilfgürtel des Neusiedlersees.



Flucht ins Schilf, 1953,
Piller-Druck, Filmplakat,
118 x 84 cm

Die Gestaltung des Plakates *Wienerinnen* ist eines der wenigen Beispiele mit eigenständigen, künstlerischen Ambitionen. Seine flächige Gestaltung erinnert an die Beispiele der Flächenplakate aus der Zeit der Wiener Secession (vgl. Alfred Rollers Plakat

¹¹³ Fritz, 1984, a.a.O.; S. 86



Peter Pewas, *Gleisdreieck*, 1936,
 Offset, 142 x 90 cm



Alfred Roller, *9. Ausstellung der Secession*, 1901, 190 x 64 cm

zur 9. Secessionsausstellung), und französischen Arbeiten wie von Toulouse-Lautrec. Außerdem können Analogien zur Fotomontage hergestellt werden, die sich aus der Gegenüberstellung der plakativen, auf Flächen reduzierten Frauengestalten und dem photorealistischen Porträt ergeben. Hierfür möchte ich noch einmal das Beispiel von Peter Pewas anführen.

Das Filmplakat *Gleisdreieck* stammt von Peter Pewas, der unter Moholy-Nagy am Bauhaus studierte und selbst Regieassistent war, wodurch er die neuen technischen Prozesse des Films in seinem Plakat gekonnt umsetzte. In der Komposition treffen einerseits der zeichnerische Stil, der sich außerhalb des Lichtkegels befindet, und die Fotomontage, welche mehrere Überblendungen von Filmausschnitten zeigt, aufeinander. Im linken unteren Bildeck sieht man den Hauptdarsteller, der am oberen Bildrand namentlich genannt wird und mit diesem über den Lichtkegel verbunden ist. Wie bei *Wienerinnen* treffen hier zwei Gestaltungsstile aufeinander und ebenso wird eine Person dadurch akzentuiert und hervorgehoben, in beiden Fällen ist diese in Grautönen gehalten, einmal als Foto und das andere mal als Zeichnung. In diesem Sinne könnte man die Komposition des Filmplakates zu *Wienerinnen* ebenso als plakativ umgesetzte Überblendungen verstehen, besonders an der Stelle, wo das Gittermuster in das Portrait übergeht.

Ebenso ist wie gesagt noch die Nähe zum Flächenplakat des Jugendstils aufzuzeigen, wie man deutlich bei dem Vergleich mit der Arbeit von Alfred Roller erkennt. Die vergleichbare flächige Gestaltung und Gegenüberstellung von dunklen und hellen Formen sowie die Strukturierung des Hintergrundes. Besonders diese Arbeit könnte als Vorlage für die linke an eine Wand lehrende Frauengestalt gedient haben.

2.5. Der historisch-biographische Film: Sissi



Sissi, 1955, Filmplakat, 116 x 86 cm

Das Plakat zeigt die Darstellung einer jungen aristokratischen Frau vor einem Thronstuhl und einem Vorhang, einer Reling mit einer Bank. Im Hintergrund Gebäude am Ufer eines Gewässers.

Der Bildträger ist grob betrachtet in zwei Bildhälften geteilt. Die linke obere Plakatseite zeigt einen Ausblick auf ein Gewässer, einen See oder einen Fluss, an dessen Ufer sich ein schlossartiges Gebäude befindet, welches an einem Berghang liegt. In der linken unteren Ecke dominiert der Schriftzug des Filmtitels und entlang des unteren Bildrandes reihen sich die restlichen Textelemente.

Der Blickfang, die dominierende Frauengestalt, ist aus der Plakatmitte leicht nach rechts versetzt und beherrscht die rechte Bildseite. Zwei Farben bestimmen die Gestaltung dieses Bildteils, Rot und Weiß. Die Frau trägt ein prunkvolles, weißes Kleid und einen roten Umhang, der um ihre Schultern gelegt ist und vorne mit einer goldenen Kordel zusammengehalten wird. Die gesamte rechte Bildhälfte des Plakates ist in diesem repräsentativen, kräftigen Rot gestaltet worden. Ein roter Vorhang, eine Draperie aus Samt,

dient ausschließlich der Inszenierung der Frauengestalt davor, einschließlich der dekorativen goldfarbenen Elemente, welche einen kaiserlichen Thron erkennen lassen. Der Boden im Vordergrund greift das Rot wieder auf und lässt es schließlich zum unteren Bildrand hin auslaufen, sodass die seitlichen Bildecken weiß bleiben. Die Gebäudedächer im Hintergrund greifen kontrapunktisch die Farbe des roten Umhangs auf.

Der barocke, ornamentale Schriftzug des Titels *Sissi* greift die Gestaltung des Throns auf und hebt sich durch seinen weißen Grund von den restlichen Bildelementen ab. Nur im Bereich des Übergangs in das weiße Kleid erscheint er wiederum Teil der Szene zu werden. Das Weiß wird noch in den Wolken am Himmel aufgegriffen, wodurch das Schloss und die Landschaft eine stärkere Betonung erhalten. Der obere linke Bildrand zeigt einen schmalen blauen Himmelsstreifen, der den farbigen Kontrast zum weißen Tuch bildet, welches die Frau in ihrer rechten, wie zum Abschied erhobenen Hand, hält. Ihr Blick ist in Richtung des Betrachter aus dem Bild heraus gerichtet. Weitere weiße Akzente zeigen sich in den drei Zacken in ihrem Haar, die eine Krone oder ein Diadem andeuten. Gegen das Wasser hin ist der Bereich, auf dem die Frau steht, durch eine Railing abgeschlossen. An diesem ist ein Rettungsreifen befestigt, der im Kontext mit den anderen Bildelementen darauf schliessen lässt, dass die junge Frau sich auf einem Schiff befindet.

Es ist schwierig, sich diesem Beispiel unvorbelastet zu widmen, denn die Frauengestalt ist schon im Kontext mit dem Schriftzug *Sissi* eindeutig als die junge Kaiserin von Österreich zu identifizieren. Aus diesem Grund komme ich jetzt zum Filminhalt, um die inneren Zusammenhänge der Bildelemente im Rahmen des Filminhaltes zu besprechen.

Filminhalt: Sissi (1955, R: Ernst Marischka)

Die Erzherzogin Sophie plant ihren Sohn, den österreichischen Kaiser Franz Joseph mit Prinzessin Helene, genannt Néné, aus dem bayrischen Possenhofen zu verheiraten. Helene fährt in Begleitung ihrer Mutter, der Herzogin Ludovika und ihrer Schwester, der Prinzessin Elisabeth, genannt Sissi, nach Bad Ischl, um den Kaiser zu treffen und auf dem Ball, der anlässlich des kaiserlichen Geburtstages veranstaltet wird, die Verlobung bekannt zu geben.

Sissi, die keine Ahnung von den Heiratsplänen ihrer Mutter hat, begegnet dem Kaiser zufällig beim Angeln, der sich natürlich prompt in die unbekannte, wie er meint, „Bürgerliche“ verliebt. Erst auf dem Ball wird der Kaiser Sissi offiziell vorgestellt und

verlobt sich mit ihr gegen den Willen der Kaiserinmutter, da Sissi nicht in das gewünschte Bild des Hofzeremoniells zu passen scheint. Sie heiraten schließlich im Wiener Stephansdom.

Die Stelle des Films beziehungsweise das Standbild, welches als Vorlage für dieses Plakat gedient hat, ist der Moment, in dem Sissi auf einem Schiff unter einem Baldachin aus rotem Samt zu ihrer Hochzeit nach Wien aufbricht. Sissi winkt ihren Untertanen am Ufer zu, die ihr Glückwünsche zurufen. Das Weiß des Tuches, das sie dafür verwendet, leitet zum Kleid über, das wiederum für ihre bevorstehende Hochzeit steht. Jedoch verweist ihr dem Betrachter zugewandte Blick auf ihre Zukunft als Kaiserin. Dies wird neben dem prunkvollen Kleid noch durch die anderen kaiserlichen Attribute betont, wie dem roten Vorhang, dem Thron, der rote königliche Umhang und die Krone. Zusätzlich wird dieser Verweis auf ihr bevorstehendes Schicksal durch die Leserichtung von links nach rechts und die differenzierte Bildhälftengestaltung noch betont.

Auf ihre Familie, die sich links und rechts um sie herum im Film auf dem Schiff befindet, wurde bei der sehr einfachen Umsetzung verzichtet. Im Hintergrund erkennt man das Schloss Dürnstein.

2.5.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale

Das Filmplakat von Ernst Litter zu *Sissi* zeigt die junge Kaiserin halb zum Betrachter gedreht in einem gelben Kleid und mit Brillantsternen im Haar neben zwei Marmorsäulen, die als Versatzstücke eines Schlosses zusätzlich auf ihren Status verweisen.

Das Vergleichsbeispiel setzt ebenfalls Sissi beziehungsweise die junge Romy Schneider als Hauptmotiv ins Zentrum der Gestaltung, jedoch beschränkt sich der Graphiker bei der Definition des Umfelds auf Versatzstücke für den Raum und keine weiteren narrativen Elemente, die auf den Filminhalt verweisen.



Ernst Litter, Sissi, die junge Kaiserin, 1957, Filmplakat, 1 Bogen



*Xaver Franz Winterhalter,
Kaiserin Elisabeth, 1865*

Während das Sissi-Plakat dieser Besprechung in der Tradition der Adelsporträts des 17. Jahrhunderts wie etwa von Anthonis van Dyck oder Velázquez steht, liefert ein deutscher Hofmaler die Vorlage für dieses Sissi-Plakat.

Ernst Litter nahm sich ein Porträt der Kaiserin Elisabeth von *Xaver Franz Winterhalter* zum Vorbild. Die Umsetzung erfolgte spiegelverkehrt, aber ansonsten entspricht das Plakat formal dem Gemälde. Die Kaiserin ist zentral in das Bild gestellt. In einem weit ausladendem Kleid dreht sie sich zum Betrachter hin. In der Hand hält sie einen Fächer, der auch im Plakat aufgegriffen wurde sowie die Gestaltung der Haare. Im Bild zu ihrer Rechten

und im Plakat zu ihrer Linken befinden sich die zwei Säulen auf einem Sockel erhöht. Während im Gemälde dort noch ein Strauch mit Blumen zu sehen ist und auf der linken Seite ein Ausblick auf eine Landschaft, konzentriert sich das Plakat auf die Hauptperson und setzt sie plakativ vor einen dunkelblauen Hintergrund in Szene. Die Schauspielerin wurde zur lebenden Personifikation von „Sissi“ und in diesem Sinne bedarf die Darstellung keiner weiteren Bildelemente mehr und erklärt sich von selbst.



*Velázquez, Papst Innozenz X., 1650/50,
Öl auf Leinwand,
140 x 120 cm*

Ihre Präsentation auf der rechten Bildseite entspricht dem Repräsentationsschema, welches Velázquez für das Bildnis Papst Innozenz X. anwendet. In beiden Fällen werden die Protagonisten vor einem roten Hintergrund, einem Vorhang, positioniert, vor dem jeweils ein hoher Lehnstuhl mit goldverzierter Rahmung steht (Sissi steht noch davor, während der Papst bereits rechtmäßig darauf thront). Die roten Elemente dominieren und schließen die beiden ein. Dieser Eindruck wird zusätzlich durch die Umhänge verstärkt, unter welchen ihre weißen Gewänder hervorblitzen. Somit sind beide Darstellungen, beziehungsweise die eine nur Halbseitig, durch die herrschaftlichen, zeremoniellen Farben Rot und Weiß definiert.

Im Österreich der Nachkriegszeit steht das Kulturland an sich im Mittelpunkt, insbesondere die Wiederbelebung der monarchistischen Vergangenheit. Von großer Bedeutung waren auch die ersten Aufführungen, die in der Volksoper und im Ronacher 1945 gezeigt wurden, da die Oper und das Burgtheater von den Bombenangriffen zu schwer beschädigt waren. So ist es auch verständlich, dass ein Großteil der historisch-biographischen Filme dieser Zeit das Leben bedeutender österreichischer Komponisten zum Inhalt haben oder vom Operetten-Wien (wie der Wiener Film, der in weiterer Folge besprochen wird) erzählen. In die erste Kategorie fällt das Filmplakat zu *Wien tanzt* (At: Wiener Walzer; 1951, R: Emile Edwin Reinert), einer Biographie von Johann Strauß. Das Plakat zeigt einen Violine spielenden, dunkelhaariger Mann im Frack, mehrere Tanzpaare und das Porträt einer blonden Frau.

Der Bildträger weist eine diagonale Komposition auf, wobei die Größenverhältnisse der dargestellten Personen nicht der Norm entsprechen, sondern im umgekehrten Sinn, die tanzende Personengruppe im unteren Teil des Plakates klein erscheinen, wogegen das weibliche Porträt an der linken oberen Bildhälfte überaus groß wirkt. Durch diese Darstellungsweise wird die Erhöhung des Musikers und eine emotionale Beziehungsgeschichte angedeutet. Im Kontrast dazu nehmen die Textteile die rechte obere und der Filmtitel *Wien tanzt*, wobei Wien durch die Großbuchstaben hervorgehoben ist, die linke untere Ecke des Plakates ein. Der Raum ist nicht definiert, die Grundfläche besteht nur aus einem lila-violetten Farbton.

Das Plakat orientiert sich am Plakat, das Moriz Jung zu Ehren von Johann Strauß entworfen hat, und am Wiener Johann Strauß-Denkmal (Fertigstellung 1921) von



Wien tanzt, 1951, Piller-Druck, Filmplakat, 118 x 83 cm

Moriz Jung, Johann Strauß, 1902, 186 x 98 cm



Edmund Hellmer beziehungsweise dessen Entwürfen. Dieses bildet den großen Künstler plakativ in die Mitte gesetzt ab. Gerahmt wird er von dezenten Blumenranken mit Putten darin, während links unten ein Geiger einer jungen Frau vorspielt und rechts unten ein Paar tanzt.

Neben dem selben Hauptmotiv, greift das Filmplakat *Wien tanzt* auch die anderen Motive auf, wie das tanzenden Pärchen und dem Geiger auf und setzt diese in einen neuen kompositorischen Zusammenhang. So werden im Filmplakat von 1951 die Tanzpaare als leitendes Motiv eingesetzt, die einen Beziehungszusammenhang zwischen den, entsprechend der Größe wichtigeren blonden Frau und dem Musiker. Im Gegensatz dazu baute das Plakat aus der Jahrhundertwende die Szenen illustrierend um die Hauptperson herum auf und steht damit in der Tradition der Buchillustrationen dieser Zeit.

Vergleichbare interne kommunikative Zusammenhänge und die umgekehrte Bedeutungsperspektive, welche auf den Rang der Protagonisten hinweist, zeigte sich bis jetzt auch im Plakat zum Heimat- und Reisefilm, *Der Hofrat Geiger*, und findet sich auch bei den folgenden Beispielen zum Genre des Wiener Films als charakteristisches Gestaltungselement wieder.

2.6. Der Wiener Film: Die Deutschmeister



Die Deutschmeister, 1955, Filmplakat, 1 Bogen

Das Plakat zeigt ein Pärchen, eine junge Frau und einen Mann in Uniform, und darunter eine Gruppe von sieben Uniformierten.

Der hochformatige Bildträger lässt sich waagrecht in drei Bereiche gliedern. Den oberen, gelbgrundigen Teil bildet das Paar. Links sieht man den Schulterbereich der Frau in einem weißen dekollierten Kleid mit roten Tupfen und einem Strohhut mit dazupassender Schleife. Daneben, durch seine Position und die dunklen Farben etwas in den Hintergrund gerückt, sitzt ein junger Mann. In der zweiten Ebene befindet sich die Gruppe der sieben Uniformierten. Um eine zentrale Figur gruppieren sich auf der linken Seite vier und auf der rechten zwei Männer.

Daran schließt quasi der dritte Bereich, der den Textelementen vorbehalten ist an, der durch den geschwungenen Schriftzug des Titels *Die Deutschmeister* die Bildelemente „unterstreicht“ beziehungsweise eine dynamische Bewegung als Grundstruktur vorgibt.

Die Größen der abgebildeten Personen geben die Bedeutungsverhältnisse an, wodurch die Leserichtung von oben nach unten klar festgelegt ist. Die Farbgebung hebt zusätzlich die junge Frau durch ihre helle Gestaltung als Blickfang hervor. In weiterer Folge baut sich die Bildkomposition entlang der Blickrichtungen auf. Die Blickrichtung der Protagonisten verläuft vom Deutschmeister Willi Jurek von rechts nach links zu Stanzi, weiter zur Deutschmeistergruppe rechts außen und von einem zum anderen nach links folgend bis die letzte Person wieder den Blickkontakt zu Jurek hält und damit den Kreis schließt. Jurek ist einerseits das dominante Pendant zu Stanzi und andererseits befindet er sich als Akteur in der Mitte der Deutschmeistergruppe. Seine Liebesbeziehung zu Stanzi und seine berufliche Karriere wird parallel in einem Bild vergegenwärtigt.

Filminhalt: Die Deutschmeister (1955, R: Ernst Marischka)

„Die Geschichte des Films beginnt in den Bergen mit einem unwiderstehlichen Glücksversprechen. Die junge Stanzi, die bislang nur das Landleben mit Gesang, Kühen und Dorffesten kennt, lässt sich auf einem Jahrmarkt nach dem Prinzip Zufall ein Glückslos ziehen. [...] Stanzi nimmt ihr Glück in die Hand und bricht zur Tante nach Wien auf. Diese führt dort mit energischem Regiment ihre Bäckerei. Der Film führt Wien etabliert und illustrativ ein: über seine Architektur und Musik.“¹¹⁴ Die Prophezeiung sieht ihr Schicksal in Wien, wo sie zwei Männern begegnet und einer Verwandten zum Glück verhelfen wird. Dabei wird noch eine hohe Persönlichkeit, Kaiser Franz Joseph, eine bedeutende Rolle spielen.

Zu Beginn wird noch eine der klassischen Verwechslungen eingebaut, wo Stanzi in einem echten Dirndl auf einem Trachtenball erscheint und für eine der feinen Damen gehalten wird. Sie lernt in Wien den jungen Deutschmeister Willi Jurek kennen, der in ihrer Gegenwart den neuen Marsch für sein Regiment komponiert, der aber ohne die Hilfe eines hochrangigen Protegés nicht als offizieller Marsch anerkannt werden kann. Mit Hilfe zweier Salzstangerln gelangen die Noten mit einer Notiz an den Kaiser, der als vertrauenswürdiger Souverän des Volkes angesehen wird, und zu welchem Stanzi gehen kann, um die Hintergründe für die Nachrichten in dem Gebäck zu erklären, wodurch ihr Deutschmeister am Ende doch noch zu seiner Anerkennung kommt.

¹¹⁴ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 182f

Das Plakatsujet betont wie der Film den Kontrast der beiden Welten, die des Operetten-Wiens mit seinen Uniformen und den prunkvollen Bällen und dem natürlichen, schüchternen Mädchen vom Land, das dementsprechend in einem Dirndl gekleidet in den Film eingeführt wurde und sein Schicksal in die Hand nimmt, dabei auch vor einer Audienz mit dem Kaiser und den dazugehörigen Etiketten nicht zurückschreckt, um seine Liebe zu finden.

Auf dem Plakat sind Stanzi und ihr Deutschmeister Willi abgebildet. Stanzi mit unschuldigem Blick und dem Blumensträußchen, das sie von ihrem Kavalier erhalten hat, der im weiteren Verlauf dieser Heurigenzene den besagten Marsch komponiert. Jedoch vergisst er diesen wieder.

Die dominante Position Stanzis auf dem Plakat über der darunterliegenden Deutschmeister-Gruppe lässt ihre weitere tragende Rolle in der Geschichte erahnen. Die Szene bildet den Moment ab, indem Willi durch das Abstempeln der Urlaubsscheine durch seinen Vorgesetzten, den Mann links unten, wieder an die Melodie des Marsches erinnert wird und plötzlich den Rhythmus mit dem Stempel zu wiederholen anfängt. Dies erklärt auch die fragenden und verwunderten Blicke seiner Kameraden sowie deren Anordnung um Willi.

2.6.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale

Der Film *Die Deutschmeister* ist eine Neuverfilmung von *Frühjahrsparade* (1934, B: Ernst Marischka) und zeigt, dass das Operetten-Wien bereits in der Stummfilmzeit ein gängiges Sujet war. Wie sein Vorgänger kommt auch die neue Version nicht ohne Paul Hörbiger, hier als Kaiser, und Hans Moser aus.

Auch der Film *Kaisermanöver* (1954, R: Franz Antel) greift die Bedeutungsperspektive auf. Das Plakat zeigt das Brustbild eines salutierenden Uniformierten, der auf die Zeit der österreichischen Monarchie verweist und seine Fortsetzung in den Uniformen des Hintergrundes findet. Im



Kaisermanöver, 1954,
Piller-Druck, Filmplakat,
116 x 81 cm

Vordergrund sind diesmal zwei Frauen, wiederum proportional kleiner als der Offizier und deshalb nur Begleitpersonen, die im Plakat als ergänzende Information für das Verständnis der Erzählung dienen.

Der Schwerpunkt des österreichischen Produktionsschaffens der fünfziger Jahre umfasst die Genre des Wiener Films und des Reise- und Heimatfilms. Anhand der besprochenen Beispiele lassen sich einheitliche Tendenzen bezüglich der Plakatstruktur dieser Gattungen, mit Ausnahme des Heimatfilms, aufzeigen. Dies betrifft die Bedeutungsperspektive, welche einen Protagonisten zentral und überdimensional ins Bild setzt. Von diesem Blickfang ausgehend wird man weiter zu den Begleitfiguren geleitet, welche durch bestimmte narrative Elemente auf den Filminhalt verweisen sowie durch deren Anordnung und Ausrichtung innerhalb der Komposition.

2.7. Der Revuefilm



Erger, *Das Kind der Donau*, 1950,
Filmplakat, 1 Bogen

Das Filmplakat zeigt Kopf und Oberkörper einer blonden Frau und Textelemente.

Die graphische, plakative Gestaltung dieses Plakates ist auf den ersten Blick sehr einfach gehalten. Es zeigt keinerlei räumliche Anhaltspunkte, sondern besteht aus der leicht graubläulichen Grundfarbe des Bildträgers, auf welchem im linken Bildviertel die Textelemente angeordnet sind. In Rot der Name der Hauptdarstellerin Marika Röck, darunter etwas kleiner der Name Fred Liewehr, gefolgt von dem Verweis, dass es sich um den ersten Wiener Farbfilm handelt. Darunter reiht sich der Titel des Films *Das Kind der Donau*, dessen Wortfolge sich von oben nach unten überschneiden, das heißt räumlich von hinten nach vorne entwickeln. Die Hauptwörter Kind und Donau stechen in schwarzen dicken Buchstaben hervor, während die Artikel in roter Schreibschrift etwas zurücktreten. Im Anschluss an den Titel werden die Informationen zur Produktion, Regie und Musik angeführt.

Den restlichen Teil des Plakates nimmt der Oberkörper einer Frau ein. In der Höhe des Titels befindet sich ihr lachendes Gesicht, das von ihren in Zöpfe geflochtenem blondem

Haar gerahmt wird. Ihr Gewand, ein blaues Taftkleid und die dazugehörige Kappe erscheinen auf den ersten Blick sehr einfach gestaltet. Aus beinahe monochromen Flächen, mit klaren, fast geometrisch anmutenden Konturen zusammengesetzt, wodurch ein starker Kontrast zu dem etwas realistischer, beziehungsweise plastischer ausgearbeiteten Elementen des Kopfes, der Haare, und dem silbernen Ohrring und dem Kollier, entsteht. Wobei anzumerken ist, dass auch diese keine Einheit bilden, denn selbst die blonden Zöpfe wirken isoliert.

Die gesamte Komposition ähnelt einer Collage. Bei näherer Betrachtung des Kleides erkennt man eine Binnengestaltung. In der blauen Fläche baut sich eine stilisierte nächtliche Flusslandschaft auf. Der Fluss in einem differenziertem Blau fließt dort von der oberen rechten Bildecke mit einer Kurve über ihre Schulter bis zum unteren Bildrand, wo er mittig abschließt. An dieser Stelle sind rechts und links architektonische Details zu erkennen, die wie der Fluss nur durch die Modellierung mit helleren oder dunkleren Blau-Tönen zu erkennen sind. Weitere Hangstrukturen entstehen im Bereich ihrer rechten Schulter.

Zu erwähnen wäre noch ihre Handbewegung, ihr rechter Arm ist zu ihrer linken Schulter gehoben, und könnte soviel bedeuten wie „gehen wir es an“. Sie wirkt sehr schwungvoll und motiviert.

Filminhalt: Das Kind der Donau (1950, R: Georg Jacoby)

„Bereits der erste Film aus den Rosenhügelstudios unter sowjetischer Verwaltung und zugleich der erste österreichischen Farbfilm nach dem Krieg, *Das Kind der Donau*, propagiert ein Band der Solidarität, das keine Direktoren mehr benötigt. Diese Anliegen wird naiv, aber effektiv vorgetragen. Die gesamte Handlung, die sich um die Energie von Marika, verkörpert von Marika Röck, gruppiert, läuft auf die Ausrichtung eines Gemeinschaftswerkes, eine Revue, zu. [...] Die private Rivalität von drei Freunden (Fred Liewehr, Harry Fuß, Fritz Mular) um die Frau wird zugunsten der Arbeit an der gemeinsamen Aufgabe zurückgestellt. Der erfolglose Schriftsteller (Fred Liewehr), der Marika liebt, wird Fabrikarbeiter und lernt dort eine andere Arbeitsform kennen. Die Künstler, die sich in der Agentur noch als skeptische Individualisten geben, stellen ihre Arbeitskraft in den Dienst der gemeinsamen Aufgabe.“¹¹⁵ So schaffen sie es mit gemeinsamen Einsatz, eine große Freiluftbühne zu errichten.

¹¹⁵ Büttner/Dewald, a.a.O.; S. 197

Die Donau ist genauso wie der Stephansdom, das Riesenrad, dem Tauernkraftwerk Kaprun, neben den Staatssymbolen, eines der wichtigen identitätsstiftenden Symbole für Österreich. Die Donau wird hier nicht nur einfach als Fluss mit umliegender Landschaft für den Hintergrund hergenommen, sondern in Verbindung mit dem Text bildlich umgesetzt. Marika, das Kind der Donau, wird von dieser umschlossen und ihre Armbewegung, welche dem Verlauf des Flusses entspricht, erfährt dadurch dessen dynamische und stützende Kraft.

2.7.1. Untersuchung genrespezifischer und stilistischer Merkmale

Auf den Film *Das Kind der Donau* folgten zahlreiche Revuefilme, unter anderem *Frühling auf dem Eis* (1950), bei welchen der Schauwert im Vordergrund steht und die Inhaltsstruktur meistens nach einem gleichen Schema verläuft, durch die Initiative eines „Mädels“ wird in Zusammenarbeit eine Revue auf die Beine gestellt.

Die Plakatstruktur greift wiederum das bereits herausgearbeitete Schema der Gattungen Wiener Film und Reisefilm auf (wie der Bedeutungsperspektive mit einem großen Porträt im Hintergrund und einer Verweisfigur im Vordergrund, die in Verbindung mit dem Titel steht). Mit dem Vergleich möchte ich in erster Linie aufzeigen, dass das Filmplakat *Das Kind der Donau* eine gestalterische Ausnahmeerscheinung in dieser Gattung darstellt und Einflüsse der künstlerischen Tendenzen um 1900 aufweist.

Einerseits habe ich bereits während der Plakatbesprechung auf die Verwandtschaft mit der Collage hingewiesen und andererseits ist eine Konzentration auf die Fläche, die wir im Jugendstil finden, zu erkennen. Die Figur zeigt eine kontrastreiche Gegenüberstellung zweier unterschiedlicher Stile zwischen Flächenornament und Modellierung.



*Frühling auf dem Eis, 1951,
Filmplakat, 1 Bogen*



*Gustav Klimt, Der Kuß, 1907/08, Öl auf Leinwand,
180 x 180 cm*

Ein Beispiel, welches eine derartige Gestaltung in einer gesteigerten Version aufweist ist *Der Kuß* von Gustav Klimt. Er arbeitete bei der Gestaltung ebenfalls mit dieser kontrastreichen Gegenüberstellung von naturalistischen Darstellung von dem Paar und dem flächigen, ornamental gestalteten Gewand, welches wie im Plakatbeispiel die Figuren kokonartig umschließt.

Resümee

„Alte Filmplakate haben eine merkwürdige Ausstrahlung, einen eigenartigen Reiz, der packend und faszinierend wirkt, auch dann, wenn die betreffenden Streifen längst verloren gegangen und in Informationen über Darsteller, Regisseur, Produktion und Handlung nur noch aus Rezensionen ersichtlich sind.“¹¹⁶

Die Filmwerbung, zu welcher unter anderem Trailer, Filmplakate, Annoncen, Leuchtreklamen sowie Star- oder Standfotos gezählt werden, stellt eine komprimierte Version des Films dar. Dies ist ein wesentlicher Unterschied zur reinen Produktwerbung. Einerseits wirbt es für ein Produkt, den Film, andererseits stellt es einen Vermittler von abstrakten Ideen unter der Verwendung von tradierten Motiven dar (Filminhalt, Gemeinschaftssinn, Naturschutzgedanke, etc.). In diesem Sinne zeigen sie uns, wie im Laufe des letzten Jahrhunderts Filme wahrgenommen wurden. Das Wahrnehmen von Filmplakaten ist das Erkennen von Zeichen durch andere Zeichen. „Im „semiotischen Dreieck“ der Beziehungen zwischen Gedanken, Zeichen und ihrer Nutzung bedeutet Kommunikation den bewußten Gebrauch von Zeichen zu Mitteilungen und zum Informationsaustausch. Die visuelle Kommunikation bedient sich dazu einerseits symbolischer, d.h. vornehmlich sprachlichen, aber auch ikonischer Zeichen.“¹¹⁷

Das Filmplakat entwickelte sich deshalb in den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts aufgrund seiner großen Anwendungsbreite und –tiefe zu einem effizienten Kommunikator für Filme und konnte sich auch bis in die Nachkriegszeit als idealer Träger von Informationen für die breite Masse gegenüber den neuen Werbemöglichkeiten durchsetzen. Es erhält über den Graphiker einen klaren Ausdruck zur Vermittlung bestimmter Informationen wie dem Filminhalt, das Genre oder die Hauptdarsteller. Hierbei stehen die Gestaltungselemente sowie, den diversen Zeitströmungen entsprechenden ästhetischen Vorstellungen im Vordergrund die den Betrachter ansprechen, „denn das bewusste Einbeziehen des Betrachters ist das wesentliche Charakteristikum der Plakatkunst. Diese erweist sich als

¹¹⁶ Barth a.a.O.; S. 82

¹¹⁷ Fabris, Hans Heinz: Die Bilderwelt des „Neuen Österreich“. Medienkultur nach 1945; in: Fabris, Hans Heinz/Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich; in: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik Bd. 11; Böhlau Verlag, Wien, 1988; S. 21

folgerichtige Konsequenz einer im 19. Jahrhundert zu beobachtenden Tendenz zunehmender Aufmerksamkeit gegenüber dem Betrachter sowie eines sich grundlegend wandelnden Kunst-Begriffs.“¹¹⁸ Vor allem die Einflüsse des Jugendstils und der Neuen Sachlichkeit bestimmten die stilistische Entwicklung der Plakatkunst maßgebend. Aber während in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts die Graphiker offen waren für neue künstlerische Tendenzen, hat sich gezeigt, dass es in der Nachkriegszeit eine starke Orientierung an die Zeit vor dem Krieg nicht nur im Film gab, sondern auch in den Filmplakaten. Diese Kontinuität war im Plakat auch durch die vorherrschenden Filmgenre bedingt und deren folklorischen und monarchistischen Bezügen, welche den gesellschaftlichen Wünschen nach Ordnung und festen Traditionen entsprachen. Die zeitgleichen österreichischen Kunstströmungen fanden keinerlei Aufnahme, es entstand vielmehr ein internationaler Plakatstil, der auf den Werbezweck hin orientiert war.

¹¹⁸ Henatsch, a.a.O.; S. 6

Bildquellennachweis

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Seite 13: Else Czulik, Ernte, 1936. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.

Seite 14: Fridericus. Sein Kampf und Sieg über ganz Europa, 1937. Wagner Druck Verlag, Wien, Filmplakat: 2 Bogen, 190 x 125 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 15: Glaube an mich, 1948. Druck: F. Adametz, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 122 x 86 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Wiener Melodien, 1947. Filmplakat: 1 Bogen, 86 x 60 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Die Frau am Weg, 1949. Druck: J. Weiner, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 120 x 85 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Paul Aigner, Der weite Weg, 1938. Wagner Druck Verlag, Wien, Filmplakat: 3 Bogen, 191 x 125 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 20: Sturmjahre, 1947. Druck: V. Klaushofen, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 86 x 62 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Der Prozeß, 1963. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Der dritte Mann, 1950, Druck: F. Adametz, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 123 x 87. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 21: Fritz Pfister, Der Hofrat Geiger, 1948. Druck: E. Metten, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 84 x 60 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Die Welt dreht sich verkehrt, 1947. Druck: F. Adametz, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 120 x 86 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Echo der Berge, 1955. Filmplakat: 1 Bogen, 120 x 86 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 22: Wienerinnen, 1952. Wien, Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.

- Flucht ins Schilf, 1953. Piller-Druck, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 118 x 84 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.
- Seite 23: Sissi, 1955. Filmplakat: 1 Bogen, 116 x 86 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.
- Matthäus-Passion, 1949. Druck: F. Adametz, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 61 x 42 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.
- Seite 24: Paul Aigner, Hallo Dienstmann!, 1952. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.
- Seite 28: Anonym, Johann Strauß im k.k. Prater, 1866, 95 x 64 cm; in: Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 16.
- Seite 29: C. Pilipon: les Poires. Aus: Le Charivari. 1924; in: Gombrich, Ernst Hans: Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung; Belser Verlag, Stuttgart – Zürich, 1978; S. 337.
- Seite 31: Anonym, Frommes Kalender, ca. 1880-85; in: Henatsch, Martin, Die Entstehung des Plakates – Eine rezeptionsästhetische Untersuchung; Georg Olms Verlag, Hildesheim, 1994; Abb. 20.
- Koloman Moser, Frommes Kalender, 1899 (Farbvariante); in: in: Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 136.
- Seite 34: Abel Truchet, Cinématographie, um 1896; in: Henatsch, Martin, Die Entstehung des Plakates – Eine rezeptionsästhetische Untersuchung; Georg Olms Verlag, Hildesheim, 1994; Abb. 108.
- Seite 44: Salamon, Pratermici, 1926. Filmplakat. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.
- Seite 45: Atelier Ledl & Bernhard. Das Cabinet des Dr. Caligari, 1920, Filmplakat, Lithographie 125,7 x 94,9 cm; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 67.
- Peter Pewas, Gleisdreieck, 1936, Filmplakat, Offset, 142 x 90 cm; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 222.
- Seite 46: Theo Matejko, Die Nibelungen. 1924, Lithographie, 140 x 96,5 cm; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-

Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 148.

Louis Oppenheim, Die Nibelungen. 1924, Lithographie 142 x 96,5 cm; in: in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 148.

Seite 47: Bruno Rehak, Jud Süß, 1940. Filmplakat: Offset 137,2 x 94,9 cm. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.

Seite 54: Sturmjahre, 1947. Siehe Seite 20.

Die Frau am Weg, 1949. Siehe Seite 20.

Der Prozeß, 1948. Siehe Seite 20

Alexander Hussl, 1. April 2000, 1953. Piller-Druck, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 120 x 85 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 59: Eugène Delacroix, Die Freiheit führt das Volk auf die Barrikaden, 1830, Öl auf Leinwand, 260 x 325 cm; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): Harenberg Museum der Malerei, Harenberg Lexikon Verlag, 2002; S. 513.

Seite 60: Der Hofrat Geiger, 1948. Siehe Seite 21.

Seite 63: Die Welt dreht sich verkehrt, 1947. Siehe Seite 21.

Hallo Dienstmann!, 1952. Siehe Seite 24.

Seite 64: Julius Klinger, Plakatentwurf, 1918; in: Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 10.

Seite 65: Echo der Berge, 1955. Siehe Seite 21.

Seite 67: Glaube an mich, 1948. Siehe Seite 15.

Weißes Gold, 1949. Druck: F. Adametz, Wien, Filmplakat: 1 Bogen, 122 x 86 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 68: Ferdinand Hodler, Grindwaldgletscher, 1911; in: Kunst des 19. Jahrhunderts. Malerei, Plastik, Architektur; in: Belser Stilgeschichte Bd. 10; Belser Verlag, Stuttgart – Zürich 1991; S. 165.

Seite 69: Wienerinnen, 1952. Siehe Seite 22.

Seite 72: Flucht ins Schilf, 1953. Siehe Seite 22.

Seite 73: Peter Pewas, Gleisdreieck, 1936. Siehe Seite 44.

Alfred Roller, 9. Ausstellung der Secession, 1901, 190 x 64 cm; in: Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 36.50

Seite 74: Sissi, 1955. siehe Seite 23.

Seite 76: Ernst Litter, Sissi, die junge Kaiserin, 1957. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 77: Xaver Franz Winterhalter, Kaiserin Elisabeth (1837-98); in: Toman, Rolf (Hrsg.): Wien. Kunst und Architektur; Könemann, Köln 1999; S. 168.

Velázquez, Papst Innozenz X., 1946 / 50, Öl auf Leinwand, 140 x 120 cm; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): Harenberg Museum der Malerei, Harenberg Lexikon Verlag, 2002; S. 269.

Seite 78: Wien tanzt, 1951. Piller-Druck, Filmplakat: 1 Bogen, 118 x 83 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Moriz Jung, Johann Strauß, 1902, 186 x 98 cm; in: Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien 1992; S. 77.

Seite 80: Die Deutschmeister, 1955. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 82: Kaisermanöver, 1954. Piller-Druck, Filmplakat: 1 Bogen, 116 x 81 cm. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Seite 84: Erger, Das Kind der Donau, 1950. Plakatsammlung der Österreichische Nationalbibliothek.

Seite 86: Frühling auf dem Eis, 1951. Filmplakat: 1 Bogen. Plakatsammlung der Wienbibliothek.

Gustav Klimt, Der Kuß, 1907/08, Öl auf Leinwand, 180 x 180 cm; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): Harenberg Museum der Malerei, Harenberg Lexikon Verlag, 2002; S. 677.

Bibliographie

Primärliteratur

- Arnheim, Rudolf: Film als Kunst; Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2002.
- Balázs, Béla: Der Geist des Films. Einleitung Hartmut Bitomsky; Makol Verlag, Frankfurt am Main, 1972 (EA: Der Geist des Films, Verlag Wilhelm Knapp, Halle (Saale), 1930).
- Barth, Gerda: Victor Th. Slama und der Film; in: Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990; S. 82-104.
- Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 30-59.
- Böhm, Andrea: Kommunikationswissenschaftliche und kunstgeschichtliche Aspekte in der Werbefotografie; Dipl., Wien, 1996.
- Branaghan, Sim: British Film posters - An Illustrated History; British Film Institut, London, 2006.
- Bronfen, Elisabeth: Wahrnehmen; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat, Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S.121-123.
- Büttner, Elisabeth/Dewald, Christian: Anschluß an Morgen. Eine Geschichte des österreichischen Films von 1945 bis zur Gegenwart; Residenz Verlag, Salzburg, 1997.
- Denscher, Bernhard: Die Kraft der Bilder. Leben und Werk von Victor Th. Slama; in: Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990; S. 8-33.
- Denscher, Bernhard: Österreichische Plakatkunst 1898 – 1938; Christian Brandstätter Verlag, Wien, 1992.

- Ernst, Meret: Regie der Verführung – Vortechnischer Bildstil im impressiven Stummfilmplakat; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 64-79.
- Fabris, Hans Heinz: Die Bilderwelt des „Neuen Österreich“. Medienkultur nach 1945; in: Fabris, Hans Heinz; Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich; in: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik Bd. 11; Böhlau Verlag, Wien, 1988; S. 13-43.
- Fischer, Hans: Klaus Dill zwischen Kunst und Kommerz; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 40-44.
- Fritz, Walter: Kino in Österreich 1896-1930. Der Stummfilm; Österreichischer Bundesverlag, Wien, 1981
- Fritz, Walter: Kino in Österreich 1945-1983. Film zwischen Kommerz und Avantgarde; Österreichischer Bundesverlag, Wien, 1984.
- Gombrich, Ernst Hans: Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung; Belser Verlag, Stuttgart – Zürich, 1978.
- Grohnert, René: Victor Th. Salama – Versuch einer Einordnung; in: Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990; S. 34-57.
- Halbritter, Ulrike: Der Einfluss der alliierten Besatzungsmächte auf die österreichische Filmwirtschaft und Spielfilmproduktion in den Jahren 1945 bis 1955; Dipl., Wien, 1993.
- Hanisch, Ernst: Verlust der Mitte: die Kunst im Zeichen der österreichischen Ordnung; in: Hanisch, Ernst: Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert. in: Wolfram, Herwig (Hrsg.): Österreichische Geschichte 1890-1990; Ueberreuter, Wien, 1994; S. 430-437.
- Hauser, Arnold: Im Zeichen des Films; in: Witte, Karsten: Theorie des Kinos; Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1972; S. 131-141.
- Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002
- Henatsch, Martin: Die Entstehung des Plakates – Eine rezeptionsästhetische Untersuchung; Georg Olms Verlag, Hildesheim, 1994.

Hetz, André Vladimir: Zeichen; in : Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat, Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 14-27.

Hölinger, Klaus: Das österreichische Plakat 1873-1914; Diss., Wien, 1980.

Jobst-Rieder, Marianne: »Österreich über alles, wenn es nur will!«. Staats- und Herrschaftssymbole im Plakat 1914-1945; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 13-17.

Kanai, Anna: Der gedruckte Film – Das konstruktivistische Filmplakat der 20er Jahre; in: Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 90-120.

Klinger, Peter: Das Plakat; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): 20. Jahrhundert; in: Fillitz, Hermann: Geschichte der Bildenden Kunst Österreich, Bd. 6; Prestel Verlag, Wien, 2002; S. 345-349.

Kühnel, Anita: Ästhetik des Nationalsozialismus; in: : Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 32-33.

Kühnel, Anita: Sachlichkeit und Realismus; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 132.

Kühnel, Anita: Tageskunst im Wandel. Anmerkungen zur Plakatkunst in Deutschland und Österreich 1914-1945; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 8-12.

Magener, Jörg: Kino vor dem Kino; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 8-13.

Massiczek, Albert (Hrsg.), Zeit an der Wand - Österreichische Vergangenheit 1848 – 1965 in den wichtigsten Anschlägen und Plakaten; Europa Verlag Wien, 1976.

- Maryška, Christian: Lockrufe der Zerstreuung; in: Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung/Kunstabibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz/Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999; S. 21-25.
- Michel, Matthias/Köpfli, Isabelle: Apokalypse am Sunset Boulevard – Zur Generierung medialer Images: Das Starplakat; in: Beilenhoff, Wolfgang und Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995; S. 158-191.
- Palfy, Isabella: Kino und Film in der ersten österreichischen Republik. Die Filmpublizistik der Tonfilmzeit von 1929-1938; Diss., Wien, 1993.
- Pantel, Volker: Das Buch der Filmplakate (1945 bis 1965); Günter Albert Ulmer Verlag, Schönaich, 1984.
- Reichmann, Hans-Peter: Vorwort; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 8-9.
- Ries, Marc: Strasse; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin: Kartographie des Populären; in: Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich 1995; S. 82-89.
- Sachs-Hombach, Klaus: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft; Herbert von Halem Verlag, Köln, 2003.
- Staiger, Janet: Waren anpreisen, Kunden gewinnen, Ideale verkünden. Nachdenken über Geschichte und Theorie der Filmwerbung; in: Hediger, Vinzenz/Vondauer, Patrick: Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung; Schüren Verlag, Marburg, 2005; S.18-61.
- Steiner, Gertraud: Die Heimat-Macher. Kino in Österreich 1946-1966; Verlag für Gesellschaftskritik, Wien, 1987.
- Urban, Eberhard: Filmplakat und Plakatkunst; in: Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002, S. 28-32.

Sekundärliteratur

- Baburina, Nina: The silent film poster – Russia 1900-1930; Art-Rodnik, Moskau, 2001.

- Beckermann, Ruth/Blümlinger, Christa (Hg.): Ohne Untertitel – Fragmente einer Geschichte des österreichischen Kinos; Sonderzahl Verlag, Wien, 1996.
- Beer, Beate: Die Entwicklung eines österreichischen Nationalbewusstseins in der Nachkriegszeit (1945 – 1970) und die diesbezügliche Rolle der Medien; Dipl., Wien, 2000.
- Büttner, Elisabeth/Dewald, Christian: Das tägliche Brennen. Eine Geschichte des österreichischen Films von den Anfängen bis 1945; Residenz Verlag, Salzburg-Wien, 2002.
- Christ Manfred (Hrsg.): Plakatkunst. Ernst Litter. Eine Werkauswahl in 650 farbigen Abbildungen – Filmplakate (1948-1968) und Portraits; Klartextverlag, Essen, 2000.
- Cziffra, Géza von: Ungelogen. Erinnerungen an mein Jahrhundert; F.A. Herbig Verlagsbuchhandlung, München-Berlin, 1988.
- Dassanowsky, Robert von: Austrian Cinema: A History; McFarland, Jefferson, 2005.
- Drechsler, Wolfgang: Die Welt als Reales, in: Sottriffer, Kristian (Hrsg.): Der Kunst ihre Freiheit. Wege der österreichischen Moderne von 1880 bis zur Gegenwart; Wien, 1983; S. 11-40.
- Fabris, Hans Heinz/Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich; in: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik, Bd. 11; Böhlau Verlag, Wien, 1988.
- Fucik, Geraldine: Die Künstlerfeste der Secession der 50er und 60er Jahre - als Ausdruck der Neuorientierung der Kunst in Österreich nach 1945; Dipl., Wien, 2000.
- Graf, Katrin Franka: „Das Plakat zum Film“ – Unbewegte Bilder und ihre Darstellungsformen an Präsentation für den Film von den Anfängen bis heute; Dipl., Wien, 2006.
- Hanisch, Ernst: Das konservative kulturelle Paradigma und sein Widerpart: die amerikanische Massenkultur; in: Hanisch, Ernst: Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert. in: Wolfram, Herwig (Hrsg.): Österreichische Geschichte 1890-1990; Ueberreuter, Wien, 1994; S. 427-430.
- Hediger, Vinzenz/Vondauer, Patrick: Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung; Schüren Verlag GmbH, Marburg, 2005.
- Heider, Hans Martin/Urban, Eberhard (Hrsg.): Kunst fürs Kino - die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill; Henschel Verlag, Berlin, 2002.

- Heiss, Gernot/Klimeš, Ivan (Hrsg.): Bilder der Zeit. Tschechischer und österreichischer Film der 30er Jahre; Österreichisches Ost- und Südosteuropa-Institut, Außenstelle Brno, Praha – Brno, 2003.
- Hug, Rudolf: Das Recht des Plakatanschlages, Diss.; Hug+Söhne AG, Zürich, 1970.
- Koschatzky, Walter: Die graphischen Künste – Zeichnung, Aquarell und Druckgraphik; in: Schmied, Wieland (Hrsg.): 20. Jahrhundert; in: Fillitz, Hermann: Geschichte der Bildenden Kunst Österreich, Bd. 6; Prestel Verlag, Wien, 2002; S. 288-314.
- Kramer, Thomas/Prucha, Martin: Film im Lauf der Zeit – 100 Jahre Kino in Deutschland, Österreich und der Schweiz; Ueberreuter, Wien, 1994.
- Lehner, Wolfgang/Praschl, Bernhard: Stellen Sie sich einen österreichischen Film vor! Zur Entwicklung des Avantgarde-, Experimental- und Undergroundfilms in der Zweiten Republik; in: Fabris, Hans Heinz/Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich. Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik; Böhlau Verlag, Wien, 1988; S. 199-250.
- Mänz, Peter/Maryška, Christian (Hrsg.): Das UFA-Plakat. Filmpremieren 1918-1943; Umschau Braus Verlag, Heidelberg – Berlin, 1998.
- Mattl, Siegfried: Ende und Auferstehung der diskreten Strategien – Politische Kultur im Österreich der I. und II. Republik; in: Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990; S. 58-81.
- Matulik, Sigrid: Die Rezeption der internationalen Moderne in der bildenden Kunst in Österreich 1945 bis 1955 und die Bedeutung der alliierten Kulturpolitik; Dipl., Wien, 2005.
- Mittmannsgruber, Otto/Strauß, Martin (Hrsg.): Plakat.Kunst. Über die Verwendung eines Massenmediums durch die Kunst; Springer-Verlag, Wien, 2000.
- Nöth, Winfried: Zeichentheoretische Grundlagen der Bildwissenschaft; in: Sachs-Hombach, Klaus: Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung; Herbert von Halem Verlag, Köln, 2005; S. 33-44.
- Pack, Susan: Film Posters of the Russian Avant-Garde, Taschen Verlag, Köln, 1995.
- Panek, Bernhard Walter: Synergetisches Marketing II: Werbung und Werbemittel: Kreation und Werbemittelproduktion; Wiener Universitätsverlag WUV, Wien, 2002.
- Rathklob, Oliver: Die Wien-Film-Produktion am Rosenhügel; in: Fabris, Hans Heinz/Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich. Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik; Böhlau Verlag, Wien, 1988; S. 117-132.

Rathklob, Oliver: Planspiele im Kalten Krieg. Sondierungen zur Kultur- und Theaterpolitik der Alliierten; in: Haider-Pregler, Hilde (Hrsg.): Zeit der Befreiung. Wiener Theater nach 1945; Picus-Verlag, Wien, 1998; S. 40-64.

Reichele, Ingeborg: Bildende Kunst; in: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bildwissenschaftliche Disziplinen, Themen, Methoden; Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2005; S. 320-334.

Scholz, Martin/Helmbold, Ute (Hrsg.): Bilder lesen lernen. Wie werden Bilder rezipiert?; Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, 2005.

Schreiber, Peter: Bildlogik; in: Sachs-Hombach, Klaus: Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung; Herbert von Halem Verlag, Köln, 2005; S. 13-32.

Sonnleithner, Jakob: Die Konstruktion einer österreichischen Identität in der Nachkriegszeit anhand der Zeitung „Neues Österreich“ in den Jahren 1945-1955; Dipl., Wien, 2007.

Witte, Karsten: Theorie des Kinos; Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1972.

Würtz, Herwig (Hrsg.): Traumwelt – 100 Jahre Kino in Wien, Filmplakate aus der Wiener Stadt- und Landesbibliothek; Astoria Druck, Wien, 1996.

Zinner, Herman: Buchkunst des Jugendstils in Österreich; Diss., Wien, 1978

Ausstellungskatalog

Beilenhoff, Wolfgang/Heller, Martin (Hrsg.): Das Filmplakat. Museum für Gestaltung, Ausstellungskatalog, Zürich und Scalo Verlag, Zürich, 1995.

Braunschwenter: Ruf der Berge – Echo des Fremdenverkehrs. Der Heimatfilm: Ein österreichischer Konjunkturritt; in: Beckermann, Ruth/Blümlinger, Christa (Hg.): Ohne Untertitel – Fragmente einer Geschichte des österreichischen Kinos; Sonderzahl Verlag, Wien, 1996, S. 259-283.

Bund österreichischer Gebrauchsgraphiker BÖG (Hrsg.): Österreichische Plakate 1890-1957; Kunstverlag Anton Schroll & Co., Wien-München, 1957.

Denscher, Bernhard (Hrsg.): Von der Sinnlichkeit der roten Farbe: Victor Th. Slama; Ausstellungskatalog, Wiener Stadt- und Landesbibliothek, Wien, 1990.

FilmKunstGrafik; Schriftreihe des Deutschen Filmmuseums; Deutsches Filminstitut, Frankfurt am Main, 2002.

Fröhlich, Gertie (Ill.): Gertie Fröhlich - Plakate für das Österreichische Filmmuseum 1964 – 1984; Galerie Ulysses, Wien, 2005.

Querschnitt 1956. Malerei, Graphik, Plastik der letzten fünf Jahre aus Österreich. Wiener Secession, Wien, 1956.

Verführungen. Plakate aus Österreich und Deutschland von 1914 bis 1945; Österreichische Nationalbibliothek, Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung; Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin-Preußischer Kulturbesitz; Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.), Umschau Braus Verlag, Wien, 1999.

Internetrecherche

Arbeitsplatt: Wahlanalyse und Wahlprognose. Plakat analysieren
http://egora.uni-muenster.de/FmG/wahlen/bindata/w_mt_1_13_a.pdf; 06.07.2008, 10:38

Das Plakat

http://www.zpg-gm.de/aktionen/plakat/das_plakat.pdf; 06.07.2008, 10:42

Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem österreichischen Filmplakat der Zweiten Republik. Ausgehend von einem geschichtlichen Abriss über die Entwicklung des österreichischen Films, kristallisierte sich eine Schwerpunktsetzung auf bestimmte filmische Themenbereiche in den 1950er und 60er Jahre heraus. Hierzu werden der Reise- und Heimatfilm, der Film der österreichischen Avantgarde, der Wiener Film und der historisch-biographischen Film angeführt, deren Inhalte und Zeichenrepertoire Einfluss auf die jeweiligen Plakatsujets nahmen. Daran schließt das Kapitel über die Entstehung des Plakats und ab den 1920er Jahren die Entwicklung des Filmplakates an, innerhalb der die charakteristischen Motive des Filmplakates, dessen rezeptionsästhetische Gestaltungsmittel sowie stilistischen Entwicklung unter dem Einfluss der österreichischen Kunstszene behandelt werden. Im Rahmen der Plakatanalyse werden dazu charakteristische Plakate von 1945 bis 1955 innerhalb des semiotischen Dreiecks besprochen.

abstract

This thesis deals with film posters from the Austrian Second Republic. In line with an historical summary of the development of the Austrian film, a main focus is on specific subject areas in the 1950th and 60th. Like the “Reise-“ and “Heimatfilm” (films with regional background), the film of the Austrian avant-garde, the Vienna film and the historical-biographical film, whose content and repertoire of symbols influenced the subjects of the relative film posters. This is followed by the development of the poster and, from the 1920th onwards, the development of the film posters. This chapter discusses the characteristic motives of film poster, devices of aesthetic reception as means of design and stylistic development, influenced by the Austrian art scene. Characteristic posters from 1945 to 1955 will be discussed in conjunction with the semiotic triangle as part of the poster analysis.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Geburtsdatum: 21. Dezember 1980

Staatsbürgerschaft: Österreich

Geburtsort: Klagenfurt

Bildung

| | |
|-------------------|---|
| 1987-1991 | Besuch der Volksschule Krumpendorf |
| 1991-1999 | Besuch und Abschluß mit Matura des Bundesrealgymnasiums Klagenfurt-Viktring mit Schwerpunkt Bildnerischer Erziehung |
| SS 2000 – WS 2008 | Studium der Kunstgeschichte an der Universität Wien |

Praktikum

| | |
|----------------------------------|--|
| Juli/August 1996 - 2005 | Mitarbeit im elterlichen Gastronomiebetrieb |
| Dezember 2001 - März 2004 | Dienstnehmerin im Bereich der Erlebnisgastronomie (La Vera) |
| Juli/August 2002 - 2003 und 2005 | Ferialpraktikum Billa Reifnitz |
| 24. November – 22. Dezember 2004 | Aufsicht der Hridlicka-Ausstellung in der Galerie Ernst Hilger |
| Jänner 2005 - April 2006 | Service bei div. Vernissagen und Aushilfe beim Versand in der Galerie Ernst Hilger |
| Oktober 2005 - April 2006 | Museumsaufsicht im KHM |
| April 2006 – Juli 2007 | Leitung des Siemens_artLab und Mitarbeit in der Galerie Ernst Hilger |