



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Amerikanismus

—

Weimarer Republik und sowjetische Filmavantgarde“

Verfasserin

Cosima Ulrike Sindlhofer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil)

Wien, 2008

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Klemens Gruber

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	3
1 DAS VORBILD AMERIKA: THE ROARING 20'S	5
1.1 DIE NEUE KAPITALISTISCHE UTOPIE – DEFINITION	13
1.2 HOLLYWOOD UND SEIN FILM	16
2 AUSPRÄGUNGEN DES AMERIKANISMUS	20
2.1 KULTURELL – DIE GOLDENEN ZWANZIGER AM BEISPIEL BERLINS.....	20
2.1.1 „Die industrielle Reservearmee“, ihre Metropole, ihr Zerstreuungsbedürfnis	24
2.2 WIRTSCHAFTLICH AM BEISPIEL DER DEUTSCHEN FILMINDUSTRIE	32
2.3 ÄSTHETISCH AM BEISPIEL DER SOWJETISCHEN FILMAVANTGARDE	45
2.3.1 Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers (FEKS)	49
2.3.2 Charlie Chaplin – Volkskunst als Manifestation des Absurden	59
3 ZUM BEGRIFF DES „AMERIKANISMUS“	69
4 NACHBEMERKUNG	77
5 DANKSAGUNG	79
6 BIBLIOGRAFIE	80
7 ANHANG	87

EINLEITUNG

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Begriff des Amerikanismus und versucht diesen auch in der Literatur nicht klar definierten Terminus phänomenologisch zu erklären. Zuerst wird die soziohistorische Situation der USA in den 20er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts dargestellt. Danach wird auf die Ausprägungen des Amerikanismus in der Weimarer Republik und in der sowjetischen Filmavantgarde eingegangen.

Im Jahr 1925 verkündete der Präsident der Vereinigten Staaten, Calvin Coolidge: „After all, the chief business of the American people is business. They are profoundly concerned with producing, buying, selling, investing and prospering in the world“¹. Dieser Satz aus einer Ansprache Coolidges wurde durch den wirtschaftlichen Höhenflug der Vereinigten Staaten nach dem 1. Weltkrieg und dem Erlangen einer Führungsposition am Weltwirtschaftsmarkt zu einem Leitmotiv der amerikanischen Konsumkultur der 20er-Jahre. In der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen schafften es die Vereinigten Staaten, sich eine Vormachtstellung am globalen Wirtschaftsmarkt zu sichern. Die Länder der „alten Welt“ versuchten unterdessen innerhalb der neuen Grenzen, die der erste Weltkrieg geschaffen hatte, ein neues nationales Demokratiebewusstsein zu entwickeln. Die Monarchie wurde abgeschafft und die Verlierernationen standen vor der Aufgabe, eine parlamentarische Demokratie aufzubauen. Die USA wurden schnell ein Vorbild, nicht nur in wirtschaftlicher und politischer, sondern vor allem auch in kultureller Hinsicht. Die wirtschaftliche Prosperität in den Vereinigten Staaten, gefördert durch technische Innovationen und neue ökonomische Theorien der Betriebsführung, ermöglichte mit einem Mal auch gemäßigten Wohlstand für die Mittelschicht. Die Arbeiter und Angestellten hatten als Teil der neuen Methoden der Betriebsführung einen genauen Zeit- und Handlungsablauf zu entsprechen. Parallel zu dem genormten Arbeitsalltag entwickelte sich eine noch nie da gewesene Freizeitkultur, die sich aus den gesteigerten

¹ Coolidge, Calvin. Rede zur ASNE Convention, 17. Jänner 1925; zitiert nach: Coolidge, Calvin. „[...] the chief business of American people“: Excerpts from speech of President Calvin Coolidge to the ASNE Convention on January 17, 1925. <http://www.asne.org/kiosk/editor/00.aug/ottaway2.htm> (4. 5. 2008)

Konsummöglichkeiten, die die prosperierende Wirtschaftslage für alle Gesellschaftsschichten mit sich brachte, ergab. Eine neue Art der Volkskultur entwickelte sich. Eine Kultur für die Massen, die sich am Konsum und dem konsumierbaren Vergnügen orientierte. Aufgrund des Modells eines florierenden Kapitalismus wurden die Vereinigten Staaten ein Vorbild für die Weimarer Republik, das gemäßigten Wohlstand für die Massen versprach, und die neue Kultur - unterstützt von den neuen Medien wie Kino und Radio.

Auch die Sowjetunion konnte sich in gewisser Weise nicht dem Bann des Amerikanischen und all seiner Assoziationen entziehen, obwohl sie mit der Oktoberrevolution in eine neue Ära des gesellschaftlichen Zusammenlebens getreten war, das sich an dem amerikanischen Kapitalismus konträren Ideologien orientierte. Denn Amerika stand nicht nur für einen Kapitalismus, der auch die Massen profitieren ließ, sondern auch für technologischen Fortschritt, Motorisierung und Automatisierung. Amerika war der Inbegriff der Moderne.

Ziel dieser Arbeit ist es, die Amerika-Begeisterung in der Sowjetunion und in der Weimarer Republik zu untersuchen. In einer deskriptiven Verfahrensweise wurde versucht, das Phänomen der Faszination an den Vereinigten Staaten festzuhalten. Dabei galt es verschiedene Formen des so genannten Amerikanismus herauszuarbeiten und sie innerhalb eines Kontexts zu bestimmen. Da die Ausformungen des Amerikanismus in der Alten Welt vielfältig und differenziert waren, gilt es zu erwähnen, dass in dieser Arbeit „Amerikanismus“ nur innerhalb der Grenzen von Film und Kultur behandelt wird. Die vorliegende Arbeit konzentriert sich auf drei Ausprägungen des Amerikanismus – die wirtschaftliche und kulturelle Ausformung in der Weimarer Republik sowie die ästhetische Anlehnung der sowjetischen Filmavantgarde an Amerika - und versucht, sie anhand konkreter Beispiele zu skizzieren und zu definieren.

1 DAS VORBILD AMERIKA: THE ROARING 20'S

Als 1924 Calvin Coolidge die Nachfolge von Warren G. Harding, der unerwartet am 2. August 1923 starb, als Präsident der Vereinigten Staaten antrat, ahnte noch niemand, zu welchem Wirtschaftsaufschwung der frühere Anwalt und Gouverneur sein Land führen würde. Die Regierung sah ihre Aufgabe darin, der Volkswirtschaft im eigenen Land, vor allem in Bezug auf Auslandsgeschäfte, genug Freiraum zu lassen und lediglich, falls nötig, diplomatische Rückenstärkung zu geben. Begleitet wurde dieses Programm von steuerlichen Erleichterungen², die vor allem den Besserverdienenden zugute kamen.

Der Wohlstand Amerikas gründete sich darauf, dass die USA den Ersten Weltkrieg mehr oder weniger unbeschadet überstanden hatten, ohne allzu große Verluste zu erleiden.

„Wirtschaftlich und finanziell gesehen war Amerika alleiniger Gewinner des Weltkrieges. Während die ganze Welt, ob Sieger oder Besiegter, durch die außerordentlichen Anstrengungen des Krieges bis zum wirtschaftlichen Zusammenbruch entkräftet oder wirklich zusammengebrochen war, hatte allein Amerika infolge des Krieges einen unglaublichen inneren und äußeren Aufschwung genommen.“³

Während Europa erst ein neues Bewusstsein über sich selbst und die neu definierten Ländergrenzen finden musste, hatten die Amerikaner die Möglichkeit, sich wirtschaftlich einen Vorsprung zu erarbeiten. Damit ließen sie die Alte Welt bald hinter sich, die noch immer mit den Kriegsschäden und Aufbauarbeiten beschäftigt war. Die Vereinigten Staaten konnten dank „[...] einiger spezifischer amerikanischer Errungenschaften, die ihrerseits zur Maximierung der volkswirtschaftlichen Ressourcen des riesigen reichen Landes beitrugen“⁴, eine wirtschaftliche Vormachtstellung erreichen.

„Dazu gehörten die von Ford eingeführte Fließbandfertigung standardisierter und weitgehend austauschbarer Einzelteile sowie die wissenschaftliche Betriebsführung, die Frederick W. Taylor schon vor dem Krieg in *Principles of Scientific Management* theoretisch unterbaut hatte und in der Folgezeit in vielen von ihm geleiteten Einsätzen praktisch durchexerzierte.“⁵

² 1926 und 1928

³ Berg, Peter. *Deutschland und Amerika 1918-19: Über das deutsche Amerikabild der zwanziger Jahre*. Lübeck: Matthiesen 1963, S. 56

⁴ Majakowski, Wladimir. *Meine Entdeckung Amerikas*. Zürich: Die Arche. 1960, S. 53

⁵ Berg, Peter. *Deutschland und Amerika 1918-19*, S. 53

Der wirtschaftliche Aufschwung wird vor allem in der Radio- und Autoindustrie deutlich, was sich durch einige statistische Daten illustrieren lässt:

„Im Jahre 1919 waren in den USA knapp 8 000 000 Autos zugelassen [...] Zehn Jahre später zählte man über 26 000 000 Autos. [...] Einen Wendepunkt in dieser Entwicklung mit seinen unermesslichen Folgen für die Volkswirtschaft – unter Einbeziehung von Zulieferfirmen, Ö raffinerien, Straßenbauunternehmen etc. belief sich 1929 die Gesamtzahl der im Automobilbau tätigen Arbeitnehmer auf weit über vier Millionen – bildete die Einführung der Vierzig-Stunden-Woche bei Ford 1926.“⁶

Die Preise für die Autos, vor allem der Firmen Ford und Chevrolet, waren so niedrig geworden, dass sich Millionen von amerikanischen Haushalten ein Auto leisten konnten. 1929 hatte beinahe jede fünfte Person in den Vereinigten Staaten ein Auto⁷. Damit war der Grundstein für eine motorisierte Gesellschaft geschaffen. Auch Wladimir Majakowski konnte sich bei seinen niedergeschriebenen Erfahrungen während seiner Amerikareise der übermächtigen Präsenz des Autos nicht erwehren:

„Ich weiß nicht, auf wie viele Menschen ein Auto kommt [ich glaube, das Verhältnis ist eins zu vier], aber ich weiß, dass in den Straßen die Autos zahlreicher sind als die Fußgänger. [...] Ford hat hier [Detroit, Anm.] seine Hochburg, und seine Fabrik, die Tag und Nacht arbeitet, erzeugt täglich 7000 Wagen.“⁸

Durch ein modernes Fahrzeug-Fertigungskonzept ermöglichte Henry Ford so einer breiten Gesellschaftsschicht die motorisierte Mobilität. Beinahe jedem war es nun möglich, ein Auto zu kaufen und zu besitzen. Das Auto wurde zum Symbol des Wohlstands für die Massen.

„Ford's genius was to build motorcars for the multitudes. He introduced mass production to an industry that was largely producing luxury, handbuilt machines for an elite. (...) Ford became a legend, a folk hero.“⁹

⁶ Leppmann, Wolfgang. *Die Roaring Twenties: Amerikas wilde Jahre*. München: List Verlag 1992, S. 49-50

⁷ Ebenda S. 50

Eine ähnliche Situation lässt sich auch in der Weimarer Republik ausmachen. Lag die Zahl der Personenkraftwagen 1923 bei 98.000, waren es 1927 schon 261.000 Autos. Während der Weltwirtschaftskrise brach der Trend zum eigenen Personenkraftwagen nicht ab und 1932 besaßen eine halbe Million Deutsche ein Auto. Vgl. Geisthövel, Alexa. „Das Auto“. In: Geisthövel, Alexa und Knoch, Habbo (Hg.). *Orte der Moderne: Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts*. Frankfurt: Campus 2005, S. 41

⁸ Majakowski, Wladimir. *Meine Entdeckung Amerikas*, S. 82

⁹ Miller, Nathan. *New world coming: The 20's and the making of Modern America*. New York: Scribner 2003, S. 174 f.

Ford holte das Automobil aus dem für die Massen unerreichbaren Bereich des Luxus und machte die moderne Motorisierung nicht nur für eine Elite möglich. Er ebnete einer gesamten Nation den Weg, um schneller und effizienter Entfernungen zu überwinden. Er gab denen, die an der Motorisierung und Beschleunigung des Lebens teilhaben wollten, indem sie einen Autokauf tätigten, das kosmopolitische Gefühl, dass Distanzen von nun an kein Problem mehr darstellten. Weltoffenheit wurde käuflich und somit Teil der neuen Konsumgesellschaft.

Der Anfang dieser konsumierbaren Weltoffenheit lässt sich unter anderem auch an der Erfindung sowie Verbreitung des Rundfunks in Form des Radios festmachen. Das Radio vermittelte breiten Bevölkerungsschichten, die bis jetzt von der Politik mehr oder weniger ausgeschlossen waren, den Eindruck, dass auch sie nun Anteil am Weltgeschehen hätten. Mit dem Radio eröffneten sich vollkommen neue Möglichkeiten der Kommunikation und Information; Nachrichtensendungen, Sportübertragungen und vor allem Werbung fanden Einzug in die privaten vier Wände.

Der normale Bürger konnte nun an dem teilhaben, was in der Welt passierte, sei es nun durch seine neu gewonnene motorisierte Mobilität oder durch die scheinbare Omnipräsenz des Radios, das jedem ermöglichte, dort dabei zu sein, wo es scheinbar unmöglich war; sei es nun eine Wahlkampfdebatte in Washington oder ein Baseball-Endspiel im New-York-Yankee-Stadium.

Neben dem Radio war der Film ein Medium, das einen ähnlichen Weg der Information und Unterhaltung einschlug. Mit dem Film und seiner Faszination, die er auf die Menschen ausübte, wurden auch jene Orte beliebt, an denen er vorgeführt wurde - die Filmpaläste. Der Anfang der Filmpalastgeschichte lässt sich mit dem Import der Monumentalfilme *Quo Vadis* (1911) und *Cabiria* (1914) aus Europa in die Vereinigten Staaten festschreiben. Die Räume der Filmvorführung versuchten bezüglich der Innenausstattung den Luxus, der in diesen Film geboten

und gezeigt wurde, zu übertreffen.¹⁰ „Stuck- und Goldverzierungen, illusionistische Malerei und bunt angeleuchtete Springbrunnen wurden zum dauerhaften Ambiente der Filmvorführung [...]“¹¹ Durch den Luxus des Ambientes wurde ab diesem Zeitpunkt auch die gehobene, elitäre Gesellschaftsschicht angesprochen und der Film schaffte den Sprung aus dem billigen und verruchten Milieu der Proletarierunterhaltung; er sprach nun, da er im luxuriösen Ambiente gezeigt wurde, sämtliche Schichten der Gesellschaft an. Der Film und seine Vorführung wurden zu einem Gesamtkunstwerk stilisiert, das in der Anfangszeit zu einer Homogenisierung innerhalb verschiedener Gesellschaftsschichten führte. Nun waren die Besucher nicht mehr nur aus der Proletarierschicht, sondern auch wohlhabende Menschen fanden Gefallen an den Filmvorführungen im Luxusambiente. Im Filmpalast kamen die Menschen aus verschiedensten Gesellschaftsschichten zusammen, saßen gemeinsam in einem Kinosaal und bildeten während der Filmvorführung eine Art Publikumsgemeinschaft.

Im Laufe der 20er-Jahre wurden die Kinopaläste immer prunkvoller und waren für sich genommen schon ein visuelles Erlebnis, das auch ohne Filmvorführung, alleine durch seine Ausstattung, die Zuschauer faszinierte. Die Atmosphäre, die um die Filmvorführung herum aufgebaut wurde, wurde genauso wichtig, wenn nicht sogar wichtiger, als der Film selbst. Als 1922 von John Ebersson die *atmospheric theatres* erfunden und gebaut wurden, bekam der Kinobesuch eine neue Dimension:

„Im Houston Majestic, Eberssons erstem Kino, saßen die Zuschauer von Pergola und weinüberwucherten Balkonen umgeben zwischen Statuen und ausgestopften Fasanen. Über ihren Köpfen erstreckte sich ein tiefblauer Nachthimmel, an dem kleine Glühbirnen die blinkenden Sterne simulierten und Wolken vorbeizogen, die von speziell konstruierten Projektoren an die Decke geworfen wurden.“¹²

In den späten 20er-Jahren hatte der Film schließlich seinen Durchbruch in allen Gesellschaftsschichten geschafft und bald wurden Kinos nur für die reiche Klientel gebaut. Zu diesen Filmpalästen hatte nur die reiche und gehobene Gesellschaft Zutritt; Menschen aus dem Mittelstand sowie Schwarze waren von

¹⁰ Vgl. Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese: Vom Barocktheater zum Filmpalast*. Würzburg: Königshausen & Neumann 2005, S. 270

¹¹ Ebenda S. 270

¹² Ebenda S. 274

jenem Kinovergnügen ausgenommen.¹³ Auch waren derartige Kinos nicht immer ortsgebunden, sondern nutzten die neuen Wege der Distanzüberwindung, wie die Eisenbahn oder die Dampfschiffahrt:

„Movie theatres for the rich also could be found on luxury trains and fancy ocean liners. On trains, fifty-seat theatres in air conditioned dining cars provided viewing conditions similar to screening rooms. Projection was done with 16 mm equipment. The seven-day ocean liner trip across the Atlantic had always been live entertainment for its top-paying passengers; in the 1920s luxury liners added movie theatres.“¹⁴

Die Kinopaläste nahmen sich bezüglich ihrer Ausstattung immer mehr die Filme, die sie zeigten, zum Vorbild; bald gab es Kinos, die den Prunk des französischen Absolutismus und den Mythos des antiken Ägypten und Babylons wiederaufleben ließen. „Der Filmpalast wurde zum Welttheater, das sich von den Motiven der Leinwand speiste.“¹⁵ Es kam beinahe zu einer Verschmelzung zwischen Film, Leinwand und Kinoraum. Das Kino selbst schien zur Filmkulisse zu werden.

Um die Kinovorführung herum wurde, zusätzlich zu der immer prunkvolleren Innenausstattung, auch ein immer größeres Showprogramm geliefert. Es wurde nicht nur ein Film gezeigt, sondern es wurden Tanzvorführungen und akrobatische Kunststücke zusätzlich zur Filmvorführung präsentiert:

„[...] Bühnenshows wurden in den Kinopalästen der zwanziger Jahre zum absoluten Muss. Es entstanden Revuegruppen wie die Sunkist Beauties, die mit ihrer Show von Kinopalast zu Kinopalast zogen und dort ornamentale Varietéakte [...] zum Besten gaben oder eine ägyptische Phantasie vorführten, wie sie auch in Filmen und Theaterdekorationen zu bestaunen war.“¹⁶

Es gab scheinbar die ganze Welt an einem Abend im Kino zu sehen und der von der Monotonie des Fließbandes müde Geist fand Zerstreuung in der Opulenz des Ambientes. Es wurden Dinge gezeigt, von denen man vorher nicht wusste, dass man sie brauchte oder wollte.

„So stand der Film im Mittelpunkt einer neuen Gesellschaft, die sich ausdrücklich auf die Standardisierung der Produktion und die planmäßige Erfüllung systematisch produzierter Wünsche gründen sollte – ein Programm, das im Film sein perfektes Medium zu finden schien, das aber vor allem der Wirkung unmittelbar konditionierter Mechanismen vertraute.“¹⁷

¹³ Vgl. Gomery, Douglas. *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*. Madison: University of Wisconsin Press, 1992 S. 140

¹⁴ Gomery, Douglas. *Shared Pleasures*, S. 140

¹⁵ Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese*, S. 277

¹⁶ Ebenda S. 278

¹⁷ Ebenda S. 283

Die Emanzipierung des Menschen vom schlecht verdienenden Arbeiter hin zum Konsumenten bzw. Teilhaber der florierenden Wirtschaftsnation machte auch vor dem Mikrokosmos „Familie und Haushalt“ nicht Halt.

Das, was die Motorisierung auf der Straße für die Allgemeinheit symbolisierte, wurde durch die Automatisierung von Haushaltsgeräten (Waschmaschine, Kühlschrank, Herd und Bügeleisen) im privaten Eigenheim repräsentiert. Die amerikanische Durchschnittshausfrau sah in dieser Automatisierung eine Einsparung von Zeit und Arbeitskraft, welche ihr die Möglichkeit gab, ihre Kräfte in eine Arbeit außerhalb des Haushaltes zu investieren und somit ihr eigenes Geld zu verdienen; nicht nur in den klassischen Berufen der weiblichen „middle class“ wie Krankenschwester, Lehrerin oder Stenografin, sondern auch in vermeintlich atypischen Branchen wie Journalistin und Geschäftsfrau. „Bei der tonangebenden ‚neuen Frau‘ handelt es sich, wie nicht anders zu erwarten, in erster Linie um die auf Selbstverwirklichung und größtmögliche Unabhängigkeit bedachte Großstädterin.“¹⁸ Die Frau wird burschikos, fast männlich, was sich am augenfälligsten in der Kleidung und der Frisur manifestiert. „Die Röcke reichen in den frühen Twenties nur bis knapp unter das Knie, wobei der Schock der Entblößung durch heruntergerollte Strümpfe noch verstärkt werden kann.“¹⁹ Davor waren die Röcke bodenlang, oder ließen den Betrachter maximal einen Blick auf die mit Strümpfen bedeckten Knöchel erhaschen. Auch Wladimir Majakowski bemerkt auf seiner Entdeckungsreise durch Amerika den neuen Trend und die damit verbundenen Folgen:

„[...] Zugunsten der langen Haare setzen sich bis zur Heiserkeit die Fabrikanten von Haarnadeln ein, die durch die Mode des Haarschneidens ihre Produktion erheblich einschränken mussten; die kurzen Haare verteidigt vor allem der Trust der Frisierlädenbesitzer, die durch die neue Mode einen vorher nie dagewesenen Kundenstrom erhalten hatten.“²⁰

Neue Gesellschaftsbilder der Frau begannen sich, durch die Medien unterstützt, zu entwickeln und sich von der vorherigen Generation zu unterscheiden. Hier wäre der Trend hin zur „flapper“, angelehnt an die Stummfilmschauspielerin Louise

¹⁸ Majakowski, Wladimir. *Meine Entdeckung Amerikas*, S. 169

¹⁹ Ebenda S. 169

²⁰ Ebenda S. 64

Brooks, der als Symbolisierung der sexuellen Revolution der Nachkriegsära betrachtet werden kann, hervorzuheben.

„She [die flapper, Anm.] challenged prevailing notions about gender roles and defied the double standard. In essence, she demanded the same social freedoms for herself that man enjoyed. Flappers flouted conventionality, drank in speakeasies and the new nightclubs, doubled the nation's consumption of cigarettes by reaching 'for a Lucky instead of a sweet' [...] The flapper bobbed her peroxidized or hennaed hair, wore bright red lipstick, and painted two circles of rouge on her face. She adorned her androgynous figure with flimsy dresses and short skirts, and wore a tight-fitting cloche hat with long strings of beads, flesh-coloured hose rolled below her rouged knees, numerous bangles on her arms, and unbuckled galoshes. Sleeves disappeared and in summer the flapper sometimes dispensed with stockings.“²¹

Der Typ der „flapper“ hatte unterschwellig Einfluss auf den Kleidungsstil bzw. die Mode der Frauenwelt. Frauen begannen überall Make-up zu tragen, was noch einige Jahre zuvor als Merkmal „leichter Mädchen“ gewertet wurde. Nach Miller benutzten 73 Prozent der Frauen über 18 Jahre Parfum, 90 Prozent Gesichtspuder, 50 Prozent Rouge - kussechter Lippenstift wurde so gut wie von jeder Frau verwendet.²² In der Bekleidungsindustrie wurden Konfektionsgrößen und Massenproduktion entdeckt.

„Zu allem Überfluss müssen die Beine jetzt aber auch in Seide oder Kunstseide gehüllt sein, und die kostet ein Vielfaches der unscheinbaren Baumwollstrümpfe, die dem altmodisch langen Rock von früher ausgereicht hatte. [...] Da die Frauen, die es sich irgendwie leisten können, überdies von Baumwollunterwäsche und -nachthemden auf seidene Dessous und Schlafanzüge umsteigen, verfünffacht sich die amerikanische Kunstseideproduktion allein im Zeitraum 1920-25.“²³

Trotz der massiven Veränderungen innerhalb der Gesellschaft, der Lockerung der Moralvorstellungen und der neuen Rolle der Frau sei hier angemerkt, dass all diese Transformationen nicht ohne Widerstand vor sich gingen. Die Berufstätigkeit der Frau verlief nicht unproblematisch; oft erhielten arbeitende Frauen nur zwei Drittel des Lohnes, der an Männer gezahlt wurde, für die gleiche Tätigkeit.²⁴ Es war für Frauen nicht einfach, ihren Stand als Berufstätige gegenüber einer noch traditionell orientierten patriarchalischen Gesellschaft zu verteidigen:

„Frauen, die in die Welt der Männer eindringen wollten, verloren den Respekt der Gemeinde. Erfolg im Beruf und eheliches Glück galten nach wie vor als miteinander

²¹ Miller, Nathan. *New world coming*, S. 253

²² Vgl. ebenda S. 258

²³ Leppmann, Wolfgang. *Die Roaring Twenties*, S. 170-171

²⁴ Vgl. Raeithel, Gert. *Geschichte der nordamerikanischen Kultur*, S. 345

unvereinbar. Drei Viertel der Frauen, die zwischen 1877 und 1924 den PH. D. erwarben, blieben unverheiratet.“²⁵

Auch die Veränderungen in der Mode, die kürzer werdenden Röcke, die tieferen Dekolletees und der Anspruch der Frauen, sexuell dieselben Freiheiten wie die Männer zu genießen, ließen immer wieder Stimmen des Widerstands und der Empörung ertönen. Nicht selten stellte sich der Gesetzgeber auf die Seite der Tradition und versuchte mit Gesetzesentwürfen der vermeintlichen Frivolität Einhalt zu gebieten:

„In Utah wurde eine Gesetzesvorlage eingebracht, die Frauen eine Geld- oder Gefängnisstrafe androhte, deren Rocksäum mehr als acht Zentimeter über dem Knöchel endete. Entsprechende Gesetzesentwürfe lagen den Parlamenten von Virginia, New Jersey und Kansas vor [...]. In Ohio sollte ein Dekolleté fünf Zentimeter messen, nicht mehr.“²⁶

Nicht nur die Mode schien sich in den „Roaring Twenties“ zu revolutionieren; das neue Lebensgefühl und die Veränderung machten sich auch in der Musik bemerkbar. Ragtime und Jazz finden Einzug in das Bewusstsein der Menschen.

„In New York werden sie, in leicht geglätteter Form, von der *Original Dixieland Jazz Band* und anderen weißen Orchestern populär gemacht; ihre schnelle Verbreitung über das ganze Land verdanken sie hingegen der aufstrebenden Schallplattenindustrie, vor allem in Chicago.“²⁷

Doch die neue Musik hatte nicht nur Freunde, denn diese neuen Klänge brachten auch, mit dem neuen (Selbst-)Bewusstsein der Frauen, eine andere Art des Tanzens, des Sichbewegens mit, die den konservativen Teil des Landes in Aufruhr versetzte.

„Gerade an diesen Tänzen entzündet sich ja die Kritik an der (ursprünglich fast immer zum Tanzen statt bloßen Zuhören gespielten) Musik. Die Missbilligung setzt ein mit dem Aufkommen des ‚Bunny Hug‘ und ‚Turkey Trot‘ und verschärft sich in dem Maße, indem sich die Partner enger und enger umschlingen; wie um das Fass der Entrüstung zum Überlaufen zu bringen, bürgert sich zur gleichen Zeit der aus ganz anderen Regionen stammende Tango ein. Die frenetischen Zuckungen des Charleston lassen den Besitzer eines vornehmen Tanzlokals in Chicago schließlich wünschen, man könne die Paare zum Vorzeigen ihres Trauscheins zwingen, bevor sie sich aufs Parkett begäben.“²⁸

²⁵ Raeithel, Gert. *Geschichte der nordamerikanischen Kultur*, S. 346

²⁶ Ebenda S. 346

²⁷ Leppmann, Wolfgang. *Die Roaring Twenties*, S. 211

²⁸ Ebenda S. 211-212

1.1 DIE NEUE KAPITALISTISCHE UTOPIE – DEFINITION

Das Zeitalter zwischen den zwei Weltkriegen war geprägt von dem Bedürfnis, wirtschaftliche und betriebliche Systeme zu optimieren und auszubauen. Mit der Technologie mussten auch zwangsläufig neue wirtschaftliche Systeme entwickelt werden, die die Kapazitäten und Möglichkeiten der Automatisierung effektiv nutzen konnten. Man stellte fest, „dass sich eine Nation, die auf den Massenkonsum, das freie Unternehmertum und den Kapitalismus eingestellt war, für die Errichtung technologischer Systeme eignete [...]“.²⁹ Trotzdem sah man auch die Notwendigkeit, die Betriebsführung den neuen technischen Errungenschaften anzupassen, um optimale Erfolge erzielen zu können. Hierbei ging es um eine generelle Maximierung der Umsätze, der Gewinne und der Produktivität. Angepasst an die Bedingungen eines wirtschaftlichen Betriebes wurde versucht, diese Maximierung umzusetzen: „Produziere stets mit dem geringsten spezifischen Aufwand [...]. Je besser es besinnlicher Technik gelingt, den spezifischen Aufwand herabzudrücken, desto höher steigt für den Betrieb [...] die ‚Ertragswucht‘ [Sacherfolg eines Betriebes, Anm.]“.³⁰

Solche Systementwickler an vorderster Front waren Frederick Winslow Taylor sowie Henry Ford. Beide verfolgten das Prinzip, welches besagte, dass ein Betrieb wie eine gut funktionierende Maschine zu arbeiten hatte. Taylors Überlegungen zur Betriebsführung beschäftigten sich hauptsächlich mit der „[...] Vorstellung von einer Maschine, in der sich die mechanischen und die menschlichen Teile praktisch nicht voneinander unterscheiden ließen“.³¹ Der Arbeiter sollte funktionieren wie eine Maschine und auch dementsprechende Leistung erbringen. Taylor untersuchte die Arbeitsprozesse in Firmen und nahm so genannte „Zeit- und Bewegungsstudien“ vor. „[...] Taylor stoppte nicht nur die gesamte Arbeitszeit der Männer, sondern teilte diese Arbeitszeit in komplexe Bewegungsabläufe ein [...] und stellte dann fest, wie schnell die nach seiner

²⁹ Hughes, Thomas P. *Die Erfindung Amerikas: Der technologische Aufstieg der USA seit 1870*. München: Beck. 1989, S.191

³⁰ von Gottl-Ottilienfeld, Friedrich. *Fordismus: Von Frederick W. Taylor zu Henry Ford*. Jena: Fischer 1925, S. 3

³¹ Hughes, Thomas P. *Die Entdeckung Amerikas*, S. 193

Meinung tüchtigsten Arbeiter diese Bewegungen ausführten.“³² Die am erfolgreichsten ausgeführten Bewegungsabläufe wurden zu neuen komplexen Sequenzen zusammengefügt, die künftig als Norm galten. Auf diese Art und Weise wurde das Arbeitstempo bestimmt. Jeder, der schneller arbeitete, erhielt eine Lohnerhöhung, während im gegenteiligen Fall ein Lohnabzug drohte. Somit hatte die Lohnerhöhung ein erzieherisches bzw. ein disziplinäres Ziel. Taylors Bestreben war es, „den ganzen Arbeitsplatz oder die ganze Fabrik zu einer leistungsfähigen Produktionsmaschine umzugestalten“³³. Denn für den Systembauer galt, dass der größtmögliche Wohlstand nur das Ergebnis größtmöglicher Produktivität sein konnte.³⁴

Die Problematik in Taylors Überlegungen war, dass durch das straffe Durchorganisieren der Arbeitsabläufe und deren Überwachung eine massive Einschränkung in der persönlichen Freiheit der Arbeiter stattfand. Der Arbeiter war an strikte Normen und Vorgaben gebunden, die es unter Zeitdruck zu erfüllen galt. Bei Erfüllung der Normwerte erhielten die Arbeiter zwar eine Lohnerhöhung, dennoch fand das Taylor'sche System unter den Arbeitern nicht immer nur Anhänger und Befürworter. Denn bei der Lohnerhöhung ging es um die Disziplinierung und Kontrolle des Arbeiters im Zuge einer immer zu erhöhenden Effizienz in der Produktion. Oft scheiterten Taylors Methoden³⁵ an der Ablehnung der Arbeiter.

Henry Fords System war dem Taylors ähnlich, dennoch unterschied es sich in einigen Punkten grundlegend. Während bei Taylor der Bereich der Produktivität aus Arbeiter und dem überwachenden Vorarbeiter bestand, ließ Ford in seinem Betrieb ein System für Massenproduktion entstehen, das auf Fließbändern, Förderbändern, Gefällezuführungen und Eisenbahnschienen basierte.³⁶ Überzeugt, „dass das Automobil ein Erzeugnis der Massenproduktion für den Massenkonsum ist“³⁷, setzte Ford alles daran, dieser Überzeugung zu entsprechen. „1921 lag der Anteil der Ford Company auf dem Automobilmarkt bei

³² Hughes, Thomas P. *Die Entdeckung Amerikas*, S. 196

³³ Ebenda S. 197

³⁴ Vgl. ebenda S. 205

³⁵ Bethlehem Steel, Arsenal Watertown. Vgl. ebenda S. 201 ff.

³⁶ Vgl. ebenda S. 209

³⁷ Ebenda S. 212

55 Prozent. [...] Zu Beginn dauerte die Fertigstellung eines Wagens [Modell T, Anm.] 12 ½ Stunden. 1925 rollten die Wagen in Abständen von je einer halben Minute vom Band.“³⁸ Aufgrund der arbeitsteiligen Gestaltung der Produktion waren die wenigen von den Arbeitern benötigten Handgriffe schnell zu erlernen und so konnte Ford ungelernete Kräfte einstellen, die jederzeit ersetzbar waren. Man kann in diesem Zusammenhang auch von einer „zweite[n] technologischen Revolution“ sprechen,

„welche mit der Durchsetzung der Massenproduktion, Fließarbeit und Akkordsystem die herkömmlichen Qualitätsanforderungen an die Arbeitskraft verändert bzw. überflüssig macht. Beides ergänzt sich: die Notwendigkeit arbeiten zu müssen, und die Möglichkeit ohne lange Ausbildung arbeiten zu können.“³⁹

Ford und Taylor setzten somit neue Maßstäbe im Produktionswesen und ermöglichten Massenproduktion in noch nicht gekanntem Ausmaß. In den Anfängen des Kapitalismus bzw. der Industrialisierung basierte die kapitalistische Utopie ausnahmslos auf maximalem Gewinn bei maximaler Ausbeutung der Arbeitskräfte. Nun ermöglichte die wissenschaftliche Betriebsführung, die sich auf Technik und Organisation stützte, niedrige Produktionskosten und eine Steigerung der Produktivität, die in der Massenproduktion gipfelte. Sie ermöglichte niedrigere Preise und somit Güter, die für sämtliche Bevölkerungsschichten leistbar waren. Genau an diesem Punkt ist eine Definition der neuen kapitalistischen Utopie anzusetzen, die Teil der Faszination Europas an der Neuen Welt war. Kapitalismus und Wohlstand waren von nun an nicht nur den Eliten vorbehalten, sondern auch der Arbeiter konnte sich nun ein Stück Reichtum bzw. Luxus nachhause holen. Die neue kapitalistische Utopie zielte noch immer auf maximalen Gewinn und maximale Produktivität, aber die Arbeiter produzierten für einen riesigen Markt, den sie selbst bildeten und den sie auch bedienen konnten. Die neue kapitalistische Utopie definiert sich also als Massenproduktion für den Massenkonsum, um gemäßigten Wohlstand für alle bieten zu können.⁴⁰

³⁸ Hughes, Thomas P. *Die Entdeckung Amerikas*, S. 214

³⁹ Klement, Carmen. „Freizeit ist Not“. In: Bucher, Willi und Pohl, Klaus (Hg.). *Schock und Schöpfung: Jugendästhetik im 20. Jahrhundert*. Darmstadt: Hermann Luchterhand. 1986 S. 334

⁴⁰ Als kurzer Kritikpunkt sei hier Karl Marx angeführt, der 1867 in seinem Hauptwerk „Das Kapital“ Folgendes festhält: „Steigender Preis der Arbeit infolge der Akkumulation des Kapitals besagt in der Tat nur, dass der Umfang und die Wucht der goldenen Kette, die der Lohnarbeiter sich selbst

Anzumerken ist hierbei noch die nivellierende gesellschaftliche Funktion, die die Realisierung dieser Utopie als Folge mit sich bringt. Diese Nivellierung, die in der Wirtschaft ihren Anfang nahm, wurde von den Kulturtechniken der Massenproduktion, wie Kino und Rundfunk, unterstützt.

1.2 HOLLYWOOD UND SEIN FILM

„Hollywood had [...] already assumed many of the features of its Golden Age: the star system, tight studio control of production that limited artistic creativity, the ownership of theaters by production companies, and domination of the studios by the money men. Movies were big business and Wall Street had the final say. Some seven hundred films were made every year and the industry was pulling in \$ 2 billion in receipts annually. Forty million people went to the movies in 1922 and the audience more than doubled over the next eight years. There were over 22,550 movie theaters – half in towns with fewer than five thousand inhabitants – with a seating capacity of 18 million.“⁴¹

War zu Beginn des 20. Jahrhunderts Europa noch führend in der Filmproduktion, konnte Hollywood ab 1917 die stärkste Position für sich beanspruchen. Das lag zum einen an dem großen Filmbinnenmarkt, den die Vereinigten Staaten bildeten, und zum anderen an der prekären wirtschaftlichen Lage, in der sich die Filmnationen Europas nach dem Krieg befanden.

In den 20er-Jahren wurde die amerikanische Filmindustrie durch den Ausbau der Filmproduktion zu einem eigenständigen Industriezweig, in den viel Kapital investiert wurde. Bald konnten die Produktionsfirmengründer die Investitionen nicht mehr aus ihrem Privatvermögen finanzieren, sondern mussten sich Unterstützung aus dem Finanzbereich holen.

„Allmählich, manchmal sogar fast unbemerkt, übernahmen die großen New-Yorker Banken die Kontrolle über die Filmindustrie. [...] Nicht die Pioniere des Films, die Produzenten und die Kinoinhaber, hatten das entscheidende Wort zu sagen, sondern ihre Geldgeber, die Chase National Bank oder Kuhn, Loeb and Company. In der Leitung des Konzerns Loew's Incorporated, der sich an die Spitze des Filmunternehmens schob und die Kontrolle über Kinos, Verleihbüros und das Studio Metro (der Vorgängerin der heutigen Firma Metro-Goldwyn-Mayer) ausübte, saßen die Direktoren der General Motors Corporation und Liberty National Bank.“⁴²

Die Einführung der Filmindustrie in den Finanzmarkt bewirkte eine Verlagerung des Schwerpunkts der Produktion. Der finanzielle Aspekt eines Films, der Erfolg

bereits geschmiedet hat, ihre losere Spannung erlauben.“ In: Marx, Karl. *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*. Stuttgart: Kröner 1957, S. 340

⁴¹ Miller, Nathan. *New world coming* S. 195

⁴² Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films 1895-1928*. München: Rogner & Bernhard 1979, S. 275

oder Misserfolg am Markt, wurde zu dem bestimmenden Faktor einer Filmproduktion. Da jeder Film ein gewisses Finanzrisiko in sich barg, galt es nun dieses Risiko so weit als möglich zu minimieren. Ab 1922 hatten die Banken Mitspracherecht in der Filmproduktion und ab 1926 lag mehr oder weniger die komplette Entscheidungsgewalt bei ihnen.⁴³ Der Film wurde zu einem Produkt, das den Schwankungen des Marktes ausgeliefert war. Es galt die Konkurrenz auszubooten und die Kontrolle über Produktion und Verleih zu gewinnen. Die Filmbranche funktionierte bald nach den Prinzipien des industriellen Kapitalismus und der damit verbundenen arbeitsteiligen Auffassung des Produktionsprozesses nach Ford und Taylor.⁴⁴

„Nach 1926 mussten die letzten unabhängigen Unternehmer ihre Produktion einstellen. Die Zeit des Experimentierens der unabhängigen Filmschaffenden war vorüber. Die Regisseure, die zum Teil auch ihre eigenen Produzenten waren, büßten ihre Schaffensfreiheit ein, der Produzent wurde nun von den Finanzgewaltigen der Wallstreet eingesetzt.“⁴⁵

Das oberste Prinzip in der Filmproduktion war nun, dass sich die Filme an der Kinokassa lohnten – also Erfolgsfilme wurden. Das heißt, es musste das produziert werden, von dem man dachte, dass es das Publikum sehen wollte, bzw. es musste dem Publikum vermittelt werden, dass das, was auf der Leinwand präsentiert wird, das ist, was es möchte.

„Während heute in der materiellen Produktion der Mechanismus von Angebot und Nachfrage sich zersetzt, wirkt er im Überbau als Kontrolle zugunsten der Herrschenden. Die Konsumenten sind die Arbeiter, Angestellten, die Farmer und Kleinbürger. Die kapitalistische Produktion hält sie mit Leib und Seele so eingeschlossen, dass sie dem, was geboten wird, widerstandslos verfallen.“⁴⁶

Nach Engell, der sich an Toeplitz anlehnt, gab es drei Prinzipien, die ein an der Kinokassa erfolgreicher Film in den 20er-Jahren zu erfüllen hatte: *star value*, *story value* und *production value*.

Der *star value* ermöglichte dem Zuschauer eine Art Identifikation bzw. Wiedererkennung auf der Leinwand. Ein Star konnte in den Produktionsstudios konstruiert werden und mit ihm auch die Attribute, die er/sie über die Leinwand

⁴³ Vgl. Engell, Lorenz. *Sinn und Industrie: Einführung in die Filmgeschichte*. Frankfurt/Main: Campus 1992, S. 109

⁴⁴ Vgl. Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films*, S. 391

⁴⁵ Ebenda S. 276

⁴⁶ Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Frankfurt/Main: Fischer 1988, S. 142 ff.

und den zu spielenden Charakter dem Zuseher vermitteln sollte. Die Stars verkörperten in ihren Rollen immer die gleichen stereotypen Charakter – z. B. den Vamp, den Abenteurer, das Good Girl, den Dämonen – und durch Großaufnahmen im Film bzw. durch das Erscheinen ihrer Gesichter auf Plakaten und in Zeitschriften repräsentierte ihr Gesicht zugleich den ganzen Film samt seinem Inhalt. Die Rolle, die der Star verkörpern sollte, war nicht nur auf den Film beschränkt, sondern es galt sie auch im Privatleben, das durch die Presse öffentlich wurde, darzustellen. Somit stand ein Star für ein bestimmtes Handlungsschema und auch für die Repräsentation diverser Klischees.

„Der Star ist gleichzeitig ein Bild und eine Verknüpfungsregel für Bilder. [...] denn das Bild des Stars übt gewissermaßen Willkür aus, es gewinnt den Status eines Subjekts und drückt die anderen Bilder auf den Status eines Objekts hinunter. Der Star ist diejenige Instanz, die über die Bedeutung der anderen Bilder entscheidet.“⁴⁷

Der *story value* beruhte auf der Reproduktion bekannter und erfolgreicher Handlungsschemata in immer wieder leicht abgewandelten Formen. Filme ließen sich demnach in Kategorien und Genres einteilen und der Kinobesucher wusste immer, was er auf der Leinwand zu sehen bekam. Es entstanden Narrationskonzepte, „deren Grundpfeiler das Denken in Gegensätzen und das Denken in der Kontinuität waren; genauer: das Schema von Gut und Böse oder Arm und Reich oder Wir und Sie einerseits, der Fluss der Erzählung, das ‚und dann, und dann, und dann ...‘ andererseits“⁴⁸ – das Hollywoodkino versuchte also seine Handlungen dem Zuschauer in einem Erzählfluss zu vermitteln, dessen Spannungsmoment die Dualität des Konfliktes ist.

Unter dem *production value* lassen sich der kalkulierte Publikumserfolg sowie die Produktionskosten zusammenfassen, die für die Gewinnberechnungen kapitalistischer Filmproduktionsunternehmen von enormer Wichtigkeit waren. Hohe Produktionskosten ergaben sich hauptsächlich durch prunkvolle Kulissen und glanzvolle Ausstattungen. „Wichtig war allein, dass man das viele verbrauchte Geld hinterher auch auf der Leinwand sehen konnte.“⁴⁹ *Production value* repräsentierte auf eine gewisse Art und Weise den *star value*, denn die Ausstattung sollte das Glamouröse des Starlebens darstellen und im Zuschauer

⁴⁷ Engell, Lorenz. *Sinn und Industrie*, S. 116

⁴⁸ Ebenda S. 85

⁴⁹ Ebenda S. 122

das Begehren und gleichzeitig die Befriedigung erwecken, Teil des Mythos zu sein.

„Je teurer ein Film aussieht, desto mehr spielt er ein. Je mehr ich den Zuschauern einbleue [sic!], wie kostenaufwendig die Filmproduktion war, desto eher sind sie bereit den Aufwand zu entlohnen. Die kapitalistische Grundformel: Aus Geld mach mehr Geld, tritt hier sehr direkt und unvermittelt auf, und je offener sie ausgesprochen wird, desto besser funktioniert sie auch.“⁵⁰

⁵⁰ Engell, Lorenz. *Sinn und Industrie*, S. 123

2 AUSPRÄGUNGEN DES AMERIKANISMUS

2.1 KULTURELL – DIE GOLDENEN ZWANZIGER AM BEISPIEL BERLINS

„Berlin ist eine wundervolle moderne Maschinenhalle, ein riesiger Elektromotor, der mit unglaublicher Präzision, Schnelligkeit und Energie eine Fülle von komplizierten mechanischen Arbeitsleistungen vollbringt. Es ist wahr: diese Maschine hat vorläufig noch keine Seele. Das Leben Berlins ist das Leben eines Kinematographentheaters, das Leben einer virtuos konstruierten homme-machine.“⁵¹

Am 27. April 1920 verabschiedete die preußische Landesregierung ein Gesetz, welches zu einer Zusammenlegung von acht Stadtgemeinden, 59 Landgemeinden und 27 Gutsbezirken zu einer Einheit führte – auf dem Areal der alten Residenzhauptstadt „entstand Groß-Berlin, das – gemessen an seiner neuen Ausdehnung von nunmehr 87810 Hektar – nach Los Angeles zweitgrößte Stadt der Welt wurde“⁵² und „nach der Bevölkerungszahl die drittgrößte, nach London und New York“⁵³. Berlin wuchs schnell und so hatte die Stadt im Jahre 1925 vier Millionen Einwohner⁵⁴; im Vergleich dazu lag die Einwohnerzahl vor der Zusammenlegung bei 1,9 Millionen. Nach den Gründerjahren wurde die Stadt zu einer der modernsten Großstädte und jüngstes Industriezentrum Deutschlands mit dem größten Potenzial an technischem Fortschritt. Berlin entwickelte sich zum Schwerpunkt der Metall verarbeitenden Industrie sowie zum Sitz der der Elektroindustrie mit Großunternehmen wie Siemens, Bergmann und die Deutsche Edison-Gesellschaft Emil Rathenaus, die spätere AEG, die nicht nur eine Art Monopolstellung innerhalb Deutschlands innehatten, sondern auch eng mit amerikanischen Konzernen zusammenarbeiteten.⁵⁵

⁵¹ Egon Friedell; zitiert nach: Glaser, Hermann. *Maschinenwelt und Alltagsleben: Industriekultur in Deutschland vom Biedermeier bis zur Weimarer Republik*. Frankfurt/Main: Wolfgang Krueger 1981, S. 63

⁵² Schrader, Bärbel u. Schebera Jürgen. *Die „goldenen“ zwanziger Jahre: Kunst und Kultur der Weimarer Republik*. Köln: Hermann Böhlau 1987, S. 24

⁵³ Schulz, Günther. „Von der Mietskaserne zum Neuen Bauen: Wohnungspolitik und Stadtplanung in Berlin während der zwanziger Jahre“. In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1993, S. 43

⁵⁴ Schrader, Bärbel u. Schebera Jürgen. *Die „goldenen“ zwanziger Jahre*, S. 24

⁵⁵ Vgl. ebenda S. 27

„Es galt, die Stadt und ihre Verkehrs- und Kommunikationswege, ihre Organisationsformen und Maßstäbe anzupassen an die Gegenwart, an den steten Fluss der Dinge und Menschen. Telefon, Elektrizität, Autos, Untergrund- und Hochbahnen, die neue Schicht der Angestellten, die Wellen an plötzlichem Reichtum und plötzlicher Verarmung, etwa zur Zeit der Inflation, die Politisierung der Bevölkerung, die entstehende Massenkommunikation vor allem durch das Kino und das Radio, das zunehmende Angebot an Freizeitmöglichkeiten: Technische Innovationen, Veränderungen in der schieren Quantität, aber auch in der Qualität der Bevölkerung und sich wandelnde Verhaltensweisen verlangten nach einer ebenso innovativen, ebenso veränderten Stadt. Es gab ein Vorbild für die neue Rolle der Urbanität, ein Muster an Modernisierung: die Fabrik.“⁵⁶

Die Stadt wurde als Inbegriff der Modernisierung, als Vergegenständlichung der abstrakten Begriffe wie Kapitalismus, Konsum- und Spaßgesellschaft begriffen; als Ort der sozialen Mobilität und Verkörperung einer neuen, amüsier- und konsumfreudigen Zivilisation, orientiert am Bild der amerikanischen Metropole.

„Der Wanderer, der aus den Tiefen des Landes im Abendschein der Großstadt sich nähert, erlebt den Abstieg in die Gefilde der Unseligkeit. Hat er den Dunstkreis der Ausflüsse durchschritten, so öffnen sich die dunklen Zahnreihen der Wohnkästen und sperren den Himmel. Grüne Flammen säumen den Weg, erhellte Eisenschiffe schleifen ihre Menschenfrachten über den geglätteten Pechboden. In frechem Licht klingen und donnern die Drehmaschinen und Rutschbahnen eines Lärmplatzes: das ist ein Ort der Freude; und Tausende stehen schwarz gedrängt, mit flackernden Augen vor den Plakaten der umzäunten Wüstenei. Aus den Höfen strömen übermüdete Männer und Frauen, es füllen sich die Räume hinter den Glasscheiben, deren Aufschriften in weißblauem Bogenlicht zucken. ‚Großdestillation‘, ‚Frisiersalon‘, ‚Bonbonquelle‘, ‚Stiefelparadies‘, ‚Lichtspiele‘, ‚Abzahlungsgeschäfte‘, ‚Weltbasar‘: das sind Orte des Erwerbs.“⁵⁷

Scharenweiser Zuzug von Arbeitern aus ganz Deutschland sowie die Konzentration der Industrie auf relativ kleinem Raum ließen Berlin, wie eingangs erwähnt, einen rasanten Bevölkerungsanstieg verzeichnen. Durch die stetige Zuwanderung entwickelte sich auch bezüglich der Wohnsituation eine gewisse Brisanz. Es ist daher wenig verwunderlich, dass der Wohnungsbau in der Weimarer Republik zur sozialpolitischen Frage erklärt wurde. Nachdem klar wurde, dass Konzepte wie jenes der Mietskaserne bzw. des Eigenheimes die Lage nicht verbesserten, sah man den Siedlungsbau als Lösung. Allerdings setzte die Bautätigkeit nach dem Krieg nur langsam ein, da die wirtschaftliche Situation in der Weimarer Republik sehr instabil war. Ab 1924 kam es dann schließlich zu

⁵⁶ Metzger, Rainer. Berlin: *Die Zwanzigerjahre. Kunst und Kultur 1919-1933*. Wien: Christian Brandstätter 2006, S. 31

⁵⁷ Rathenau, Walther. „Zur Mechanik des Geistes“. In: Schulz, Ernst (Hg.). *Hauptwerke und Gespräche (Walther-Rathenau-Gesamtausgabe Band 2)*. München: Müller. 1977, S. 126 f.

einem Boom im Wohnbau, der durch staatliche Subventionierung gefördert wurde.⁵⁸

„Die Möglichkeiten der industriellen Fertigung wie Standardisierung, Normierung und Typisierung sollten für das Neue [sic!] Bauen nutzbar gemacht werden, und zwar in zweierlei Hinsicht: der Einsatz dieser Methoden sollte einmal ganz praktisch dazu beitragen, die Baukosten zu senken; im übertragenen Sinn wurden diese Methoden auf das Wohnen selbst angewandt, indem typische Bedürfnisse definiert wurden, die standardisiert gelöst werden sollten.“⁵⁹

Das wichtigste Charakteristikum des neuen Bauens war die Einheitlichkeit der äußeren Gestaltung. Es gab keine ornamentalen Verzierungen mehr; oberstes Gebot war neutrale Funktionalität.⁶⁰

Als Kontrast zu dem rationalen und schmucklosen Wohnen standen die Warenhäuser, die zu den Attraktionen der Metropole gehörten. Sie symbolisierten die neuen Konsummöglichkeiten, die in einer Großstadt möglich waren, und standen für „die moderne materielle Kultur und den Aufstieg der Massen“⁶¹. Sie waren für jedermann zugänglich und boten Produkte verschiedenster Art in einem gehobenen Ambiente an. Die Warenhäuser waren prachtvoll ausgestattet und der Konsument konnte während seines Besuches in einer feinen Welt flanieren, die scheinbar durch Konsum alle Möglichkeiten eröffnete, und dabei den Arbeitsalltag vergessen.

Nach dem Kriegsende bis zur Währungsstabilisierung 1924 hatte der Handel massive Probleme, Absatzstrategien durchzusetzen bzw. Kalkulationen durchzuführen, da Devisenprobleme und Rohstoffknappheit sämtliche Vorhersagen mehr als schwierig machten. Mit der Stabilisierung der Mark 1924 traten neue Probleme ans Licht, die es zu bewältigen gab. Aufgrund der mangelnden Kaufkraft der verarmten Bevölkerung galt es nun, Veränderungen der Absatzstrategien, neue Betriebsformen und Veränderungen der Betriebsorganisation durchzuführen. „Mittel dazu war für diejenigen, die sich

⁵⁸ Vgl. Hagemann, Karen. *Frauenalltag und Männerpolitik: Alltagsleben und gesellschaftliches Handeln von Arbeiterfrauen in der Weimarer Republik*. Bonn: Dietz 1990, S. 60

⁵⁹ Köhler, Carola. *Unterwegs zwischen Gründerzeit und Bauhaus – Wohnverhältnisse in Berlin in Romanen der Neuen Sachlichkeit*. Münster: Schöningh 2003, S. 23

⁶⁰ Vgl. Hagemann, Karen. *Frauenalltag und Männerpolitik*, S. 79

⁶¹ Gellately, Robert. „An der Schwelle der Moderne: Warenhäuser und ihre Feinde in Deutschland.“ In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1993, S. 131

aufwendige Strategien leisten konnten [...] eine aus Amerika übernommene Intensivierung der Werbung.⁶² In den großen Warenhäusern ging man zur Eigenproduktion von Waren über. Allen voran ist hier die Karstadt AG zu nennen, die sich am Geschäftserfolg von Marshall Field & Co in Chicago orientierte, und 1925 20 % ihres Umsatzes durch die Eigenproduktion von Waren machte.⁶³ Als zusätzliche Anlehnung an amerikanische Unternehmungsführung kam es zur Bildung neuer Betriebsformen. Insbesondere ist hier das Einheitspreisgeschäft zu nennen. „Das Einheitspreisgeschäft zeichnete sich durch ein extrem reduziertes und preisgünstiges Sortiment aus und bot Waren nur in festen Preisstufen an. In den 20er-Jahren lag die oberste Preisstufe dabei nur selten über 10 Mark.“⁶⁴

Somit waren Warenhäuser Orte, an denen breite Bevölkerungsschichten in ihrem Konsumverhalten mit preiswerten Waren, dank der Konfektionierung, angeworben werden konnten. Hinzu kam ein Anstieg der Reallöhne, was zur Folge hatte, dass die Menschen sich nun mehr leisten konnten, als sie eigentlich benötigten.

„Die notwendigen sozialen und wirtschaftlichen Voraussetzungen für die Schaffung von Warenhäusern entstanden durch die schnell expandierenden Einzelhandelsmärkte, die ihrerseits das Produkt von Industrialisierung, Urbanisierung, Bevölkerungswachstum und Kommerzialisierung des Lebens waren.“⁶⁵

Die Verbraucher wurden in die Warenhäuser gelockt, die um so viel prachtvoller waren als das eigene Heim. Das luxuriöse Ambiente und die Warenvielfalt verführten den Besucher zum Konsumieren.

„Sie [die Warenvielfalt, Anm.] gab den Kunden, selbst denen, die sich die ausgestellten Waren nicht leisten konnten, die Möglichkeit, wie in einem Paradies ihrer Vorstellungskraft und Phantasie freien Lauf zu lassen.[...] Neue und leichte Abzahlungsmodalitäten [...] verstärkten die Illusion der Erreichbarkeit und Verfügbarkeit. Phantasie reich gestaltete Schaufenster verlockten die Passanten, ihrer Einbildungskraft nachzugeben und sich die wandelnde Mode und die neuesten Stile zu betrachten.“⁶⁶

⁶² Briesen, Detlef. *Warenhaus, Massenkonsum und Sozialmoral: Zur Geschichte der Konsumkritik im 20. Jahrhundert*. Frankfurt/Main: Campus 2001, S. 60

⁶³ Vgl. ebenda S. 62

⁶⁴ Ebenda S. 63

⁶⁵ Gellately, Robert. „An der Schwelle der Moderne: Warenhäuser und ihre Feinde in Deutschland“, S. 133

⁶⁶ Ebenda S. 144

Im Besuch dieser großen Kaufhäuser manifestierte sich der Eskapismus des monotonen und normierten Arbeitsalltags. Einem riesigen Palast ähnlich vermittelten diese Orte Luxus und Reichtum und entführten den Besucher in ein kosmopolitisches Ambiente. Glas-/Stahlkonstruktionen ließen die Konsumpaläste als riesige Schaufenster erscheinen, welche dem vorbeispazierenden Bürger zugewandt waren, um ihn in die „glückliche“ Scheinwelt des Warenerwerbs zu locken.

„Wie kaum ein anderer Ort der Moderne bildete das Warenhaus einen *Imaginationsraum*, in dem die Szenarien der Konsumgesellschaft durchgespielt wurden. Die positive, verheißungsvolle Perspektive einer Gesellschaft der Fülle, ohne Not und Enge wurde häufig beschworen, ohne explizit ausgesprochen zu werden. Die Ästhetisierung des Warenhauses und seines Interieur sowie die den Innenraum prägende Kraft der ehemals nach außen dominierenden Schaufenster mündeten in fordistische Ideale einer rational organisierten Konsumgesellschaft ohne tief greifende soziale Konflikte.“⁶⁷

2.1.1 „Die industrielle Reservearmee“⁶⁸, ihre Metropole, ihr Zerstreungsbedürfnis

Nicht nur Arbeiter strömten in die Metropole an der Spree, sondern auch Vertreter einer anderen Form des Arbeitsverhältnisses - die Angestellten – zog es nach Berlin. Der Großbetrieb bzw. die Fabrik schien sich zum Modell der Zukunft zu entwickeln⁶⁹ und die Stadt wurde zu einem angestrebten Lebensraum.

Der Begriff des Angestellten an sich umfasst eine heterogene Gruppe von Arbeitnehmern, welche sich in Bezug auf Tätigkeit, Funktion, Bildung und Einkommen untereinander stark differenziert. Dennoch lassen sich einige Kriterien ausmachen, die eine Definition dieser Gesellschaftsschicht in Abgrenzung zur Lohnarbeiterschaft ermöglicht. Angestellte haben kaufmännische, verwaltungsmäßige, arbeitsvorbereitende, kontrollierende und koordinierende Funktionen und sind nicht, wie Lohnarbeiter, in der Produktion tätig; sie stehen vielmehr in einer räumlichen Distanz zu den Produktionsstätten. Diese Distanz bedeutet auch, dass die Arbeitsbereiche der Angestellten nicht so massiv der

⁶⁷ Spiekermann, Uwe. „Das Warenhaus“. In: Geisthövel, Alexa und Knoch, Habbo (Hg.). *Orte der Moderne: Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts*. Frankfurt: Campus 2005, S. 213

⁶⁸ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten: Aus dem neuesten Deutschland*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1971, S. 13

⁶⁹ Vgl. Ebenda S. 7

Automatisierung und Mechanisierung ausgesetzt waren wie der deterministische Tätigkeitsbereich der Produktion.⁷⁰

Der Erste Weltkrieg bedeutete für die Angestellten einen massiven Einschnitt in ihrer sozioökonomischen Situation. Zählten sich die Angestellten vor dem Krieg zum bürgerlichen Mittelstand in klarer Abgrenzung zum Arbeiterproletariat, kam es nach Kriegsende zu einer zunehmenden „Proletarisierung der Angestellten“⁷¹.

„Bis Ende 1917 war der Lebenserhaltungsindex um ca. 120 %, der nominale Verdienst von Arbeitern in Kriegsindustrien um ca. 100 %, der von Arbeitern in Friedensindustrien um ca. 40 %, der Verdienst von befragten Mitgliedern einer großen Handelsgehilfenorganisation aber nur um 18 % gestiegen. Für die Angestellten bedeutete dies [...] – im Vergleich zu den Arbeitern – relative Verarmung, Abstieg und Angleichung.“⁷²

Für die Angestellten galten also bald dieselben sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen wie für die Arbeiter. Aus dieser Nivellierung des Angestellten an den Arbeiter leitet Siegfried Kracauer, in Anlehnung an Karl Marx, die Bezeichnung der Angestellten als „industrielle Reservearmee“ ab.

Akkumulation von Kapital mithilfe von technischer Verbesserung ändert die Kapitalzusammensetzung, was Arbeitskraft überflüssig macht bzw. weniger Arbeitskraft ansaugt. Einsaugen und Ausstoßen von Arbeitskraft unterliegen ökonomischen Prozessen wie Aufschwung, Abschwung und Depression. Um eine reibungslose Akkumulation von Kapital zu ermöglichen, muss das Kapital also eine industrielle Reservearmee für die wechselnde Arbeitsnachfrage schaffen. Diese industrielle Reservearmee bildet für wechselnde Verwertungsbedürfnisse das ausbeutbare Menschenmaterial.⁷³

Das Angestelltentum als massenhaftes Phänomen manifestiert sich in folgenden Zahlen: „(...) es gibt in Deutschland 3,5 Millionen Angestellte, von denen 1,2 Millionen Frauen sind. Im gleichen Zeitraum, in dem sich die Zahl der Arbeiter verdoppelt hat, haben sich die Angestellten annähernd verfünffacht.“⁷⁴

⁷⁰ Vgl. Kocka, Jürgen. *Die Angestellten in der deutschen Geschichte 1850-1980: Vom Privatbeamten zum angestellten Arbeitnehmer*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1981, S. 7 ff.

⁷¹ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten*, S. 13

⁷² Kocka, Jürgen. *Die Angestellten in der deutschen Geschichte*, S. 145

⁷³ Vgl. Marx, Karl. *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*. Stuttgart: Kröner 1957, S. 352 ff.

⁷⁴ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten*, S. 12

Als 1918 die 48-Stunden-Woche in Deutschland eingeführt wurde, hatte dies zur Folge, dass die Freizeit nun auch für Arbeiter und Angestellte zu „einer echten Lebensmöglichkeit“⁷⁵ wurde. Denn neben der geregelten Arbeitszeit stand jetzt ein Freiraum für eigene Aktivitäten zur Verfügung, welcher gekennzeichnet war durch die „(...) Abwesenheit der Berufspflicht, Selbstbestimmung außerhalb der Arbeitsdisziplin, räumliche Distanz zum Arbeitsort und Befreiung von dessen Bedrückungen und Beschränkungen.“⁷⁶ Die gesetzlich und tarifvertraglich geregelte Freizeit als Gegenstück zur Arbeitszeit war neu; die Normierung des Alltags und der massive Bevölkerungszuwachs brachten ein gesteigertes Bedürfnis nach einem Pendant zum anonymisierten Arbeitstag bzw. nach Zerstreuung mit sich. Siegfried Kracauer bezeichnet dieses vermehrte Verlangen nach Zerstreuung und Unterhaltung der Menschen in seinem Buch *Das Ornament der Masse* als Folgererscheinung der Mechanisierung:

„Sein Dasein [das des Menschen, Anm.] zerfällt in eine Reihe organisatorisch geforderter Tätigkeiten, und nichts entspräche mehr der Mechanisierung, als dass er sich gleichsam zusammenzöge, zum nutzbaren Glied der intellektuellen Apparatur. Der Zwang, sich in dieser Richtung zu entarten, lastet auf den Menschen schlimm genug. Sie finden sich in einen Alltag hineingepresst, der sie zu Handlangern der technischen Exzesse macht, und trotz oder vielleicht gerade wegen der humanen Begründung des Taylorismus werden sie nicht zu Herren der Maschine, sondern maschinenhaft.“⁷⁷

Wenn der Mensch in seiner beruflichen Tätigkeit maschinenhaft wird, ist das Bedürfnis, in der arbeitsfreien Zeit menschlicher zu sein, umso verständlicher und intensiver. Der Mensch, der in seiner Tätigkeit seine Individualität nicht verwirklichen kann, strebt nach ihrer Realisierung in der Vorstellung, also auf der Kinoleinwand, wo sich das Leben und die große Welt zeigten. Das Kino bot einen eigenen Raum für die Unterhaltung und symbolisierte das Tor zu einer neuen Welt, die von dem fremdbestimmten Alltagsleben ablenkte.

Siegfried Kracauer, der mit dem Bezeichnung der Angestellten als „industrielle Reservearmee“ einen militärisch-marxistischen Begriff einführt, um die aussichtslose Situation des ausbeutbaren Menschenmaterials zu verdeutlichen,

⁷⁵ Glaser, Hermann. *Maschinenwelt und Alltagsleben: Industriekultur in Deutschland vom Biedermeier bis zur Weimarer Republik*. Frankfurt/Main: Wolfgang Krueger 1981, S. 123

⁷⁶ Peukert, Detlev J. K. „Das Mädchen mit dem ‚wahrlich metaphysikfreien Bubikopf‘: Jugend und Freizeit im Berlin der zwanziger Jahre“. In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1993, S. 160

⁷⁷ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1963, S. 46

bezeichnet die Kinos als „Pläsierkasernen“⁷⁸, wo sich die „industrielle Reservearmee“ versammelt. Das Kino bot den Angestellten und Arbeitern, die im Berufsleben nur ein Teil eines technisch-mathematischen bzw. eines wissenschaftlichen Prozesses waren, ein geistiges Obdach. „Sie [die Masse der Angestellten und Arbeiter, Anm.] lebt gegenwärtig ohne eine Lehre, zu der sie aufblicken könnte, ohne ein Ziel, das sie erfragen könnte.“⁷⁹ Die Masse suchte also nach einem Sinn bzw. einem Ziel, den/das sie meinte in den Filmvorführungen zu finden. Der Film wurde zwar durchaus als Scheinwelt wahrgenommen, dennoch hinterließ die Filmvorführung ein Gefühl der Identifikation.

„[...] je unrichtiger sie [die Filme, Anm.] darstellen, desto richtiger werden sie, desto deutlicher scheint in ihnen der geheime Mechanismus der Gesellschaft wider. [...] die blödsinnigen und irrealen Filmphantasien sind die *Tagträume der Gesellschaft*, in denen ihre [die der Angestellten, Anm.] Realität zum Vorschein kommt, ihre sonst unterdrückten Wünsche sich gestalten.“⁸⁰

Der Film eröffnete Möglichkeiten, die in solcher Art und Weise zuvor nicht für die Massen verfügbar waren. Nun gab es Gelegenheiten, die Welt so zu sehen, „[...] wie sie in den Schlagern erscheint“⁸¹. Mit einem Eintauchen in die Filmwelt schien es möglich, den monotonen Arbeitstag hinter sich zu lassen und in eine oberflächliche, bunte Welt einzutauchen. Der eingeeengte und durch die mechanisierte Arbeit unterforderte Geist des Menschen nützte die raumzeitliche Freiheit, die der Film mit sich bringt, und begab sich in sein Obdach, um Zerstreung und vermeintlichen Sinn zu finden.

Für Kracauer ist der Film dieser Zeit als Spiegel der Gesellschaft zu sehen. Er führt diesen Gedankengang weiter und kommt zu dem Schluss, dass es irrelevant sei, ob es sich um eine deutsche oder amerikanische Produktion handelt, da der Film eine Äußerung zweier Gesellschaften ist, die nach demselben kapitalistischen Prinzip der Mechanisierung funktionieren.⁸² Béla Balász konkretisiert diese Einheitlichkeit der Grundgesinnung, welche sich im Film äußert,

⁷⁸ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten*, S. 95

⁷⁹ Ebenda S. 91

⁸⁰ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 280

⁸¹ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten*, S. 97

⁸² Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 279

dann folgendermaßen: „Der Film ist aber vielleicht die einzige Kunst, die als Kind der kapitalistischen Industrie geboren wurde, und trägt ihren Geist.“⁸³ In anderen Worten, der Film spiegelt das herrschende System wider und zeigt Perspektiven bzw. Wunschvorstellungen derjenigen, die das System am Laufen halten und gleichzeitig unter ihm leben. Somit ist der Film untrennbar mit seinem Publikum bzw. der Gesellschaft, die er repräsentiert, verbunden.

„In der unendlichen Reihe der Filme kehrt eine begrenzte Zahl typischer Motive immer wieder; sie zeigen an, wie die Gesellschaft sich selber zu sehen wünscht. Der Inbegriff der Filmmotive ist zugleich die Summe der gesellschaftlichen Ideologien, die durch die Deutung dieser Motive entzaubert werden.“⁸⁴

Kracauer fasst die Motive der Filme in seinem Aufsatz *Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino* in eine Art Konglomerat zusammen, welches illustriert, „dass nahezu sämtliche von der Industrie gelieferten Erzeugnisse das Bestehende rechtfertigen, indem sie seine Auswüchse sowohl wie seine Fundamente dem Blick entziehen“.⁸⁵

Die Grundmotive der Filme und somit auch die Wunschvorstellungen der Gesellschaft, in Kracauers Fall der Ladenmädchen⁸⁶, lassen sich wie folgt skizzieren:

Das erste große Motiv der Filme der 1920er-Jahre ist die Liebe. Meist ist es eine Liebe, die soziale Klassenunterschiede zu überwinden hat und bei welcher der Aufstieg in das bürgerliche Milieu die Vorzüge einer finanziell gesicherten Liebe vermittelt.

Das Ladenmädchen, das nach einem monotonen Arbeitstag ins Kino geht, um eine Repräsentation seiner Wunschvorstellungen zu sehen, kann hoffen: Es muss nicht im Proletariat und seinen armseligen Wohnungen darben, denn schon an der nächsten Ecke kann ein amerikanischer Millionär oder ein Berliner Fabrikant auf

⁸³ Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 100

⁸⁴ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 282

⁸⁵ Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten*, S. 99

⁸⁶ Kracauer scheint sich in seiner Untersuchung nur den weiblichen Vorlieben und Vorstellungen eines Films zu widmen. Die Frage, die sich im Folgenden stellt, ist, ob jene Motive, die bei den Ladenmädchen als vorherrschend beliebt angeführt werden, sich auch auf den männlichen Teil der Bevölkerung ausweiten lassen. Untersuchungen über geschlechterspezifische Vorlieben in der Kinematografie insbesondere im deutschen Raum sind spärlich gesät, im Gegensatz zum amerikanischen Raum.

sie warten. Béla Balász sieht in der Darstellung des Reichtums die Produktion der Ideologie, Vermögen als ein angestrebtes Idyll, das Güte und Wärme ausstrahlt, zu betrachten:

„Besonders in vielen amerikanischen Filmen sieht dieser große Idyllismus schon nach einer bewussten Propaganda aus. Wie seinerzeit das Volk der Armen und Entrechteten auf ein Glück im Jenseits getröstet wurde, so soll seine Aufmerksamkeit jetzt vom Unrecht des Lebens abgelenkt und seine Verzweiflung mit einem Hinweis auf das heimliche Glück im Schosse der Familie getröstet werden.“⁸⁷

Der Traum der neuen kapitalistischen Utopie wird also kinematografisch aufgearbeitet und manifestiert sich im Denken des Zuschauers als Möglichkeit und Chance, sein Leben auch in diese Richtung lenken zu können. Die Träume und Wünsche bzw. die Utopien einer Gesellschaft bzw. der Masse manifestieren sich also im Film und bekommen so einen Raum in der Realität.

Das zweite Motiv ist das Reisen in Autos und/oder Flugzeugen. Einerseits kann das Reisen in diesen Transportmitteln auf der Leinwand als Manifestation eines rasanten motorisierten Zeitalters gesehen werden. Andererseits ermöglicht dieses Motiv dem Zuschauer aus seiner kleinen, monotonen Welt zu entfliehen und seinem Leben für einige Zeit eine kosmopolitische Nuance geben.

„Das Reisen ist eine der großen Möglichkeiten der Gesellschaft, sich in einem dauernden Zustand von Geistesabwesenheit zu halten, der sie vor der Auseinandersetzung mit sich selber bewahrt. Es hilft der Phantasie auf die unrichtigen Wege, es deckt die Aussicht mit Eindrücken zu, es trägt zu den Herrlichkeiten der Welt, damit ihre Hässlichkeit nicht geachtet werde.“⁸⁸

Auch Béla Balász kann in seinem Buch *Der unsichtbare Mensch oder die Kultur des Films* Motive der Filme jener Zeit, die die Massen begeistern, ausmachen. Der Film an sich ist für Balász ein „Produkt der Großindustrie des Kapitalismus“⁸⁹ und das Detektivgenre eine genuine Ausformung dessen. Im Detektivfilm manifestiert sich „[...] die Romantik des Kapitalismus. Das Geld ist die große Idee, um die der Kampf geht“.⁹⁰ Der Detektivfilm war einfach gebaut. Schnell war es möglich, die Guten von den Bösen zu unterscheiden, und das Ende war, wenn die Geschichte auch noch so kompliziert und verwickelt war, immer absehbar. Der Aufbau des Filmes war von Anfang an auf das Endziel, die Festnahme des Täters,

⁸⁷ Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch*, S. 102

⁸⁸ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 288

⁸⁹ Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch*, S. 100

⁹⁰ Ebenda S. 103

konzentriert. „Alles war auf dieses Endziel eingestellt. Diese ganze Welt [die Welt der Erzählung, Anm.] war von einem Punkt aus beleuchtet.“⁹¹ Dieser Punkt war das Endziel, auf das der Film hinarbeitete, an dem der Gute (der Detektiv) über den Bösen (den Verbrecher) siegte. Allerdings war für die Zuschauer „[...] der Inhalt der einzelnen Folgen weniger wichtig als die angespannte Teilnahme an einer unbürgerlichen – abenteuerlichen Lebensform, die gefährlich und modern war“.⁹²

Dem Film, im Speziellen dem Unterhaltungsfilm, wurde also etwas wie eine kompensatorische Funktion zugeschrieben. Auf der Leinwand wurden Dinge gezeigt bzw. erlebt, die im realen Leben fehlten bzw. für die in einem durchregulierten und maschinisierten Arbeitsalltag keine Zeit und kein Platz war. Die Liebe und das Reisen, die zwei großen Motive der Filme der 20er-Jahre, so wie Kracauer sie differenziert, stehen einerseits als Spiegelungen des Istzustands der Gesellschaft und andererseits als Reproduktion der unerfüllten Vorstellungen der Masse, die in dem kapitalistische System arbeiten. Der Film zeigt den Arbeitenden, was im Kapitalismus und im Konsum möglich ist bzw. was für Dinge ihnen als erstrebenswert gelten sollten. Auf der einen Seite bieten sie also Hoffnung, aus dem eigenen Elend durch Konsum, Arbeit und Glück herauszukommen; auf der anderen Seite präsentieren sie die Errungenschaften der Produktionstechnik, die dem Zuschauer die Möglichkeit des Kosmopolitismus eröffnete.

„Die große Masse des Filmpublikums besucht die Kinos immer noch zur Erholung, zur Aufheiterung oder um von jener bürgerlichen Tragik erschüttert zu werden, die zum Herzen, aber nicht zum Verstande spricht. [...] Der Film soll für die Leute, wie vor Jahren das Theater, eine ‚höhere‘ Welt sein – eine Stilisierung ihrer sonntäglichen Wünsche. Dieser Zustand wird bewusst gezüchtet. Man sucht die Menschen bewusst von dem abzulenken, was zu wissen bitter nötig wäre: von dem, was um sie vorgeht. Man zeigt ihnen das ‚große‘ Leben, tragisch, spielerisch, grotesk, damit sie alles daran setzen, einen Zipfel davon zu erhaschen.“⁹³

Das Kompensatorische, das Reich der Vorstellungen und Wünsche, welches dem Film inhärent ist, benötigte einen angemessenen Ort, der sich in das Bedürfnis

⁹¹ Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch*, S. 103

⁹² Kaes, Anton. „Film in der Weimarer Republik: Motor der Moderne“. In: Jacobsen, Wolfgang (Hg.) *Geschichte des deutschen Films*. Stuttgart: Metzler 2004, S. 39

⁹³ Glaeser, Ernst. „Warum schreiben Sie keine Filme?“ [Umfrage] In: *Vossische Zeitung* 31.03.1929 Literaturbeilage, zitiert nach: Kaes, Anton (Hg.). *Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918-1933*. Stuttgart: Metzler 1983, S. 231

des Eskapismus der Massen einfügte. Das war der Filmpalast, welcher „Kommerz, Politik und Vergnügungsindustrie zum Inbegriff einer neuen Gesellschaft des Spektakels vereinigte“.⁹⁴

Der Filmpalast war ursprünglich eine amerikanische Erfindung, in der man versuchte, der Masse ein Stück Weltoffenheit in einem prunkvollen Rahmen zu präsentieren. Aber die Idee der „Kultstätten des Vergnügens“⁹⁵, wo sich die Massen in „würdiger“, beinahe sakraler Atmosphäre versammeln und zerstreuen konnten, fand bald auch Anhänger und Verwirklichung in der Weimarer Republik.⁹⁶ „Der Filmpalast war der Mikrokosmos dieser neuen Dienstleistungs- und Konsumgesellschaft, ein Ort, an dem die Welt standardisierter Träume und Wünsche begehbar und zugleich ein Gefühl sozialen Zusammenhalts geschaffen werden sollte.“⁹⁷ Im Filmpalast trafen sich Menschen aus den verschiedensten Gesellschaftsschichten und jeder, egal welchen Standes, konnte an diesem Ort dasselbe Service und den gleichen Luxus erwarten. Es entstand ein „homogenes Weltstadtpublikum“⁹⁸, das durch die Einordnung in ein durchrationalisiertes Arbeitsleben im gemeinschaftlichen Konsum eine Art Zusammengehörigkeit fand.

„Dem Film selbst kam dabei eine zentrale Rolle zu. Er avancierte [...] zum neuen Medium einer neuen Welt, das einen wesentlichen Beitrag zur Etablierung und Entwicklung der Konsumdemokratie leisten sollte. [...] Der Kinopalast inszenierte den Film als Inbegriff eines modernen Wunderbaren und als Wegbereiter einer wunderbaren Moderne.“⁹⁹

Während in den Vereinigten Staaten die Filmpaläste sich an dem Exotischen orientierten, „reichte das Spektrum der Kinoarchitektur in den zwanziger Jahren von wuchtiger, archaisch - repräsentativer Klassizität bis zur ‚funktionalen‘ Sachlichkeit [...]“¹⁰⁰ Es galt, das Kino aus dem Milieu der Arbeiter herauszuholen und auch die Mittelschicht für das neue Medium zu begeistern. Gleichzeitig sollte aber nicht die angestammte Kundschaft wie das Proletariat verloren werden. Die Tendenz ging vom kleinen Kino hin zum Filmpalast. Das Jahrbuch der Filmbuchindustrie vermerkt hierzu:

⁹⁴ Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese*, S. 258

⁹⁵ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 311

⁹⁶ Vgl. ebenda S. 311

⁹⁷ Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese*, S. 259

⁹⁸ Vgl. Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 313

⁹⁹ Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese*, S. 260

¹⁰⁰ Kreimeier, Klaus. *Die Ufa-Story: Geschichte eines Filmkonzerns*. München: Hanser 1992, S. 133

„1925 existierten in Berlin 342 Kinos mit einer Gesamtkapazität von 147 612 Plätzen; darunter waren [...] 22 ‚Filmpaläste‘ mit über 1000 Plätzen. 91 Kinos im gesamten Deutschen Reich waren 1925 im Besitz der Ufa.“¹⁰¹

2.2 WIRTSCHAFTLICH AM BEISPIEL DER DEUTSCHEN FILMINDUSTRIE

Bis zu dem Jahre 1917 galt in Deutschland die Kinematografie als ordinäre Unterhaltung für das einfache Volk. Während in Frankreich, Italien, England, Dänemark und den USA sich Schritt für Schritt eine florierende Filmindustrie entwickelte, stand das wilhelminische Deutschland dem neuen Medium mehr als skeptisch gegenüber.

Während des Krieges jedoch, als ausländische Filme, die auf deutschen Leinwänden gezeigt wurden, als Feindpropaganda angesehen wurden, bildete sich ein Bewusstsein darüber, welche Möglichkeiten in dem neuen Medium stecken könnten:

„Wer einen Film von den Kämpfen im Westen [...] betrachtet hat, kann nicht mehr im Zweifel darüber sein, dass das ‚Durchhalten in der Heimat‘ primitivste Pflicht und geradezu ein lächerliches Nichts demgegenüber ist, was der Soldat leisten und erdulden muss. Noch wichtiger ist die außenpolitische Wirksamkeit der Kriegsfilme, denn ihre Vorführung in den neutralen Ländern ist das allereinfachste und beredtste Propagandamittel. Leider haben wir hierin den Franzosen und Engländern den Vortritt gelassen. Wir taten es in dem Bewusstsein, dass unsere Sache gut und gerecht genug sei, um keiner Reklame zu bedürfen. Schließlich konnte man sich aber doch nicht der Erkenntnis verschließen, dass man dem Gegner auf jedem Gebiet mit seinen eigenen Waffen entgegentreten muss [...]“¹⁰²

Als 1917 ein generelles Einfuhrverbot von ausländischen Filmen verhängt wurde, stieg die Nachfrage nach neuen Filmen stetig an, was „ideale Ausgangsbedingungen für den Ausbau einer deutschen Filmproduktion, die sich in zahlreichen Neugründungen niederschlugen“¹⁰³, schuf: Im Jahr des Kriegsausbruches, 1914, gab es in Deutschland 25 deutsche und 47 ausländische Unternehmen; vier Jahre später hatte sich die Zahl der deutschen Firmen auf 130

¹⁰¹ Zitiert nach: Kreimeier, Klaus. *Die Ufa-Story*, S. 134

¹⁰² Illustrierte Filmwoche Nr. 3/1917, zitiert nach: Borgelt, Hans. *Die Ufa – ein Traum: Hundert Jahre deutscher Film*. Berlin: q Verlags - GmbH 1993, S. 22

¹⁰³ Korte, Helmut. *Der Spielfilm und das Ende der Weimarer Republik: ein rezeptionshistorischer Versuch*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1998, S. 83

erhöht, während hingegen die Zahl der ausländischen Unternehmen auf 10 sank.¹⁰⁴

Die Wirtschaft erkannte schnell das Potenzial und die Wichtigkeit des Filmes bezüglich Propaganda und Meinungsbildung und am 19. November 1916 wurde die Deutsche Lichtbild-Gesellschaft (DLG)¹⁰⁵ gegründet.

„Founded by various industrial and financial bodies [...] with a mission to publicise German industry and tourism at home and abroad, the DLG was a brainchild of Ludwig Klitzsch, a young publishing manager and confidant of Alfred Hugenberg, who in turn represented the steel and armaments manufacturer of Krupp [...]“¹⁰⁶

Die DLG produzierte Filme im dokumentarischen Stil und propagierte hauptsächlich die Interessen der Kapitalgeber aus der Schwerindustrie.

„Die Bildsprache des Films scheint sich für solche Zwecke geradezu aufzudrängen, weil man, besonders interessiert an der Festigung und Ausdehnung des eigenen Einflusses auf dem Balkan, ein Publikum anzusprechen hat, das noch weitgehend analphabetisch ist: vom Bild durchs Herz zur Deutschland – Apologie. Dazu bedarf es nach Vorstellung der Herren von der DLG nur einer ausreichenden Menge von propagandistischen Werbefilmen und Kulturfilmen; der ohnehin ideologisch suspekten Spielfilm ist da überflüssig.“¹⁰⁷

Diese Strategie konnte die DLG im Ausland auch äußerst gut verfolgen. Wurden 1917 erst 21 Filme im Auftrag der DLG produziert, waren es ein Jahr später schon 129.¹⁰⁸

Im August 1916 trat General von Ludendorff seine Stellung als erster Generalsquartiermeister in der Obersten Heeresleitung (OHL) an und musste erkennen, dass sich „die deutsche Filmpropaganda in einem beklagenswerten Zustand“¹⁰⁹ befand. Während in Frankreich und England der Film schon als das Propagandamedium der Zukunft entdeckt wurde, stand die deutsche Heeresführung dem Medium Film skeptisch gegenüber. Diese Skepsis war für die

¹⁰⁴ Vgl. Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films* S. 138ff ; sowie Traub, Hans. *Die Ufa: ein Beitrag zur Entwicklung des deutschen Filmschaffens*. Berlin: Ufa-Buchverlag 1943, S. 19

¹⁰⁵ Ab Oktober 1920 nennt sich die DLG Deulig. Vgl. Behn, Manfred. „Krieg der Propagandisten: Die Deutsche Lichtspiel - Gesellschaft“. In: Bock, Hans – Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 28

¹⁰⁶ Vgl. ebenda S. 29

¹⁰⁷ Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. „A History of Ufa“. In: Bergfelder, Tim. *The German Cinema Book*. London: British Film Institute 2002, S. 130

¹⁰⁸ Behn, Manfred „Krieg der Propagandisten: Die Deutsche Lichtspiel-Gesellschaft“, S. 28

¹⁰⁹ Ebenda S. 28

¹⁰⁹ Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 31

Entfaltung einer heimischen Filmindustrie ein großes Hindernis. So war es nicht verwunderlich, dass die Kinos der neutralen Länder hauptsächlich von Filmen der Ententemächte bespielt wurden.

„Die staatlichen Stellen [der Entente, Anm.] erkennen die Nützlichkeit des Mediums. Seit Juni 1915 darf an der Front gefilmt werden, in vielen Fällen gelangen die Filme schon zwei Tage später in die Kinos. Ins Ausland werden die Wochenschauen kostenlos abgegeben. Der Markt des neutralen Auslandes ist fest in der Hand der Entente.“¹¹⁰

1917 schließlich schrieb General von Ludendorff einen Brief an das Königliche Kriegsministerium, in dem er die Notwendigkeit einer Zentralisierung bzw. Vereinheitlichung der deutschen Filmindustrie deutlich machte. Vor allem sollte die Unverzichtbarkeit eines staatlich gelenkten und kontrollierten Filmgewerbes und dessen Potenzial vonseiten der Regierung erkannt werden.

„Der Krieg hat die überragende Macht des Bildes und des Films als Aufklärungs- und Beeinflussungsmittel gezeigt. Leider haben unsere Feinde den Vorsprung, den sie auf diesem Gebiet hatten, so gründlich ausgenutzt, dass schwerer Schaden für uns entstanden ist. [...] Je länger der Krieg dauert, desto notwendiger wird die planmäßige Beeinflussung der Massen im Inland. Es müssen deshalb alle in Betracht kommenden Werbemittel systematisch zur Erreichung des Erfolges genutzt werden. [...] ist es dringend erforderlich, dass die deutsche Filmindustrie vereinheitlicht wird, um nicht eine wirkungsvolle Kriegswaffe durch Zersplitterung wirkungslos zu machen.“¹¹¹

Infolge dieses Briefes, der in der Literatur häufig als „Gründungsdokument“ der Ufa bezeichnet wird, gründete der Direktor der Deutschen Bank, Emil Georg Stauss, am 18. Dezember 1918 mit staatlicher Hilfe sowie

„mit einem Konsortium aus führenden Vertretern der schlesischen Schwerindustrie, der Elektro- sowie der Schifffahrtsindustrie und Finanzwirtschaft (u. a. Bosch, AEG, Hamburg–Amerika-Linie, Norddeutscher Lloyd, Dresdner Bank) die Universal-Film AG (UFA) [...]“¹¹²

Die Ufa hatte ein offizielles Gründungskapital von 25 Millionen Mark, wobei der Staat, unter strikter Geheimhaltung, mit fünf bis sieben Millionen¹¹³ daran beteiligt war. Nach Lipschütz hat sich die Ufa aus drei Konzernen zusammengeschlossen:

¹¹⁰ Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“, S. 31

¹¹¹ Brief des General von Ludendorff an das Königliche Kriegsministerium 4. Juli 1917; zitiert nach: Borgelt, Hans. *Die Ufa - ein Traum: Hundert Jahre deutscher Film*. Berlin: q Verlags - GmbH 1993, S. 30 ff.

¹¹² Korte, Helmut. *Der Spielfilm und das Ende der Weimarer Republik: ein rezeptionshistorischer Versuch*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1998, S. 84

¹¹³ Die Literatur gibt hier keine eindeutigen Zahlen bezüglich der staatlichen Beteiligung an der Gründung der Ufa an; während Korte von 7 Millionen spricht, führt Toeplitz die Summe von 5 Millionen an; Bock und Töteberg sprechen gar von 8 Millionen.

dem Nordisk-Konzern¹¹⁴, dem Messter-Konzern und dem Union-Konzern. Auf das Gründungskapital von 25 Millionen Mark wurden 25.000 Aktien zu je 1.000 Mark ausgegeben.¹¹⁵ Wie sich die Aufteilung der Aktienpakete gestaltete, ist bis heute in der einschlägigen Literatur nicht aufgeschlüsselt. Dies ergibt sich aus dem Umstand, dass während der Gründung der Ufa äußerste Diskretion bezüglich der Kapitalgeber herrschte:

„[...] die deutschen Töchter der Nordisk gehen in eine von deutschem Kapital majorisierte Firma über; dass die Nordisk im Taus ein dickes Paket Ufa-Aktien erhält, muss der Öffentlichkeit ebenso vorenthalten werden wie die Reichsbeteiligung. Diese wiederum darf nicht zur Kenntnis der Nordisk gelangen [...]“¹¹⁶

Die Ufa hatte in ihrer Anfangsphase zwei wichtige Ziele. Zum einen wollte man den Film zur Bewusstseinsbildung eines deutsch-nationalen Gedankens im Volk verwenden. Der Film sollte zu einem erzieherischen Mittel werden, um die Moral und das Durchhaltevermögen der eigenen Bevölkerung zu stärken. Zum anderen sah man den Film auch als Möglichkeit, im Ausland ein bestimmtes Deutschlandbild kreieren zu können; ihn als Propaganda im feindlichen Ausland zu verwenden. In einem Interview mit dem ersten Ufa-Direktor Carl Bratz werden diese Bestrebungen deutlich:

„[...] verstärkte Heranziehung des Lichtspiels für alle Aufgaben der Volkserziehung, der Schule, der Belehrung für Heer und gemeinnützige Zwecke und weiterhin insbesondere auch der Propaganda für den deutsch-nationalen Gedanken und für den Güteraustausch im Auslande. Denn in diesen Punkten ist vor dem Kriege leider alles versäumt worden und gerade die Erfahrungen des Krieges drängen dazu, dass Deutschland die am Weltmarkt teils verlorene, teils gefährdete, teils in Zukunft stark bekämpfte Position wiedererobern muss, auch mit tätiger Hilfe dieses modernsten und so überaus wirksamen Machtmittels, des Films und des Kinos.“¹¹⁷

Aller ideologischen Ziele zum Trotz nutzt die Ufa 1919 die Beziehungen, die sie über die Nordisk erhielt, um mit dem deutsch-amerikanischen Exporteur Ben Blumenthal bezüglich der propagandistischen Aufgabe der Ufa zur Stärkung des nationalen Bewusstseins in Kontakt zu treten. In den Verhandlungen ging es um das Austarieren der Rechte betreffend den Import amerikanischer Filme. Im Zuge

¹¹⁴ Die Nordisc war in den Kriegsjahren, als das Einfuhrverbot auf alliierte Filme in Kraft trat, der wichtigste Importeur, der die deutschen Kinoleinwände mit ausländischen Filmen versorgte.

¹¹⁵ Vgl. Lipschütz, Rahel. *Der Ufa-Konzern: Geschichte, Aufbau und Bedeutung im Rahmen des deutschen Filmgewerbes*. Diss. Friedrich-Willhelms-Universität Berlin 1932, S. 6

¹¹⁶ Vgl. Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“, S. 35

¹¹⁷ „Was will die Ufa? Das erste Interview mit Ufa-Direktor Carl Bartz“. In: *Der Film* (2.3.1918) zitiert nach: Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“, S. 39

dessen wurde 1919 zusammen mit der Nordisk die Danish-American-Films-Cooperation gegründet (Dafco).

„Die Dafco erwirbt die Verleihrechte an mehr als 900 amerikanischen Spiel- und Kurzfilmen aus der Zeit zwischen 1915 und 1918 für Deutschland und Ost-Europa. Auf einen Schlag kauft die Ufa über 100 Keystone-Kurzfilme, zwölf kurze Stummfilme mit Charlie Chaplin und etwa 600 Spielfilme von Triangle, Metro und Famous Players [...]. Die Gesamtkosten der Ufa betragen fast 3 Millionen Dollar – Mitte 1919 der Gegenwert von ungefähr 40 Millionen Mark.“¹¹⁸

Es stellte sich rasch heraus, dass der Entschluss zum Erwerb der Rechte an amerikanischen Filmen vorschnell gefällt wurde. Denn entgegen den Erwartungen blieb das Verbot auf die Einfuhr ausländischer Filme aufrecht und wurde erst 1921 gelockert, aber längst nicht aufgehoben. Die Ufa konnte somit die erworbenen Filme nur teilweise verleihen und war nicht im Stande, so die Kosten der Ausgaben zu decken. „Sechs Monate nach Unterzeichnung der Vereinbarungen [...] hat die Ufa den Gegenwert von 9 Millionen Mark für Filme bezahlt, die sie nicht nutzen kann.“¹¹⁹ Diese Fehlinvestition macht sich aufgrund der wirtschaftlichen Situation noch stärker bemerkbar, da die Mark gegenüber dem Dollar nur noch ein Drittel des Umrechnungskurses von 1919 wert war. Das hatte zur Folge, dass sich der Schuldenberg der Ufa auf beinahe 47 Millionen Mark erhöhte.¹²⁰

1920 wurde der Dafco-Vertrag wieder aufgelöst. Die Ufa konnte sich noch das Recht sichern, die Dafco-Filme so weit zu vermarkten, wie es das Kontingentgesetz erlaubte. Ab dem Jahr 1921 schnitt und untertitelte die Ufa unter dem Firmennamen Damra die schon gekauften amerikanischen Filme und versuchte aus dem Verlustgeschäft zu retten, was noch zu retten war.

Etwa zeitgleich begannen sich die großen amerikanischen Konzerne für Deutschland bzw. den deutschen Markt zu interessieren. Deutsche Großfilme¹²¹ hatten auf dem amerikanischen Markt unerwartet großen Erfolg; außerdem

¹¹⁸ Saunders, Thomas J. „Von Dafco zu Damra: Spekulation mit amerikanischen Filmen“. In: Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“. In: Bock, Hans – Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 70

¹¹⁹ Ebenda S. 71

¹²⁰ Vgl. ebenda S. 71

¹²¹ Allen voran Lubitschs *Madam Dubarry* und *Anna Boleyn*

wirkten „die – inflationsmäßig bedingt günstigen – Produktionsmöglichkeiten wie ein Magnet auf Investoren“.¹²²

Der erste Schritt, den Hollywood setzte, um auch Europa und vor allem die Weimarer Republik als weiteren Vertriebsraum seiner Filme zu gewinnen, war die Gründung einer deutsch-amerikanischen Filmgesellschaft am 17. April 1921: der Europäischen Film Allianz (EFA). Die EFA wurde von den Amerikanern finanziert¹²³, die sich durch die Gründung einer deutsch-amerikanischen Gemeinschaft den Zutritt zum deutschen Markt, trotz Kontingentgesetz, sichern und somit ihre wirtschaftlichen Interessen am europäischen Markt verfolgen wollten. Dazu sollte sie Produktions-, Atelier-, Vertriebs- und Kinogesellschaft unter einem Dach vereinen.¹²⁴ Ein weiteres Ziel, das die EFA verfolgte, war, die großen Stars der Ufa, wie Ernst Lubitsch und Pola Negri, abzuwerben, um sie selbst unter Vertrag zu nehmen.

„EFA acquired the most modern studios in Germany and plundered much of the best UFA talent by offering irresistible dollar contracts [...] On paper it possessed the very best requisites available in Germany. [...] Its technical stuff was second to none [...] EFA could count on the extensive international distribution network maintained by Famous Players as an outlet rivaled by no native company.“¹²⁵

Die EFA produzierte wenige Filme, unter anderem zwei Filme¹²⁶ von Ernst Lubitsch, die nicht den finanziellen Erwartungen des Konzerns entsprachen. Obwohl erst im April gegründet, stellte die EFA schon im November die Produktion wieder ein. Pola Negri und Ernst Lubitsch wurden Verträge in den Vereinigten Staaten angeboten, die sie akzeptierten. Mit der Auswanderung der beiden Ufa-Stars begann die Emigration deutscher Regisseure nach Hollywood. Durch die Gründung der EFA schlitterte die Ufa in eine finanzielle Krise¹²⁷, welche erst durch

¹²² Saunders, Thomas J. „Von Dafco zu Damra: Spekulation mit amerikanischen Filmen“, S. 71

¹²³ Die Gründung kam auf Anregung des amerikanischen Filmindustriellen Adolph Zukor, Begründer des Famous-Players-Konzerns, zu Stande. Vgl. Kreimeier, Klaus. *Die Ufa-Story*, S. 89

¹²⁴ Vgl. Horal, Jan-Christopher. „Die Anti-Ufa: Die Amerikaner gründen die EFA“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 79

¹²⁵ Saunders, Thomas J. *Hollywood in Berlin: American Cinema and Weimar Germany*. London: University of California Press 1994, S. 60 ff.

¹²⁶ *Die Flamme* und *Das Weib des Pharao*

¹²⁷ Im März 1921 wird das Grundkapital der Ufa von 25 Millionen Mark um 100 Millionen von der Deutschen Bank erhöht. Im Oktober desselben Jahres wird das Kapital noch einmal um weitere 100 Millionen erhöht. Die zweite Erhöhung sollte die Schulden der zu erwerbenden Decla-Bioscop decken, welche mit 25 Millionen Mark verschuldet war. Vgl. Schildt, Axel „Auf Expansionskurs: Aus

die Fusion mit der Decla-Bioscop¹²⁸ im November 1921 unter Kontrolle gebracht werden konnte. Mit dieser Fusion schlossen sich die beiden größten deutschen Filmkonzerne zusammen.

„Diese Konzentration schuf die Grundlage für jene frühe Glanzperiode der Ufa, die mit der Konsolidierungsphase der Weimarer Republik zusammenfiel und die kreativen Energien der Epoche, ihre Utopien, ihre Träume und ihre Angstvorstellungen in suggestiver Weise widerspiegeln sollte.“¹²⁹

Durch die Auswanderung der großen Regisseure der Ufa in die USA entstand eine künstlerische Lücke in der Filmproduktion, die man mit der Fusion der beiden Konzerne füllen wollte. Denn die Decla-Bioscop galt als eine Firma, „deren Stärke seit jeher auf ihren künstlerischen und technischen Teams beruht, zusammengebracht und geleitet durch ihren Produzenten [Erich, Anm.] Pommer“.¹³⁰

Die Decla-Bioscop war im Besitz der Filmateliers in Neubabelsberg, die zur „Ufa-Filmstadt“ ausgebaut wurden. „Sie enthält auf einer Fläche von 350 000 Quadratmetern die Welt aus Papiermaché. Alles garantiert Unnatur, alles genau wie die Natur.“¹³¹ Diese Filmateliers wurden genutzt, um die Monumentalfilme der Ufa, welche als Gegenstück zu den amerikanischen Filmen auf dem internationalen Markt wirken sollten, in Szene zu setzen. Überspitzt formuliert, lässt sich die Ufa-Filmstadt als Manifestation für den Konkurrenzkampf gegen Hollywood und Amerika betrachten.

Hollywood erreichte infolge des Krieges eine gewisse Führungsposition auf dem Filmmarkt und versuchte nach Kriegsende verstärkt in Europa Fuß zu fassen. 1921 liefen in den Kinos in Deutschland 646 deutsche Filme und 136 amerikanische. „In 1920 the German market belonged essentially to native producers. Between 1921 and 1924 Hollywood inroads revolutionized the

der Inflation in die Krise“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 170

¹²⁸ Decla-Bioscop gehörte auch die Uco-Film GmbH, die Russo-Film Commandite sowie die Industria Romana Cinematografica. Vgl. Lipschütz, Rahel. *Der Ufa-Konzern*, S. 12

¹²⁹ Kreimeier, Klaus. *Die Ufa-Story*, S. 86

¹³⁰ Hardt, Ursula. „Kon-Fusion: Die Ufa übernimmt die Decla-Bioscop“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 84

¹³¹ Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*, S. 271

composition of German exhibition.“¹³² Bis 1923 konnten deutsche Produktionen, wenn auch nur schwer, die Vormachtstellung auf den Leinwänden beibehalten; ab 1924 überwogen die Importe aus Hollywood. Die Hegemonie Hollywoods in den Kinos der Weimarer Republik hielt bis zur Weltwirtschaftskrise 1929. Trotz des noch immer gültigen Einfuhrverbots ausländischer Filme, welches noch aus Zeiten des Krieges stammte, begann die Regierung ab 1919 über eine Lockerung der Importbeschränkung nachzudenken und dementsprechend zu verhandeln. 1920 konnte eine Einigung über eine Quote bezüglich des Imports erzielt werden.¹³³

„The import quota for 1921 was set at 180,000 meters of negative film [...]. The ceiling was raised to 250,000 meters annually for 1922 and 1923 and to 260,000 meters for 1924, but in practice proved extremely flexible: actual import exceeded it by twenty percent or more.“¹³⁴

Durch die hohe Inflation war bis 1923 die Filmindustrie in der Weimarer Republik, hier vor allem die Ufa, in einer relativ günstigen Position für den Export ihrer Filme ins Ausland. Die exportierten Filme warfen trotz der niedrigen Preise noch Gewinn ab. 1924 wurde eine Währungsreform eingeleitet, die die Ufa in eine erneute finanzielle Krise schlitern ließ. Der deutsche Filmmarkt wurde auf einmal mit amerikanischen Produktionen überschwemmt. Gegen die Überflutung des deutschen Marktes versuchte der Staat mit Kontingentregelungen zu kämpfen:

„Where the Americans established their own distribution companies they were legally obliged, by quota regulations, to distribute as many German features as imports. [...] Direct affiliation with leading German companies offered American firms import certificates, distribution networks and theater chains for exploitation of their product. [...] German partner received a selection of Hollywood's motion pictures, financial support to produce pictures for important permits, and in some instances, a measure of reciprocal access to the American market.“¹³⁵

Diese Quotenregelung war an die Bedingung gebunden, dass für jeden eingeführten amerikanischen Film ein Deutscher produziert werden sollte. Binnen kürzester Zeit verwandelte sich dieses Gesetz, das den deutschen Binnenmarkt schützen sollte, in ein Hilfsmittel für amerikanische Konzerne, ihre Filme bei doppeltem Gewinn auf deutsche Leinwände zu bringen.

¹³² Saunders, Thomas J. *Hollywood in Berlin*, S. 54

¹³³ Vgl. ebenda S. 58

¹³⁴ Vgl. ebenda S. 58 ff.

¹³⁵ Ebenda S. 67

„Die ‚Kontingentscheine‘ wurden zu einem beliebten Handelsobjekt, und es machte sich bezahlt, irgendwie und irgendwas zu produzieren, um dafür einen guten ausländischen Film einführen zu können. Die Verfügung prüfte nicht die Qualität der inländischen Filme, es genügte, wenn die Filme überhaupt vorhanden waren. Die Amerikaner begannen [...] selbst Kontingentfilme in Deutschland herzustellen. Das Geschäft war ausgezeichnet. Man verdiente doppelt: die Einnahmen für den importierten amerikanischen Film wie auch für den deutschen Film, der im Inland hergestellt wurde, flossen in ein und dieselbe Kasse.“¹³⁶

Die Ufa ihrerseits versuchte der finanziellen Krise durch aufwändige Großproduktionen, wie dem Monumentalfilm, zu entkommen. Ein Vorhaben, das sich nicht wie geplant umsetzen ließ. Die Produktionen waren gekennzeichnet durch pompöse, riesige Kulissen sowie einem großen Aufwand an Statisterie; dementsprechend musste die Ufa gigantische Summen an Geld für diese Filme aufreiben. Die Verantwortlichen der Ufa mussten schließlich erkennen, dass der deutsche Markt für derartige Produktionen zu klein war, als dass man durch ihn die Entstehungskosten des Filmes decken konnte, und eine Garantie für einen dementsprechend großen Absatz im Ausland gab es nicht. Hinzu kam, „dass die Ufa (und damit ihr Produzent) auch mit einsetzender Stabilisierung [der Währung, Anm.] weiterhin Millionen in die Produktion von Mammutfilmen steckt (METROPOLIS), lässt sich mit der veränderten Wirtschaftslage nicht mehr vereinbaren und führt zu ihrem finanziellen Ruin [...]“¹³⁷

1925 hatte die Ufa einen Schuldenberg von 50 Millionen Mark angehäuft, den auch die Deutsche Bank, als Hauptinvestor der Ufa, nicht mehr decken konnte oder wollte. Angesichts dessen war die Ufa schließlich gezwungen mit den „major players“ der amerikanischen Filmindustrie, Paramount, Famous Player Lasky und Metro-Goldwyn, zu fusionieren.

„Dieses nach den Abkürzungen der beteiligten Partner kurz als ‚Parufamet-Vertrag‘ bezeichnete Abkommen sichert der Ufa ein Darlehen von 17 Millionen RM [Reichsmark, Anm.] bei einer Verzinsung von 7,5 %. Gekoppelt ist diese Zahlung an die Vereinbarung über den gemeinsamen Verleih für US-Filme in Deutschland und deutsche Filme in den USA. Die dafür gegründete Parufamet soll in Deutschland jährlich 60 Filme verleihen, je 20 von Ufa, Metro und Paramount. [...] Innerhalb des Parufamet-Vertrages gibt es kein Auswahlrecht für die amerikanischen Filme, während Ufa-Filme von US-Seite durchaus abgelehnt werden können.“¹³⁸

¹³⁶ Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films*, S. 422

¹³⁷ Hardt, Ursula. „Kunst für die Waschfrau Minna Schulze: Die Produktions-Konzepte des Erich Pommer“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 91

¹³⁸ Schildt, Axel. „Auf Expansionskurs: Aus der Inflation in die Krise“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 172 ff.

Mit diesem Vertrag band sich die Ufa für zehn Jahre an Hollywood, was die Ufa auf den ersten Blick in eine konkurrenzlose Position am europäischen Filmmarkt brachte. Doch die Euphorie über die Partnerschaft mit dem größten Konkurrenten währte nicht lange. 1927 übernahm die Hugenberg¹³⁹-Gruppe die Leitung der Ufa. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank entstehen Pläne zur finanziellen Sanierung der Ufa, welche auch dann mithilfe weiterer finanzkräftiger Unternehmen, wie IG Farben, durchgeführt wurden:

„Das Aktienkapital wird zunächst von 45 auf 16,5 Millionen RM herabgesetzt, anschließend wieder auf die gleiche Summe erhöht – die Mittel werden vor allem durch die Veräußerung wertvoller Immobilien (Haus Vaterland am Potsdamer Platz) und durch den Verzicht der Deutschen Bank auf 6,25 Millionen RM an Zinsen und Provisionen aufgebracht. Die Hugenberg-Gruppe erhält zwar nicht die nominelle Aktienmehrheit, aber neben der Übernahme von 10,5 Millionen RM an einfachen Aktien ein Paket von Vorzugsaktien über 3 Millionen RM, das mit zwölffachen Stimmrecht ausgestattet ist [...]“¹⁴⁰

Mit der Übernahme der Ufa durch die Hugenberg-Gruppe und der Einsetzung von Ludwig Klitzsch, welcher als Direktor zuvor schon zehn Jahre die DLG leitete, setzten schwer wiegende Umstrukturierungen ein. Diese Umstrukturierungen betrafen nicht nur innerbetriebliche Abläufe, sondern es ging auch um erneute Verhandlungen mit Hollywood, deren Parufamet-Verträge die Ufa, laut Klitzsch, benachteiligen und den Zusammenschluss für die Ufa finanziell unrentabel machen. Außerdem wollte man die Ufa zu einem zentralistischen Konzern aufbauen, der eine neue Linie des Nationalismus ohne amerikanischen Einfluss verfolgte. Hauptsächlich „[...] zeigt sich die neue Linie der Ufa, als Einheit von nationalistischer Ausrichtung und ökonomischer Monopolisierung, bei der Wochenschauproduktion“.¹⁴¹ Hollywood akzeptierte eine Änderung der Verträge nur unter der Bedingung, dass das Darlehen von 17 Millionen RM zurückgezahlt

¹³⁹ Geheimrat Alfred Hugenberg begann seine Karriere in der Wirtschaft (Vorstandsvorsitzender der Fried. Krupp AG, Mitglied des Direktoriums des Centralverbandes Deutsche Industrieller) und wurde mit dem Erwerb des Verlagskonzern August Scherl (der die auflagenstärkste Zeitschrift Deutschlands herausgab, den *Berliner Lokalanzeiger*) sowie der Gründung der DLG zu einem der einflussreichsten Männer der Weimarer Republik. Vgl. Sywottek, Arnold „Mann im Dunkeln: Geheimrat Alfred Hugenberg“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 196-199

¹⁴⁰ Schildt, Axel. „Hugenberg ante portas: Rationalisierung mit nationalem Besen“. In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 192

¹⁴¹ Ebenda S. 193

wird. Die Deutsche Bank sprang erneut in die Rolle des Geldgebers und sagte die Rückzahlung in mehreren Jahresraten zu. Die Verhandlungen kamen somit zu folgendem Ergebnis:

„Die Laufzeit des Parufamet-Vertrags wird um vier Jahre verkürzt, die Abspielverpflichtungen von US-Filmen in Ufa-Theatern von 75 % auf 50 %, dann auf 33 % und schließlich auf 25 % gesenkt. Darüberhinaus verpflichten sich die amerikanischen Partner, vorerst in Deutschland keine Filmtheater zu erwerben und keine eigenen Wochenschauen herauszubringen.“¹⁴²

Mit der Auflösung des Parufamet-Vertrages ging der wirtschaftliche Einfluss Amerikas auf dem Gebiet der Filmindustrie langsam, aber stetig zurück. Ein entscheidender Einschnitt diesbezüglich war die Einführung des Tonfilms Anfang der Dreißigerjahre, die die amerikanischen Produktionen, in Ermangelung von Synchronisationsmöglichkeiten, langsam vom Markt drängte. Lag der Marktanteil amerikanischer Spielfilme 1928 bei 38,4 %, sank er zwei Jahre später auf 27,9 %, während hingegen der deutsche Spielfilm seine Marktanteile von 38,4 % auf 51,5 % erhöhen konnte.¹⁴³

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die Vormachtstellung Hollywoods auf dem deutschen Filmmarkt aus einer Reihe zusammenwirkender Komponenten und Faktoren entwickelt hat.

Während des Weltkrieges, als die Alliierten den Film schon längst als Propagandamittel entdeckt hatten, war sich das wilhelminische Deutschland und seine Führung noch nicht im Klaren über die Möglichkeiten des Filmes als Medium der Beeinflussung und Propaganda. Erst relativ spät, gegen Ende des Krieges, entschied sich die deutsche, politisch-militärische Führung, das Medium Film unter seiner Aufsicht zu zentralisieren, zu steuern und zu produzieren. In Anbetracht der problematischen wirtschaftlichen Lage, in der sich Deutschland gegen Kriegsende bzw. danach befand, lässt sich dieses Unterfangen als einerseits riskant und andererseits als notwendig klassifizieren.

Als der Krieg in Europa in vollem Gange war, konnte in den Vereinigten Staaten, abseits der Zerstörung und wirtschaftlichen Not, die Wirtschaft prosperieren. Der Wirtschaftsaufschwung ließ auch die Filmindustrie florieren, die

¹⁴² Schildt, Axel. „Hugenberg ante portas: Rationalisierung mit nationalem Besen“, S. 193 ff.

¹⁴³ Ebenda S. 195

sich somit zu einem Giganten am internationalen Filmmarkt entwickeln konnte. Diese Vormachtstellung ergab sich u. a. durch die Größe des heimischen Binnenmarktes, den Hollywood bedienen und aus dem es dementsprechend Profit und Kapital ziehen konnte. Gestärkt durch die Hegemonie in der amerikanischen Heimat war das Bedürfnis der wirtschaftlichen Eroberung Europas eine logische Konsequenz. Deutschland war neben Frankreich und England einer der wichtigsten Standpunkte der europäischen Filmindustrie und vor allem auch durch seine Verbindungen zum südosteuropäischen Filmmarkt ein nicht zu unterschätzender Konkurrent in Bezug auf die Vermarktung von Filmen. Die wirtschaftlichen Probleme der Weimarer Republik, in welcher immer noch die Materialschlacht des 1. Weltkrieges nachwirkte, konnten sich die Vereinigten Staaten und Hollywood zu Nutze machen. Denn finanziell hatte die amerikanische Filmindustrie die meisten Ressourcen und das größte Kapital, ein Umstand, der sich in dem wirtschaftsschwachen Deutschland als die beste Voraussetzung zur Erlangung einer Vormachtstellung entpuppte.

Die Ufa, die ursprünglich als Zentrale der Kriegspropagandafilme gegründet wurde, hatte die Aufgabe, dem amerikanischen Film und seiner Industrie ein Bollwerk entgegenzustellen und Hollywood seine Hegemonie am Markt streitig zu machen. Eine Aufgabe, die mehr als ambivalent war, denn der amerikanische Filmmarkt ließ sich nur mithilfe Hollywoods und seines Vertriebsnetzwerks erobern - und Hollywood wollte die deutsche Filmindustrie nur bedingt am Umsatz bzw. der Führungsposition im eigenen Land teilhaben lassen. Bis zur Auflösung der Parufamet-Verträge fand zwischen Deutschen und Amerikanern ein Wettstreit über die Führung am globalen Filmmarkt statt. Hollywood wollte Europa - und vor allem die Weimarer Republik - als weiteren Filmvertriebskontinent erobern; Deutschland wollte sich am amerikanischen Filmmarkt als eine konstante Größe etablieren. Zu diesem Zweck wurde versucht, mit den amerikanischen Konzernen zusammenzuarbeiten, indem Gesellschaften gegründet wurden, die jedoch nicht von Dauer waren. Das gegenseitige Vertrauen war nicht groß genug, um nicht hinter jedem Vertragsabschluss eine Übervorteilung des anderen zu vermuten.

Infolge der Beendigung der Parufamet-Zusammenarbeit, der Einführung des Tonfilms und der damit verbundenen nationalistischen Tendenzen wurde der Kampf um den deutschen Filmmarkt Ende der 20er-Jahre abgeschwächt und amerikanische Produktionen wurden langsam von den deutschen Kinoleinwänden gedrängt.

2.3 ÄSTHETISCH AM BEISPIEL DER SOWJETISCHEN FILMAVANTGARDE

Mit dem Ausbruch des 1. Weltkrieges verschwand sämtliche ausländische Konkurrenz vom sowjetischen Markt¹⁴⁴ und der sowjetische Film trat aus seinem Schattendasein, welches er bis zu diesem Zeitpunkt führte, heraus. Man begann Filmgesellschaften zu gründen und eigene Produktionen verstärkt auf den Markt zu bringen.

„Hatten die Filme der eigenen Produktion 1914 nur 20 Prozent der im Lande vorgeführten Filme betragen, so machten sie um die Jahreswende 1916/1917 bis zu 80 Prozent aus. Die Zahl der Kinos stieg auf fast viertausend an, sie wurden täglich von zwei Millionen Zuschauern besucht. Gab es 1913 13 Filmgesellschaften, so konnte man nach drei Jahren bereits 47 zählen [...]“¹⁴⁵

Während des Krieges wurden auf sowjetischen Leinwänden, ähnlich wie in den westlichen Ländern, hauptsächlich nationalistische bzw. militärische Filme gezeigt, die die ideologische Position des eigenen Landes im Krieg untermauern sollten. „In der Zeit vom 1. August bis zum 31. Dezember 1914 kamen auf 104 produzierte Filme 50 Filme mit Kriegsthematik.“¹⁴⁶ Die Tendenz zu zaristischen Propagandafilmen hielt jedoch nicht lange an; das Publikum wollte bald Komödien, Abenteuer- und Kriminalfilme sehen, die sich in ihrer Ausführung an amerikanischen Produktionen orientierten und in ihrer Leichtigkeit den Zuschauer den Krieg und seine Entbehrungen für die Dauer der Filmvorführung vergessen ließen. Neben dieser trivialen Unterhaltung für die breite Masse wurden auch Filme für die gehobene Intellektuellenschicht produziert, die sich durch das „um sich greifende Unbehagen an den Zeitläuften, die zunehmende Kriegsmüdigkeit und Resignation“¹⁴⁷ in der Themenwahl auszeichneten.

Der Film dieser Zeit stand in enger Beziehung zum Theater und zu den Theatermachern. Viele der Produktionen waren stark beeinflusst von Regisseuren, die im Theater erste Erfahrungen mit der künstlerischen Produktion gesammelt hatten. Die dort von ihnen entwickelten künstlerischen Ausdrucksmittel und Ästhetiken transportierten sie in die Filmproduktion, wo sie an die veränderten

¹⁴⁴ Der sowjetische Markt war bis dahin von ausländischen Firmen beherrscht worden; allen voran von der französischen Firma Pathé

¹⁴⁵ Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films*, S. 153

¹⁴⁶ Ebenda S. 154

¹⁴⁷ Ebenda S. 155

Produktionsumstände angepasst und adjustiert wurden. Damit wurde dem sowjetischen Kino eine unverkennbare Handschrift verliehen.

Die Bolschewiki erkannten schnell das Potenzial des Films bezüglich der Verbreitung von Ideen, Vorstellungen und Weltbildern; sie sahen aber auch die ideologische Gefahr, die von ausländischen Filmen (hauptsächlich amerikanischen Filmen) für die gesellschaftliche Revolution ausging:

„Every day in all our cinemas in the town and in the country, in the commercial cinema and in the club, bourgeois prejudices, the bourgeois gospel of faith in the ‘Lord God’ are presented from the screen with all possible Priscillas and Barbaras to the Soviet audience [...] The U.S.S.R. is the only country where revolutionary films can be made [...] The pursuit of philistine tastes, the preparation of films for the cinema on the main streets, are a *crime which should be brought to trial.*“¹⁴⁸

Um das weitere Vorgehen mit diesem neuen Medium zu klären, wurde im September 1917, einen Monat vor der Oktoberrevolution, eine Konferenz über die Probleme der sozialistischen Kultur von Arbeitersowjets in Moskau einberufen. Folgende Resolution zum Film wurde beschlossen:

„Wir stellen fest, dass der Film, diese große volkstümliche Errungenschaft, sich gegenwärtig in den Händen der Bourgeoisie befindet, die aus ihm eine Schule des Verbrechens, der Korruption und moralischen Dekadenz machte. Der Film wird von der herrschenden Klasse zum Niederringen der proletarischen Linie und zur Aufrechterhaltung der Moral der Bourgeoisie verwendet. Unter den Verhältnissen eines echten Volksstaates wird der Film zu einem nützlichen und mächtigen Werkzeug zur Bildung und Erziehung der Arbeiterklasse und der Volksmassen, zu einem der wichtigsten Mittel des Proletariats, um sich aus den Schranken der bürgerlichen Kunst zu befreien. Der Film entwickelt das Klassenbewusstsein, die internationale Solidarität und verkündet die zuendenden Ideale des proletarischen Kampfes um den Sozialismus.“¹⁴⁹

Am 27. August 1919 wurde die Filmindustrie verstaatlicht und die Ära des sozialistischen Films - und somit auch der Versuch, die Filmindustrie als solche von einem antikapitalistischen Standpunkt aus zu führen - hatte begonnen. Die Tatsache, dass der Film auf mechanischen Prinzipien beruhte, sollte in seiner Verwendung auch die moderne, revolutionäre Umformung der Gesellschaft verdeutlichen. Die Maschine an sich stand für Fortschritt und so schien es, aus der

¹⁴⁸ Kirshon, V. „Doloi obyvatel'skuyu fil'mu!“ In: *Kino-Front* 2/3 1926, S. 17 zitiert nach: Taylor, Richard. *The politics of the soviet cinema: 1917-1929*. Cambridge: Cambridge University Press 1979, S. 40

¹⁴⁹ Zitiert nach: Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films*, S. 158 ff.

Sicht der Bolschewiki, nur konsequent, den Film als ureigene Kunstform der modernen gesellschaftlichen Revolution anzusehen.

„There can be no doubt that the cinema, this new art form, is the rightful heir for our time, for its melodiousness, its rhythm, refinement and its machine culture, and it therefore represents the central art form of the current epoch.“¹⁵⁰

1920 verdeutlicht Lenin in einem Gespräch mit Clara Zetkin die Gründe der Verstaatlichung von Kunst und die Wichtigkeit der Anforderung an jegliche Art von Kunst, dem bolschewistischen Weltbild zu entsprechen:

„In a society based on private property the artist produces goods for the market; he needs buyers. Our revolution has freed artists from the yoke of these highly prosaic conditions. It has transformed the Soviet state into their protector and their customer. [...] Art belongs to the people. It should reach with its deepest roots into the very thick of the broad working masses. It should be understood by these masses and loved by them. It should unite the feeling, thought and will of these masses, and elevate them.“¹⁵¹

Lenin ortete im Kino und im Film enorme Möglichkeiten, die für die gesellschaftliche Realisierung der Revolutionsideen von äußerstem Nutzen sein konnten. Lenins viel zitierter Satz: „[...] of all arts for us the most important is cinema“¹⁵² definiert das Potenzial, das die Bolschewiki im Film erkannten. Der Film sollte als Erziehungs- und Propagandamittel dienen; durch seine visuellen und sprachübergreifenden Komponenten war er mehr als geeignet, das neue Weltbild der umgewälzten Gesellschaft in das riesige Land hinauszutragen. Die Kinematografie wurde als perfekte Verbindung von Unterhaltung und Volksbildung gesehen: „Movies, due to their visual presentation, emotional impact, and popularity, were able to influence a wider audience than any other media.“¹⁵³

¹⁵⁰ Boltyanskii, G. M. „Kul'tura kinooperatora“, 1927 zitiert nach: Taylor, Richard. *The politics of the soviet cinema: 1917-1929*. Cambridge: Cambridge University Press 1979, S. 37

¹⁵¹ Tsetkin, Klara. „Vospominaniya o Lenine“ Moskau 1966, S. 9-13 zitiert nach: „Lenin: Art belongs to the People. Conversation with Clara Zetkin“. In: Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896 -1939*. London: Routledge&Kegan Paul 1988, S. 50 ff.

¹⁵² Boltyanskii, G. M. (Hg.). Lenin I kino. Moskau/Leningrad 1925, S. 16-19 zitiert nach: „Anatoli Lunacharsky: Conversation with Lenin. 1. Of All the Arts...“ In: Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896 -1939*. London: Routledge&Kegan Paul 1988, S. 50 ff.

¹⁵³ Shlapentokh, Dmitry u. Shlapentokh, Vladimir. *Soviet Cinematography 1918-1991: Ideological Conflict and Social Reality*. New York: Aldine de Gruyter 1993, S. 21

Die Verstaatlichung der Filmindustrie und somit die Kontrolle über Produktion und Inhalt wurde nicht nur von den politischen Machthabern als eine Notwendigkeit angesehen. Auch Intellektuelle und die Künstler selbst waren größtenteils überzeugt, dass das Eingreifen des Staates in dieser Hinsicht für ein Gelingen der gesellschaftlichen Revolution essenziell war. Entsprechend dieser Einstellung veröffentlichte Wladimir Majakowski 1922 ein Gedicht in der Zeitschrift *Kino-Fot*, das das Bedürfnis nach Errettung dieses Mediums vor dem amerikanischen Einfluss ausdrückt und dem Futurismus die Fähigkeit dazu einräumt.

„For you a cinema spectacle.
For me almost a *Weltanschauung*.
The cinema – a purveyor of movement.
The cinema – renewer of literature.
The cinema – destroyer of aesthetics.
The cinema – fearless.
The cinema – a sportsman.
The cinema – a sower of ideas.
But the cinema is sick. Capitalism has covered its eyes with gold. Deft entrepreneurs lead it through the street by the hand. They gather money by stirring the heart with whining little subjects.
We must put an end to this.
Communism must rescue the cinema from its speculating guides.
Futurism must steam the dead water – slowness and morality.
Without this we shall have either the imported tap-dance of America or the continuous ‘tear-jerking’ of the Mosjoukines.
We are tired of the first.
Even more tired of the second.“¹⁵⁴

Trotz der scheinbar skeptischen Haltung Majakowskis gegenüber dem Kapitalismus und Amerika reiste er 1925 für drei Monate in das Land, das den Ursprung der Moderne symbolisierte und als Sinnbild dessen im damaligen Denken verankert war. Ungeachtet der offiziellen Distanz der sowjetischen Regierung gegenüber der konsumorientierten kapitalistischen Lebensführung konnte Majakowski die Faszination für den Lebensstil, der von Technik, Unterhaltung und Dollars geprägt war, in seinen Aufzeichnungen über seine Amerikareise nicht verbergen. Die Verbindung von Unterhaltung, Boulevard, Reklame (eine ureigene amerikanische Ausformung des Kommerziellen) und moderner Technik, die die Vereinigten Staaten so perfekt beherrschte, zog

¹⁵⁴ Mayakovskij, Vladimir. „Kino I kiko“. In: *Kino-Fot* 5. – 12. Oktober 1922, S. 5 zitiert nach: Taylor, Richard. *The politics of the soviet cinema: 1917-1929*. Cambridge: Cambridge University Press 1979, S. 39

Bewunderung auf sich. Majakowski artikuliert sie, die Fabrik des exzentrischen Schauspielers visualisiert sie.

„[...] am hellsten ist die Gegend um den Times-Square. Dort ist es strahlend hell. Man hat auch nachts das Gefühl, es sei helllicher Tag, aber dieser Tag hebt sich grell von der dunklen Nacht und Umgebung ab. Hell leuchten die Bogenlampen, die Lichtreklamen, die flimmernden Auslagen der Tag und Nacht geöffneten Läden, das in allen Farben schillernde Pflaster, das Licht, das aus den geöffneten Toren der Kinos und Theater hervorbricht, die Lichter der vorbeisausenden Autos, das Licht der Untergrundbahnen, das Licht der Reklamen, die Aeroplane in den Himmel schreiben. Licht, Licht, und wieder Licht!“¹⁵⁵

2.3.1 Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers (FEKS)

Am 9. Juli 1921 wurde in den Räumlichkeiten des Theaters „Freie Komödie“ in St. Petersburg, damals Petrograd, die „Fabrik des exzentrischen Schauspielers“ von Grigorij Kozincev, Leonid Trauberg, Georgij Kryžickij und Sergej Jutkevič gegründet. Die Gründung dieses Filmkollektivs fand im Zuge des Erfolges ihrer Inszenierung „Dispute über das exzentrische Theater“, welche im Dezember desselben Jahres aufgeführt wurde, statt. Im Frühjahr des darauffolgenden Jahres wurde das „Manifest des Exzentrismus“ publiziert, das

„in Begleitung der fiktiven und realen Werbung für die Ausgabe der Abenteuer von Nat Pinkerton und des ersten Heftes der Zeitschrift ‚Weschtsch/Gegenstand‘, der Werbung für den Clown Boclaro (Jewreïnow) und die Achterbahn in Petrograd, für die Filme DIE LACHENDE MASKE und DIE GEHEIMNISSE VON NEW YORK“¹⁵⁶

in einer Auflage von tausend Kopien¹⁵⁷ erschien. Neben dem eigentlichen Manifest, das das künstlerische Vorhaben der FEKS ausdrückte, wurde mit der Vorgehensweise der Veröffentlichung schon vorab ein Eindruck von der künstlerischen Richtung und den Einflüssen, die sich daraus für das Filmkollektiv ergaben, geliefert: die Werbung, der Zirkus, der Nonsens und das Amerikanische.

Das Manifest war eine Mischung aus diversen avantgardistischen Strömungen, orientierte sich hauptsächlich jedoch am Futurismus. Mit Begeisterung traten die jungen Exzentristen für „die Verherrlichung der Technik,

¹⁵⁵ Majakowski, Wladimir. *Meine Entdeckung Amerikas*, S. 53

¹⁵⁶ Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“. In: *Montage/AV – Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 2/1/1993, S. 97

¹⁵⁷ Vgl. Taylor, Richard. *The politics of the soviet cinema: 1917-1929*. Cambridge: Cambridge University Press 1979, S. 145

Geschwindigkeit, die Zerstörung der klassischen Kunsttradition, die Forderung nach Varieté, Zirkus und music-hall im Theater, Provokation von Publikum und gesamter Öffentlichkeit [...]“¹⁵⁸ ein. Das Kollektiv stand ganz im Zeichen der Erneuerung des Althergebrachten und bewegte sich damit im Geiste der Revolution, die von einer Umwälzung der Gesellschaft sprach. So wie die zaristisch regierte Gesellschaft, nach Ansicht der Bolschewiki, nicht mehr den Anforderungen der Moderne genügen konnte, so erforderte auch die Kunst ein Umdenken und Umwälzen der klassisch-traditionellen Auffassung derselbigen. Für die FEKS war jener traditionelle Zugang zur Kunst längst nicht mehr genug, um den Ansprüchen dieses neuen Zeitalters zu genügen. Grigori Kosinzew bemerkte 1964 in einem Interview, dass sich schon die Namensgebung des Filmkollektivs als „Fabrik des exzentrischen Schauspielers“ gegen die traditionellen Vorstellungen von Kunst richtete:

„Das [die Benennung ‚Fabrik des exzentrischen Schauspielers‘; Anm.] richtete sich speziell gegen den Begriff des ‚Schöpferischen‘. Unsere Generation liebte keine hochtrabenden Sätze, keine Ausdrücke wie ‚Schöpfung‘ und ‚große Kunst‘ – daher nannten wir unser Ensemble ‚Fabrik‘. Damals wollten wir – wie immer in der Jugend und besonders in der Revolution – überhaupt jegliche Kunst zerstören. Unseren Gefühlen schien es nicht möglich, sich alter Formen zu bedienen. Wir wollten alles Alte zerstören und aus den Trümmern des Alten eine neue Kunst machen.“¹⁵⁹

Die traditionelle Auffassung von Kunst schien für die Mitglieder der FEKS zu eng, um sich innerhalb ihrer Grenzen entfalten zu können. In ihr steckte zu viel Elitäres, Starres und mit der Moderne Unvereinbares, als dass sich daraus die Kunst ergeben konnte, die das Filmkollektiv für die Umstände der Zeit als notwendig erachtete. Die FEKS suchte einen Zugang, der sich an der Moderne orientierte und veränderbar war wie das Leben selbst. Die Kunst sollte im Leben selbst platziert sein und dadurch das Gefühl des Lebens im Moment vermitteln - ohne den strengen Zeigefinger der klassischen Theatertheorien. Im künstlerischen Konzept der FEKS war das Hier und Jetzt die einzig beständige Konstante der Moderne. Infolgedessen musste sich auch die Kunst verändern, die für die jungen Künstler in ihrer Ausformung nicht länger nur ein Abbild der Realität sein sollte, sondern die Vermittlung eines Lebensgefühls. Diese Veränderung war nötig, um

¹⁵⁸ Poliwoda, Bernadette. *FEKS – Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 109

¹⁵⁹ Gregor, Ulrich (Hg.). *wie sie filmen: Fünfzehn Gespräche mit Regisseuren der Gegenwart*. Gütersloh: Sigbert Mohn. 1966, S. 190

jene auf den Moment konzentrierten Anforderungen der Moderne erfüllen zu können. Der Zugang zu dieser Neubetrachtung der Kunst gelang der FEKS über das Leben selbst, über das Konzept, das „Leben als Trick“ zu erfassen.

„We must not neglect Life in favour of art, but must through a new outlook on life employ
LIFE AS A TRICK
towards the new Art. We [die FEKS; Anm.] summon everyone from the labyrinths of
Intellect to a perception of Contemporareity [sic!].
[...]

*Everyone must know:
the best firm in the world is ‚Life‘
Beware of imitations!*

WE NEED LIFE AND WE MUST ACT TO ENSURE THAT LIFE NEEDS US.“¹⁶⁰

Die Auffassung das „Leben als Trick“ zu betrachten, soll den Betrachter in einen direkten Zusammenhang mit der Gegenwart selbst setzen.

Das Verlangen nach einer neuen Kunstauffassung, die das junge Kollektiv antrieb, erklärt sich zu einem Teil aus der sozialen Lage der historischen Situation, wie Grigori Kosinzew in dem schon oben erwähnten Interview bemerkt:

„[...] damals befand sich unsere Regierung und unser Land in einem schrecklichen Zustand. Es war die Zeit des Bürgerkrieges, überall herrschte Hunger, es gab keine Nahrungsmittel, nicht einmal Brot. Und in dieser Zeit, als Leningrad in Kälte, Eis und Schnee lag, organisierten wir junge Künstler Vorstellungen, die an einen Karneval erinnerten, in denen helle Farben, Zirkustricks und viele Späße vorkamen. So interessant und schön fanden wir damals das neue Leben, die Revolution.“¹⁶¹

Nach dem 1. Weltkrieg, der Machtübernahme der Bolschewiki und dem Bürgerkrieg befand sich das Land in einer prekären wirtschaftlichen Lage. Neben alltäglichen Dingen, die kaum bis gar nicht vorhanden waren, blieb auch der Bereich der Kinematografie nicht von der Ressourcenknappheit verschont. Funktionierende Projektoren waren Mangelware, Ersatzteile infolge von Einfuhrverboten und Embargos so gut wie nicht zu bekommen und auch das Rohmaterial Film war nur äußerst begrenzt verfügbar. Die triste wirtschaftliche Lage und der Mangel an mehr oder weniger allem Lebensnotwendigen wurden zu einem Antriebsmotor und einer Inspirationsquelle für die Kunst der FEKS. Die Zeit nach der Revolution, dieser Umwälzung der Gesellschaft, war für die Künstler eine

¹⁶⁰ Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Ekstentrism“ Petrograd 1922 zitiert nach: Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“. In: Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*. London: Routledge&Kegan Paul 1988, S. 63 ff.

¹⁶¹ Gregor, Ulrich (Hg.). *wie sie filmen*, S. 189

Periode, in der die Zukunft nicht vorhersehbar war. Die Umstände und das Leben änderten sich permanent; das einzig Sichere war die Gegenwart, die es bewusst wahrzunehmen galt. Für die FEKS ergab sich daraus die logische Konsequenz, ihre Kunst mit Ausdrucksmitteln der absoluten Gegenwärtigkeit zu gestalten. Diese Ausdrucksformen findet das Kollektiv in den diversen Ausformungen der Volkskunst, die sich durch technischen und wirtschaftlichen Fortschritt verändert und erweitert hatten (der Film und das Kino, der Jazz und die music-hall usw.). Die „Eltern“ der FEKS'schen Kunst lassen sich, wie die Gründer in ihrem Manifest bemerken, in folgenden Genres lokalisieren:

„In literature – the *chansonnière*, the cry of the auctioneer, street language.
In painting – the circus poster, the jacket of a cheap novel.
In music – the jazz band (the commotion of a negro orchestra), circus marches.
In ballet – the American song and dance routines.
In theatre – the music-hall, cinema, circus, *café-chantant*, boxing.“¹⁶²

Diese Grundelemente der neuen Kunst beinhalten alle das Moment der Ablenkung, der Begeisterung und der Unterhaltung – alles ausgezeichnet durch absolute Gegenwärtigkeit.

Oksana Bulgakova bezeichnet diese Collage an Elementen aus der Volkskunst, über die die FEKS versuchte eine neue Kunst zu etablieren, als „Boulevardisierung“. Dieser Begriff wird von ihr nicht eindeutig definiert oder geklärt. In ihm steckt immer der Faktor des Spielerischen, des nicht allzu Ernsthaften, des Parodierenden. Unter der Boulevardisierung wird hier eine Verflachung bzw. eine Tendenz zur Unterhaltung verstanden, die den Geschmack der Massen trifft und von der sich die elitäre „hohe“ Kunst zu distanzieren versucht. Um den Boulevard wurde von der FEKS eine Art Kult erhoben und er wurde zum Mittelpunkt ihres Strebens.

„Die FEKSe, die Ex-Zentriker, erklärten den Kult des Boulevards, doch dieser Kult verlachte sich selbst, auch wenn die Priester ihre Handlungen mit vollem Ernst ausführten. Doch die Narrenspiele annullierten das Kultische dieses Kults sogleich wieder.“¹⁶³

Das Filmkollektiv boulevardisierte die Kunst durch die Hervorhebung der ihrer Meinung nach prägendsten und ausdrucksstärksten Symbole der Moderne, wie z. B. das Automobil, die Maschine. In diesem Zusammenhang ist auch der Begriff

¹⁶² Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 59

¹⁶³ Bulgakova, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“, S. 98

des „Exzentrismus“ anzuführen und zu klären. Grundsätzlich wird als Exzentrismus die Amerikanisierung des Theaters verstanden: „THE AMERICANISATION OF THE THEATRE in Russian means ECCentrism.“¹⁶⁴ Die FEKS sah in den USA den Inbegriff der Moderne, der in seiner kulturellen Erscheinung all das in sich akkumulierte, was für den neu zu schaffenden Zugang zur Kunst relevant war. Somit ist im Kult der FEKS um den Boulevard die Verehrung des Amerikanischen bzw. der amerikanischen Kultur und all ihrer Zuschreibungen als wesentlich und grundlegend zu erachten. Mit Amerika wurden die Schlagworte wie technischer Fortschritt, Geschwindigkeit, Motorisierung bzw. Fordismus, Konsum, Unterhaltungs- und Straßenkultur bzw. Boulevard und vor allem Film verbunden: Errungenschaften und Erscheinungen der Moderne, von denen man erwartete, dass sie den Menschen freier und menschlicher machen und ihn in eine neue Ära des Daseins versetzen würden. Der FEKS'sche Amerikanismus konstituierte sich durch die Vorbildwirkung Amerikas bezüglich einer Industrialisierung, die Wohlstand für die Massen brachte und von der das eigene Land als rückständiger Bauernstaat noch weit entfernt war. Repräsentativ für diese Amerika-Begeisterung war die Orientierung an den Symbolen der urbanen „Roaring Twenties“-Massenkultur, einer Kultur des Populären, die auf dem von Maschinen- und Fabrikarbeit gestützten Wohlstand der Massen basierte und auf Unterhaltung und Ablenkung bedacht war.

„1. THE KEY TO THE FACTS

- 1) YESTERDAY – comfortable offices. Bald foreheads. People pondered, made decisions, thought things over.
 TODAY – a signal. To the machines! Driving belts, chains, wheels, hands legs, electricity. The rhythm of production.
 YESTERDAY – museums, temples, libraries.
 TODAY – factories, works, dockyards.
- 2) YESTERDAY – the culture of Europe.
 TODAY – the technology of America. Industry, production under the Stars and Stripes. Either Americanisation or the undertaker.
 YESTERDAY – sitting-rooms. Bows. Barons.
 TODAY – the shouts of newspaper – sellers, scandals, policemen's truncheons, noise, shouting, stamping, running.

The pace today:

The rhythm of the machine, concentrated by America, realised on the street.”¹⁶⁵

¹⁶⁴ Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“, S. 59

¹⁶⁵ Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 58

Als nach dem Ersten Weltkrieg die Wirtschaft in Europa brachlag, konnte sich die USA zur führenden Nation auf diesem Gebiet entwickeln: „[...] folglich musste Neues, das die alte Kultur Europas ablösen konnte, aus Amerika kommen und der Amerikanismus stellt eine logische Konsequenz in den Forderungen der FÉKS zur Erneuerung der Kunst dar.“¹⁶⁶ Das Amerika der FÉKS'schen Verehrung war nicht unbedingt identisch mit dem geografischen Amerika: In Ermangelung tatsächlichen Wissens über die amerikanische Kultur wurden Begriffe und Symbole, die als scheinbar „amerikanisch“ galten, und die offensichtlich so anders waren, als das, was man gewohnt war, glorifiziert, verwertet und - aufgrund des Fehlens einer eigenen städtischen Massenkultur - assimiliert.

„Das ausländische Inventar, das in den FÉKS-Manifesten und in den ersten Filmen auftaucht, hat den Charakter einer Referenz, jedoch nicht in Bezug auf die westliche industrialisierte Realität, sondern auf das ‚amerikanische Genre‘. Die Gegenstände sind Attribute der Roaring Twenties: ‚Auto, Boxen, Detektive, flache Schuhe, Steptanz-Schritt, Revolver‘. Der Revolver ist keine Mauser einer TscheKa-Kommissars (oder Rotarmisten), er steht für Cowboy oder Detektiv.“¹⁶⁷

Die amerikanische Populärkultur und ihre Korrelaten wurden von den Mitgliedern der FEKS nachgeahmt, aus ihrem ursprünglichen Kontext genommen und in neue Zusammenhänge gesetzt. Das neue, bis zu einem gewissen Grad unbekannte Amerikanische wurde als Zeichen in den eigenen Bezugsrahmen gesetzt und wurde somit zu einem

„[...] Attribut[e] jener mythologischen Welt des Exzentrismus, die von Cowboys und Musidoras in Budjonny-Mützen [Semjon Michailowitsch Budjonny war ein Marschall der sowjetischen Armee; Anm.] bevölkert war. [...] Die Revolution wurde einer karnevalistischen Handlung angeglichen; Gewalt und Verfolgung waren Bestandteile des Western oder Krimis, nicht Ausdruck weißen oder roten Terrors“.¹⁶⁸

Dieses Herausnehmen der Symbole aus ihrem ursprünglichen Kontext und Wirkungsfeld – quasi das „Exzentrieren“ des Symbols – und das Einsetzen in die eigene Realität der Kunst parodieren das Symbol selbst und lassen es dadurch bis zu einem gewissen Grad absurd und grotesk wirken:

„In den Aktionen und Theaterstücken der FÉKS schienen bei aller Ernsthaftigkeit, die sie der Organisation ihres Boulevardkultes widmeten, immer spielerische Einstellung und Selbstironie durch. [...] Auch ihre Kultfiguren wie Charlie Chaplin, oder Nat Pinkerton sind

¹⁶⁶ Poliwoda, Bernadette. *FEKS – Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 115

¹⁶⁷ Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*. Berlin: PotemkinPress 1996, S. 118

¹⁶⁸ Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“, S. 98

keine heiligen Kühe, sondern werden genauso parodiert wie die Figuren des klassischen Dramas.¹⁶⁹

Nach Bulgakowa orientierte sich die FEKS und das von ihr geschaffene Theater, später dann auch der Film, an den Beziehungen des Kollektivs zu den Bereichen Reklame und Zirkus. Zwei Bereiche, die einander gegenüberstehen, aber dennoch eine gemeinsame Schnittmenge teilen. Auf der einen Seite steht die Werbung als eine der vielen Ausformungen der Moderne und als grundlegendes Element einer Populärkultur, die sich über den Konsum definiert. Auf der anderen Seite ist der Zirkus ein Element der Volkskultur, das seine Wurzeln in der Vergangenheit und der Geschichte hat. Der Zirkus wie auch die Werbung sind beide unterschiedliche Ausformungen ein und derselben Basis – der Volkskultur.

Die Reklame hat in den Vereinigten Staaten eine lange Geschichte und begann in den 20er-Jahren mit dem Aufkommen von Wohlstand unter den Massen eine unbestreitbar wichtige, konstitutive Rolle in der Konsumgesellschaft einzunehmen. Die Werbung wurde verstanden als Inbegriff der Möglichkeiten, die der gemäßigte Wohlstand der Moderne in Amerika offenbarte. Dem potenziellen Konsumenten wurde die Welt der Waren und des Einkaufs anhand auffälliger und effektvoller (Leucht-)Reklamen nahegebracht, die das Leben so darstellten, wie es nach dem Warenkonsum sein könnte. Reklame als etwas genuin Amerikanisches war somit im FEKS'schen Amerikanismus ein unumgängliches Element der Neuschaffung der Kunst. Der Bereich der Werbung war bis zu einem gewissen Grad ein ästhetisch produktiver Sektor, in dem künstlerische Verfahren und Techniken entwickelt und verändert wurden, die dann von der Avantgarde übernommen wurden. Wenn Kozincev im „Manifest des Exzentrismus“ die Regel „12) Use of the principles of American Advertising“¹⁷⁰ festhält, ist damit die auf Wirkung bedachte Vorgehensweise der Werbung gemeint. Aktionen im Theater und Film sollten wie Werbespots hintereinander geschaltet sein, um dieselbe Begeisterung zu erzeugen, die die Spots für ein Produkt beim Zuschauer erregen. Ein Ziel der FEKS war es, die Kunst auf derselben Rezeptionsebene wie die Werbung wirken

¹⁶⁹ Poliwođa, Bernadette. *FEKS – Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 110

¹⁷⁰ Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 59

zu lassen: keine kontinuierliche Handlung, sondern Aktionen, die in einzelne Tricks aufgespalten wurden. Die ästhetische Verarbeitung dieser Relation findet dann Verwirklichung im Film *Die Abenteuer der Oktjabrina*, der eben diesen Anschein eines einzigen Reklamespots erregt. Der Film war das Debüt der FEKS und ist als eine konsequente Weiterführung ihrer Kunstprinzipien zu sehen. Die Handlung setzte sich aus einer Vielzahl montierter, slapstickähnlicher Reklamespots zusammen. Dabei orientierte sich die FEKS, wie in ihrem Manifest verlangt, an den Prinzipien der amerikanischen Werbung. Bis zur comicartigen Absurdität werden Handlungsmomente übertrieben und entfalten so ihre Wirkung:

„Ein Banküberfall wird mit Hilfe des ‚stärksten Magneten der Welt‘ durchgeführt, an dem der Panzerschrank kleben bleibt, auch ein mögliches Werbesujet. [...] Der Selbstmordversuch eines Kapitalisten wird als paradoxe Werbung für Hosenträger der LEPO (Leningrader Handelsorganisation) mit einem ambivalenten Werbeeffekt inszeniert: Soll man nun Hosenträger kaufen, die nicht strapazierfähig sind, oder sind sie als Lebensretter zu verstehen?“¹⁷¹

Von dem Film, der 1924 gedreht und gezeigt wurde, ist außer dem Drehbuch und einigen Fotografien nichts mehr erhalten.

Der Zirkus, eines der ältesten und beliebtesten Medien der Massenunterhaltung, spielte in der Erschaffung einer neuen FEKS'schen Kunsttradition eine ebenso wesentliche Rolle wie die Werbung. Von Bedeutung war hierbei vor allem die Emotion, die die FEKS mit dem Zirkus verband: das Mitfiebern und Mitfühlen des Publikums; die Spannung und der Moment des Luftanhaltens, wenn ein Artist eine waghalsige Akrobatiknummer präsentiert; die Auf- bzw. Erregung, die den Zuschauer erfasst und die ihn miterleben lässt. Diese Emotion wurde von dem Kollektiv als nicht nur essenziell für die neue Kunst erachtet, sondern auch als konstitutiv für das Leben an sich gedacht:

„There's only one thing:

EXCITEMENT.

The sense of theatre is the sense of the tightrope, the sense of excitement. The healthy and joyful straining of our whole being, of all our vital energy.“¹⁷²

Die Kunst sollte durch das Gefühl der Auf- bzw. Erregung näher an das eigentliche Leben herangerückt werden und mit der Kunst sollte diese Begeisterung auch für

¹⁷¹ Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 108

¹⁷² Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 59

das Leben in der Moderne erregt werden. Dem Theater, später auch dem Film, wurde die Aufgabe zuteil, diese Aufregung, die das Leben in der modernen, technisierten und maschinisierten Welt bot, zu produzieren und damit eine Art „Lebensgefühl des Augenblicks“ auf der Bühne bzw. Leinwand darzustellen:

„When it takes your breath away, it catches in your throat and there are reddish little spots dancing in your brain.

Just like the CIRCUS:

Under the big top the tightrope-walker balances on a thread and the whole auditorium is silent, catching its breath...

[...]

Theatre is excitement: the auction, the aeroplane, lotto, the lottery, the races, roulette.“¹⁷³

Es war nicht nur diese Präsentation eines Lebensgefühls, das die Exzentristen mit dem Bereich des Zirkus in Verbindung bringen, sondern auch die Faszination für ein absurd-komisches Element dieses Mediums – den Clown. Der Clown war die Figur, die die Spannung zwischen den einzelnen Show-Acts durch Komik unterbrach, Verhaltensweisen seiner Mitmenschen und die Kompliziertheit der Welt durch Übertreibung lächerlich machte. Mittelpunkt dieser Faszination wurde, ganz im Zeichen der Amerika-Euphorie, Charlie Chaplin – der Clown der Moderne, der die Komplexität der Zeit mit naivem Slapstick grotesk erscheinen ließ.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die FEKS in ihrem Schaffen an zwei Bereichen orientiert, die im Absurd-Komischen eine gemeinsame Schnittmenge haben.

Einerseits spielt die Begeisterung für Amerika als Inbegriff der Moderne eine wichtige Rolle im Aufbau eines neuen Blickwinkels auf die Kunst. Dabei sind immer jene Attribute, die als genuin amerikanisch empfunden wurden, von Relevanz: Motorisierung, Schnelligkeit, technischer Fortschritt. Diesen „Schlagworten“ beigefügt ist immer auch das Gefühl der Begeisterung und Euphorie, dass das Alte, Überkommene und Langsame zurückgelassen wird. Der neue Zugang zur Kunst mithilfe des Amerikanismus „sollte gegen die Hypertrophie des russischen Kunstbewusstseins und der intellektuellen Reflexie eingesetzt werden [...]“¹⁷⁴ Der Kult des Fortschritts, der Motorisierung, des Konsums schuf

¹⁷³ Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 60

¹⁷⁴ Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 117

eine Kunst, die als Erneuerung der tradierten intellektuellen Prinzipien von Kunst stehen sollte.

Andererseits lässt die FEKS, bei aller Faszination für die Moderne, Elemente aus der Volkskunst nicht außer Acht. Der Zirkus und die Schlüsselfigur seiner Unterhaltung, der Clown, fungieren im Theater und Film des Kollektivs als zentraler Bestandteil der Dramaturgie. Der Clown hat die Funktion einer Figur, die die Wahrheit in den Mantel des Absurden hüllt und sie so dem lachenden Menschen vor Augen führt.

Zusammengeführt wurden Amerika-Euphorie und Faszination für den Zirkus und den Clown in der Verehrung der Figur des Charlie Chaplin. Chaplin ist der moderne Clown, der sich slapstickartig durch die komplexen Verwirrungen der modernen Welt kämpft, unermüdlich sein Scheitern in Kauf nimmt und damit sein Publikum zum Lachen bringt. Trotz der Begeisterung der FEKS für die Figur des Charlie Chaplin wurde sie nicht blindlings verehrt, sondern aus ihrem - in sich abgeschlossenen - System herausgeholt und durch das Einsetzen in einen völlig anderen und neuen Kontext parodiert bzw. ad absurdum geführt. Aus Charlie Chaplin wird der parodierte Parodierende – ein Prozess, der die Figur mit der Gesamtheit ihrer Handlungen in den Bereich der Groteske stellt. Als Beispiel hierfür sei die FEKS'sche Inszenierung „Die Heirat“ angeführt:

„Die Heirat', in zwei Tagen inszeniert, ist ein herausragendes Phänomen im sowjetischen Theater. Das Programm der FEKSe war realisiert. Und es rief Verwunderung hervor. Die Intrige des Stückes wurde in umgekehrter Reihenfolge erzählt. Sie war eine Art obligatorischen Tributs an den Dreigroschenroman und entwickelte sich doch auf der Peripherie der Aufführung. Die bekannte Fabel der ‚Heirat' – Agatha wählt einen Bräutigam – gestaltet sich so, dass ein amerikanischer Star zwischen drei ‚mechanischen Anwärtern' wählen soll und sich für eine Leinwandfigur entscheidet: Charlie Chaplin. Die beiden Intrigen – die Kriminalintrige und die Heirat – sind lose miteinander verknüpft: Der Bräutigam Charlie wird vom Detektiv ermordet, dem die Nerven durchgehen, weil eine mythische Figur ihn, eine andere mythische Figur, nicht ernst nimmt, und nach den Regeln seines Genres handelt. [...] Die Clowns wollen ihm [sic! Chaplin; Anm.] mit Agatha verkuppeln, denn bei einer Heirat gibt es eine Mitgift, und sie brauchen Geld, um die Relativitätstheorie zu verfilmen. So wurden gleichzeitig die Intrige mit dem Detektiv (Mörder), die Geschichte um eine glückliche Heirat und der vergötterte Chaplin, der hier allerdings eher Assoziationen an den Cesare aus CALIGARI weckte, parodiert.“¹⁷⁵

¹⁷⁵ Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung' der Avantgarde“, S.103

2.3.2 Charlie Chaplin – Volkskunst als Manifestation des Absurden

1913 wurde Charlie Chaplin bei einer Theateraufführung im Empress Theater in Los Angeles von dem Regisseur, Produzenten und mäßig erfolgreichen Schauspieler Mack Sennett entdeckt und sogleich für die Produktionsfirma Keystone unter Vertrag genommen.

Ein Jahr später, im Jänner 1914, stand Chaplin dann das erste Mal für eine Keystone-Produktion, „*Making a Living*“, vor der Kamera. Im selben Jahr wurde noch eine zweite Komödie produziert, „*Kid Auto Race at Venice*“, in der Chaplin anfang, das bald charakteristische Kostüm der Figur des Charlie Chaplin zu entwickeln.

„[...] ein kleinerer Mann mit einem kleinen schwarzen Hütchen, einem Stöckchen, einem Schnurrbärtchen. Er geht, wie noch nie ein Mensch auf dieser Welt zuvor gegangen ist: er watschelt rasch und eifertig auf zwei Füßen, deren Spitzen ganz nach auswärts gedreht sind.“¹⁷⁶

Chaplin war sich seiner Figur und ihrer Verkörperung anfänglich nicht ganz sicher und „er probierte alle Arten von Schnurrbärten aus, er wechselte Hüte und Schuhe und entschloss sich auch nicht sofort, seinen berühmten kleinen Stock als ständiges Requisit zu benutzen“.¹⁷⁷ Nach längerem Zögern und Probieren hat er sich für ein Kostüm entschieden, das die Figur „Charlie“ später dann so unverkennbar machte: der Schnurbart als ein Symbol der Eitelkeit, die verbeulten Hosen und die viel zu großen Schuhe als Sinnbild für die Karikatur des Lächerlichen im Kontrast dazu.

Was den klassischen Clown im Zirkus auszeichnet, war auch eine Eigenschaft Chaplins – die exakte Beobachtung seiner Umwelt und die Fähigkeit das Essenzielle daraus zu nehmen und sich anzueignen, um es einem Publikum mit komischer Übertriebenheit so vorzuführen, dass es sich selbst bis zu einem gewissen Grad wiedererkennt. Die Idee von Charlies Kostüm entstammte einer Vielzahl alltäglicher Beobachtungen Chaplins:

¹⁷⁶ Tucholsky, Kurt. „Der berühmteste Mann der Welt“. In: Kimmich, Dorothee. *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 29

¹⁷⁷ Ebenda S. 47

„[...] einer der Ahnherren Charlies ist der Flaneur der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Spazierstöckchen, Melone und ‚Grazie‘ des Gangs sind weitere Indizien. Sie verleihen dem mittellosen, nach dem ‚Normalgesicht‘ strebenden Tramp einen Schuss Exzentrik. [...] Charlie setzte sich zusammen aus dem Versuch, diesen schiefen, aber klarsichtigen Kleinbürger mit dem aristokratischen Spleen nachzuäffen – und dem Scheitern dieses Versuchs: Darum ist das Stöckchen krumm, seine Melone zu klein, und auch die Grazie bequemt sich zum Watschelgang. Die Verhältnisse sind gegen ihn: der Flaneur muss arbeiten.“¹⁷⁸

Mit dem Kostüm entwickelte sich auch die Figur des Charlie Chaplin auf der Leinwand, die Faszination und Begeisterung unter den Kinobesuchern auslöste. Er symbolisierte eine innere Zerrissenheit, die sich in seiner äußeren Erscheinung manifestierte. Die Unproportionalität seines Kostüms gibt dem maßlosen Verhalten seines immensen, aber immer zum Scheitern verurteilten Anpassungswillen an die moderne Welt Ausdruck. Darin hat das Publikum die Möglichkeit, sich wiederzuerkennen. Diese Möglichkeit ist aber nur in einer entfernten, abstrahierten Art und Weise vorhanden, ohne dass der Zuschauer vor den Kopf gestoßen wird. Charlie Chaplin

„[...] hat keine Heimat und keine Abkunft, kein Woher und kein Wohin, er ist rundherum ganz und gar einzeln, ohne Bedingtheit durch Nahes oder Fernes, er ist nicht geworden, sondern so, mit Stöckchen, zerflossenen Schuhen und unverlierbarem Hut, aus der Hand Gottes gesprungen. Er geht ohne Ziel durch die Zeit, durch den Raum. [...]; dass sie [die Kunstfigur Charlie Chaplin; Anm.] jemals jünger gewesen, ist so unwahrscheinlich, wie dass sie jemals altern könnte“.¹⁷⁹

Chaplin selbst sah diese Vielseitigkeit seiner Figur, die jeden anspricht, sich aber mit niemanden eindeutig identifiziert. Die Kunstfigur Charlie Chaplin konnte alles sein und jeden das auch bis zu einem gewissen Grad glauben lassen. Allerdings nur bis zu dem Punkt, an dem der Schelm in der Figur zum Vorschein kommt und die Illusion mit einer Slapstick-Einlage zerstört und das allzu Ernste mit einem Lachen unterbrochen wird. Seinem Produzenten Mack Sennet erklärte Chaplin seine Rollenkonzeption folgendermaßen:

„You know this fellow is many-sided, a tramp, a gentleman, a poet, a dreamer, a lonely fellow, always hopeful for romance and adventure. He would have you believe he is a scientist, a musician, a duke, a polo-player. However, he is not above picking up cigarette-

¹⁷⁸ Kreimeier, Klaus. „Aufblende“. In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 18 ff.

¹⁷⁹ Polgar, Alfred. „Chaplin“. In: Kimmich, Dorothee. *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 34 ff.

butts or robbing a baby of its candy. And, of course, if the occasion warrants it, he will kick a lady in the rear – but only in extreme anger.“¹⁸⁰

Die Kunstfigur Charlie Chaplin entwickelte sich im Lauf der Jahre weiter, demonstrierte dabei aber immer „das Missverhältnis zwischen dem Vagabunden [...], der ein Mensch ist, und der Welt, die oft unmenschlich ist“¹⁸¹. Neue Charakterzüge und Eigenschaften kamen hinzu, alte wurden nicht mehr verwendet und vergessen. Nach John Kimber entwickelte sich die Figur in drei Schritten bzw. durchlief die Figur drei Reifungsstadien.

Der erste Charlie ist der Prototyp; der anmaßende Aristokrat, der seiner Umgebung in einer herablassenden Art und Weise begegnet.¹⁸²

„His dignity is constantly offended by the vulgarity of the world he is forced to inhabit, which persists in obstructing its demand for attention and service. He is not above a little vulgarity himself, especially when drunk, and will trade insults and indignities with the basest. [...] The comic potential of this character derives from the extremity of his insolence, and from the assaults to which his precarious dignity is subjected. This is the Charlie to whom other people are either convenient objects or tiresome obstacles.“¹⁸³

Dieser Prototyp entstand aus dem Repertoire, das Chaplin aus seinen Auftritten in den music-halls zusammensetzte, in denen er seine Karriere begann. 1907 schloss sich Chaplin der „Karno Pantomime Troup“ an, die ihre Tournen von Großbritannien bis in die Vereinigten Staaten veranstaltete. Die Truppe hatte eine Nummer mit dem Namen *A Night in an English Music Hall* in ihrem Repertoire. In diesem Sketch spielte Chaplin einen eleganten, betrunkenen Gentleman, der permanent eine Vorführung merkwürdiger Akrobaten und falsch singender Musikanten störte.¹⁸⁴ Sehr schnell entwickelte er „[...] a type of character [...]: the rich drunk, too enbriated to be able to say his mind through words“¹⁸⁵. Passend zu dieser Figur und ihren etwas schäbigen Charakterzügen waren auch die Filme, die Keystone mit Chaplin produzierte:

¹⁸⁰ Chaplin, Charlie. *My Autobiography*. New York: Simon and Schuster 1964, S. 146

¹⁸¹ Kracauer Siegfried. „Lichter der Großstadt“. In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 67

¹⁸² Vgl. Kimber, John. *The Art of Charlie Chaplin*. Sheffield: Sheffield Academic Press 2000, S. 38 ff.

¹⁸³ Ebenda S. 38

¹⁸⁴ Vgl. Vigouroux-Frey, Nicole. „Charlie Chaplin or the ‚vaudeville dispossessed‘“. In: Nysenholz, Adolphe (Hg.). *Charly Chaplin: His Reflection in Modern Times*. Berlin: Mouton de Gruyter 1991, S. 72

¹⁸⁵ Ebenda S. 73

„Das Thema aller Keystone-Komödien – im ganzen etwa 900 - war einfach. Alle Schauspieler und Statisten hatten die größtmögliche Verwirrung anzurichten. Das Ziel war ein sich steigerndes Crescendo von Verrücktheit. Die Theorie, die hinter all dem steckte, war die gleiche wie die des Vaudeville: wenn man einen Zirkus, eine Raritätenschau und einige komische Nummern zusammenmixt, dann entsteht eine Keystone-Komödie.“¹⁸⁶

Der zweite Charlie ist ein etwas menschlicherer und freundlicherer Typ, der der Welt unbeschwert und ausgelassen begegnet. Welt und Leben in all ihrer Komplexität sind für ihn wie ein Spiel, das er nicht spielt, um zu gewinnen, sondern an dem er nur aus Freude am Spielen selbst teilnimmt. „His relationships in general are casual, and he is not averse to a friendly punch-up, but he has no dignity to stand on, and at his most aggressive is able to convey that it is really all a game.“¹⁸⁷

Der dritte Charlie ist dem emotionalen Menschen am nächsten. Er ist offen für die gesamte Bandbreite an menschlichen Gefühlen und seinen Handlungen ist ein Gefühl der tragischen Komik immanent. „The development of the third Charlie made possible Chaplin's creation of the comedy of feeling – comedy made out of serious feelings, which employs them for comic ends.“¹⁸⁸ Das Lachen, das Charlie im Publikum erzeugt, hat immer auch einen etwas bitteren Beigeschmack und zeigt, wie nahe Komödie und Tragödie eigentlich beisammenliegen.

Die Bewunderung der FEKS bezog sich nur auf den ersten Typus der Kunstfigur „Charlie Chaplin“. Dies liegt vor allem an der Tatsache, dass viele Chaplin-Filme erst mit relativ großer Verspätung in Russland eintrafen.

„Nur zwei, drei frühe Kurzmetragen liefen schon 1918 in den Kinos (*Between Showers*, *The Camp*), der große Schub kam erst 1922/24 [also ein Jahr nach der Publikation des ‚Manifest des Exzentrismus‘, Anm.], doch es waren ausschließlich die 1914/15 produzierten Slapsticks aus den Keystone- und Essanay-Zeiten: *Cruel, Cruel Love*, *Mabel's Busy Day*, *Carmen*, *Her Friend the Bandit*, *His New Profession* usw.“¹⁸⁹

Somit war der FEKS nur das erste Entwicklungsstadium der Kunstfigur Charlie Chaplins bekannt und dieser war es auch, auf den sie sich in ihrer Kunst und dem

¹⁸⁶ Payne, Robert. *Der große Charlie: Eine Biographie des Clowns*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1979, S. 88

¹⁸⁷ Kimber, John. *The Art of Charlie Chaplin*, S. 38 ff.

¹⁸⁸ Ebenda S. 39

¹⁸⁹ Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 86

dazugehörigen Amerikanismus konzentrierten. Dieser Typus symbolisiert den Clown, der aus der Tradition des Karnevals, Zirkus und der music-hall stammt: Institutionen der Volkskunst, die für die FEKS Vorbilder in der Darbietung ihrer neuen Kunst waren. In der Figur des Charlie Chaplin hatte die FEKS „die gleichzeitig reale und irrealen Personifizierung ihres Amerikanismus gefunden“.¹⁹⁰ In Charlie Chaplin war der Held der Boulevardkunst gefunden, der mit seinem Slapstick perfekt in das Programm der FEKS passte. „Er negierte Autoritäten, indem er Polizisten und gesellschaftliche Würdenträger mit Cremetorten bewarf, oder ihnen Tritte ins Hinterteil versetzte.“¹⁹¹

Durch ihn bekam der Exzentrismus ein filmisches Gesicht. Er machte den Unsinn zum System und unterwarf sich als Kunstwerk dem Gesetz des Kontrastes. Seine Handlungen und sein Verhalten auf der Leinwand lassen die Filme als Grotteske erscheinen, die der Realität einen durch Übertreibung verzerrten Spiegel vorhält:

„Die Grotteske ist die Darstellung des Unmöglichen, daher Unerwarteten. Sie ist die Steigerung des Wahrscheinlichen ins Unwahrscheinliche. [...] Die Darstellung des Unmöglichen zeigt, dass es etwas absolut Unmögliches überhaupt nicht gibt. Denn so wie wir das Unmögliche darstellen können, ist es – wenigstens im Rahmen der Darstellung – vorhanden, also nicht mehr unmöglich. Dadurch rüttelt die Grotteske zunächst am Prinzip des Absoluten und zeigt, dass alle Dinge zueinander in relativem Verhältnis stehen, dass sie dialektisch aufzulösen sind. Die Grotteske ist also eine revolutionäre Darstellungsart. Sie zeigt [...] die Struktur und das Gesicht der Gesellschaft. Was dem bürgerlichen Allerweltsbetrachter eben noch heilig war, wird durch Übertreibung, das Prinzip der Grotteske, entlarvt und, wie man sagt ‚bis aufs Hemd entkleidet‘.“¹⁹²

Kimber hat anhand der Darstellung der Figur Charlie Chaplin seine Anlehnung an die traditionelle Volkskunst der Clownerie verdeutlicht.¹⁹³ Was Chaplin mit der traditionellen Figur des Clowns in Verbindung bringt, sind zwei Eigenschaften: erstens, das Vorhandensein einer gewissen Eigentümlichkeit, die der Figur innewohnt, und zweitens der Drang der Zurschaustellung eben dieser Eigentümlichkeit.¹⁹⁴ Beide Qualitäten, die Eigentümlichkeit sowie der Drang nach Zurschaustellung, bedingen einander, bauen aufeinander auf und das eine

¹⁹⁰ Poliwoda, Bernadette. *FEKS - Fabrik des exzentrischen Schauspielers*, S. 116

¹⁹¹ Ebenda S. 122

¹⁹² Polgar, Gerhart. „Grotesk-Filme“. In: Kreimeier, Klaus. *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 83

¹⁹³ Vgl. Kimber, John. *The Art of Charlie Chaplin*, S. 15 ff.

¹⁹⁴ Kimber verwendet den Begriff „oddity“, der im Folgenden mit „Eigentümlichkeit“ übersetzt wird [Anm.]. Vgl. ebenda S. 15

schließt das andere mit ein. Chaplins Eigentümlichkeit ergibt sich vor allem durch das Kostüm, das er trägt. Ein Kostüm, das, wie schon weiter oben erwähnt, unproportioniert und dadurch sonderbar wirkt. Über die Jahre hindurch ist das Kostüm der Figur gleich geblieben und je mehr es sich von der zeitgenössischen Mode unterschied, desto seltsamer und eigentümlicher wurde es. Mit seinem Kostüm platzierte sich Chaplin immer ein Stück weit außerhalb der Gesellschaft, der er gerne angehören würde. Diese Ausgrenzung ergibt sich vor allem durch die Unproportionalität (eine zu weite Hose, eine zu kurze Jacke, zu große Schuhe), die die Kontinuität seiner Erscheinung wird immer wieder durchbricht:

„Denn [...] es fehlen ihm Schlips und Kragen, [...] er passt überhaupt nicht in diese Welt, auch nicht in die der Armen: die Schuhe, mit denen er auf die Welt gekommen ist, sind ihm zu groß, er ist von Kopf bis Fuß eine Nummer zu klein geraten und findet sich nun zwischen all dem muskulösen Gewerbetreibenden der Schutzmänner, Kellner, Kaufleute und Ganoven nicht zurecht.“¹⁹⁵

Allerdings ist nicht nur sein Kostüm ein wesentlicher Bestandteil dieses Konzepts der Eigentümlichkeit, auch sein Verhalten gegenüber seiner Umwelt ist als ein weiterer Aspekt zu betrachten. Sein eigentümliches Kostüm ermöglicht und verlangt von ihm ein Verhalten, das auch auf eine gewisse Art unproportioniert ist. Sein Verhalten setzt sich aus unangepasster Aktion und Reaktion auf seine Umwelt zusammen und charakterisiert sich durch ein kreatives Umformen und Umgestalten der allgemeinen Realität. Dieses Transformieren der Umwelt hat einen egoistischen Zweck: Es dient der Befriedigung der eigenen Bedürfnisse. Mit diesem leichten Anklang von Egoismus macht er sich die Welt und die Menschen untertan bzw. er bringt sie dazu, die eigenen Wünsche zu erfüllen.

Teil dieser Transformation der Umwelt ist die Zweckentfremdung diverser Gegenstände für Handlungen, die mit diesen Gegenständen in unserer realen Welt auf den ersten Blick nichts zu tun haben.

„Charlie, without betraying any sense of incongruity, will wipe his nose on a doormat, or his eyes on a beard; clean his boots with a toothbrush; [...] practise billiard strokes with a sword on a bunch of onions [...].“¹⁹⁶

¹⁹⁵ Arnheim, Rudolf. „Alte Chaplinfilme“. In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 62

¹⁹⁶ Kimber, John. *The Art of Charlie Chaplin*, S. 19

Chaplin zweckentfremdet die Dinge und macht sie sich zu eigen und damit zum Untertan. Ein Aspekt, den Béla Balász in seinem Aufsatz *Chaplin, der amerikanische Schildbürger* als Zuordnungskriterium der Figur Charlie Chaplin zur Volkskunst festhält:

„Chaplins Kunst ist Volkskunst im besten Sinne alter Volksmärchen. [...] Er spielt die naive Komik der unmittelbaren, primitiven Lebensmomente. Denn seine Feinde sind die Dinge. Er hat es immer mit den gewöhnlichsten Gebrauchsgegenständen der Zivilisation zu tun. Die Türe und die Treppe, der Sessel und der Teller und überhaupt alle Werkzeuge des Alltags werden ihm zu schwierigen Problemen. [...] Der unpraktische Chaplin der modernen amerikanischen Volkspoesie ist eben der amerikanische Schildbürger.“¹⁹⁷

Auch André Bazin bemerkt in seinem Aufsatz *Eine Einführung in die Symbolik von Charlot* Chaplins außergewöhnlichen Umgang mit Dingen und Gegenständen und den damit verbundenen Sinn für Komik.

„Die Dinge unserer Welt sind Werkzeuge, Arbeitsmittel, die einen mehr, die anderen weniger gut funktionierend, alle aber für einen besonderen Zweck geschaffen. Charlie jedoch dienen sie nicht in gleicher Weise wie uns. So wie die menschliche Gesellschaft ihn niemals akzeptiert, nicht einmal provisorisch, es sei denn aus Missverständnis, so verhält sich Charlie jedes Mal, wenn er ein Ding seiner Zweckbestimmung entsprechend – das heißt, innerhalb unseres gesellschaftlichen Rahmens – zu benutzen versucht, ausgesprochen ungeschickt (besonders bei Tisch), oder die Dinge wehren sich gegen das Benutztwerden, fast als täten sie das mit Absicht.“¹⁹⁸

In diesem Zusammenhang der Positionierung Chaplins in der Volkskunst der Clownerie ist Michail Bachtin und seine Konzeption der Lachkultur¹⁹⁹ zu erwähnen. Aus Bachtins Überlegungen und Ausführungen heraus lässt sich die Faszination Chaplins auf die FEKS erklären. Bachtin²⁰⁰ wird hier angeführt, da seine Theorien es ermöglichen, ein genuin russisches Element in die Interpretation des Amerikanischen im sowjetischen Kulturraum einzufügen.

Charlie Chaplin baut in seiner Darstellung unserer Realität seine eigene Sicht der Welt ein und lässt sein Publikum über das Absurde, das durch die Verschmelzung der dargestellten und der wirklichen Welt zu Stande kommt, lachen. Durch das Lachen wird eine zweite Realität erschaffen, die sich jenseits

¹⁹⁷ Balász, Béla. „Chaplin, der amerikanische Schildbürger“. In: Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2001, S. 105

¹⁹⁸ Bazin, André. „Eine Einführung in die Symbolik von Charlot“. In: Kimmich, Dorothee (Hg.). *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 185

¹⁹⁹ Vgl. Bachtin, Michail. „Grundzüge der Lachkultur“. In: Bachtin, Michail. *Literatur und Karneval: Zur Romantheorie und Lachkultur*. München: Carl Hanser 1969, S. 32 ff., sowie Bachtin, Michail. *Rabelais und seine Welt: Volkskultur als Gegenkultur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1995, S. 60 ff.

²⁰⁰ Gelesen von der Verfasserin dieser Arbeit in der Interpretation des DDR-Kultur- und Theaterwissenschaftlers Joachim Fiebach

allen Offiziellen konstruiert und die von Bachtin als „verkehrte Welt“²⁰¹ bezeichnet wird. Kennzeichnend für die „verkehrte Welt“ ist die Parodie, in der alles komisch ist und die „in der Verneinung ihren Gegenstand wieder erstehen“²⁰² lässt. Die Parodie enthält immer eine zweite Wahrheit der Realität, die meist als konterkarikierende Darstellung der „verkehrten Welt“ zum Ausdruck kommt.

Das Lachen, das Charlie Chaplin im Publikum hervorruft, ist mit dem „Karnevalslachen“²⁰³, welches Bachtin beschreibt, ident. Es ist ein universales Lachen, das „[...] auf alles und alle [...] gerichtet [ist; Anm.], die Welt erscheint komisch, wird in ihren lächerlichen Aspekten wahrgenommen und begriffen, in all ihrer heiteren Relativität“.²⁰⁴ Neben dem universalen Charakter beinhaltet das Lachen auch ein ambivalentes Moment: einerseits die dargestellte Realität so real wie die eigentliche Welt draußen vor dem Kinosaal, andererseits die absurde Darstellung, dass das Lachen die Welt gleichzeitig bejubelt und verspottet, negiert und bestätigt. Die Welt, in der Charlie Chaplin der Hauptakteur ist, ähnelt der eigentlichen Realität, doch durch ihn, den Narren, und seine Handlungen, mit denen er Normen, Konventionen und Regeln außer Kraft setzt, wird sie komisch, absurd und grotesk. Das Lachen bedeutet einen Sieg über die Furcht. „Indem es [das Lachen; Anm.] diese Furcht besiegt, hellte das Lachen das menschliche Bewusstsein auf, öffnete ihm die Welt auf eine neue Weise. [...] Alles Bedrohliche wird ins Komische gekehrt.“²⁰⁵

Die moderne Welt, mit ihren neuen Erfindungen und Errungenschaften und, im Fall der Sowjetunion, mit ihren Revolutionen und neuen Gesellschaftsformen war etwas, das den Menschen durchaus in Furcht versetzen konnte. Aber „das Lachen legt im Gegensatz dazu nahe, dass Angst überwindbar ist. Es erfindet keine Einschränkungen und Verbote, Macht, Zwang und Autorität sprechen niemals seine Sprache“.²⁰⁶ Obwohl die Figur Charlie Chaplin an sich viel zu fürchten hätte, sei es nun den Tod im Schnee von Alaska, die Prügel von einem doppelt so großen und schweren Gegner oder die Gefahr des Verhungerns – alles

²⁰¹ Bachtin, Michail. *Rabelais und seine Welt*, S. 60

²⁰² Ebenda

²⁰³ Ebenda

²⁰⁴ Ebenda

²⁰⁵ Bachtin, Michail. „Grundzüge der Lachkultur“, S. 35 ff.

²⁰⁶ Bachtin, Michail. *Rabelais und seine Welt*, S. 140

Gefahren der realen Welt, entzieht sich die Figur immer wieder den Konsequenzen vermeintlich realer Probleme.

„Durch den kostbaren, restlos in der Realität verkochten Zusatz von Irrealität werden Chaplin-Figuren unserem Hirn und Herzen schmackhaft. Sie sind, in verhatschten Schuhen, gleichsam immer eine Spanne über der Erde, hierdurch weniger standfest, aber hierdurch auch besser fliegebereit als alle anderen. [...] Die Komik des Einfalls zum Beispiel, dass er, vom Hunger geplagt, seinen lächerlichen Schuh kocht und frisst, steckt durchaus in des Einfalls clownhafter Abseitigkeit. Dass der Hungrige dann, wenn er beim Essen zu den Schuhnägeln kommt, diese wie Knochen sorgsam abnagt, ist schon Witz von ganz anderer, um eine Schraubenwindung höherer Art (Logik des Absurden).“²⁰⁷

Neben diesem Besiegen der Furcht beinhaltet das Lachen auch immer einen versöhnlichen Aspekt, der den Lachenden mit der äußeren Welt wieder in Einklang bringt. Nach T. K. Fodor und seiner marxistischen Deutung der grotesken Kunst Charlie Chaplins ist

„[...] die Grotteske Chaplins ein Hohn auf das Bildungsideal der Wallstreet. In das Leben des Arbeiters brachte sie etwas Licht. Licht und Freude. Ein Lachen, das nicht mit dem Leben versöhnt. Das, wenn verklungen, ätzende Spuren des Zweifels hinterlässt. Chaplins Grotteske ist in ihrem Wesen tragisch und sozial. Sie weist keine Auswege. Sie zeigt keine Perspektiven. Sie zerreißt die Bilderbuch-Vorstellung vom Leben, die in der Wallstreet fabriziert und dem American man injiziert wird.“²⁰⁸

Insgesamt lässt sich also festhalten, dass die Kunstfigur Charlie Chaplin perfekt in die Anforderungen einer neuen Kunst im Rahmen des FEKS'schen Exzentrismus passte. Er verkörperte, vor allem auch durch seine berufliche Herkunft, welche im Varieté zu suchen und finden ist, „das Leben als Trick“²⁰⁹. In ihm manifestierte sich das spielerische Element bestehend aus Zirkustricks und Varieténummern, in denen kein Platz für den tiefgründigen Ernst der Realität ist. Wenn der Ernst doch Einzug in die Handlung hält, dann nur, um in seiner eigenen Ernsthaftigkeit parodiert und so ad absurdum geführt zu werden. Durch seinen spielerischen und fantasievollen Umgang mit der eigentlichen Realität lässt Chaplin ein Prinzip der Leichtigkeit entstehen, das von den Mitgliedern der FEKS als genuine Ausformung von Boulevardkunst – und somit auch der amerikanischen Kultur – gesehen wurde. Der Unsinn mit System, der vor allem den frühen Keystone-Produktionen immanent ist, findet in Chaplin die körperliche Repräsentation. Nicht nur in seinen

²⁰⁷ Polgar, Alfred. „Chaplin“. In: Kimmich, Dorothee (Hg.). *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 36

²⁰⁸ Fodor, T. K. „Soziologie der Grotteske“. In: Kreimeier, Klaus. *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 90

²⁰⁹ Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“, S. 97

kontraproduktiven Handlungen manifestiert sich augenzwinkernd der Ernst der uns umgebenden Welt. Seine äußere Erscheinung, sein Kostüm, das ihm als Maske dient, verdichtet den Eindruck des Absurden.

Ein weiterer wichtiger Punkt bezüglich der Faszination der FEKS an der Figur Charlie Chaplin ist seine Verbindung zur „niedrigen Kunst“ und die damit einhergehende Entfernung zur „hohen Kunst“, die immer auch von elitärem Charakter ist. Infolgedessen lässt sich festhalten, dass Chaplin ein Vertreter der Volkskultur ist. Er bringt in seiner Darstellung karnevaleske Elemente auf die Leinwand und durch das Lachen, welches er als Clown und Narr produziert, lässt er eine zweite, „verkehrte Welt“ entstehen. Diese „verkehrte Welt“ im Lachen und auf der Leinwand steht im Kontrast zu der offiziellen, durch Regeln und Normen geeichten Welt außerhalb des Kinosaals. Das Lachen, ausgelöst von Chaplins absurd-komischem Umgang mit der Welt auf der Leinwand, hat befreienden Charakter und dient als Ventil für Ängste und Aggressionen, die die Realität hervorzurufen vermag. In Anlehnung an Bachtin und seine Theorie der Lachkultur personifizieren sich somit in Chaplin der Karneval und die Parodie mit ihrer katharsischen Funktion.

Als zusätzliches Merkmal der Verbundenheit Chaplins mit der Lachkultur ist anzuführen, dass sich die Filme und die Art und Weise der Darstellung der Realität am amerikanischen Boulevard, insbesondere der Reklame, orientieren. In Chaplins Filmen reiht sich Handlung an Handlung, Kremetorten fliegen durch die Luft und Tritte in den Hintern werden am laufenden Band ausgeteilt. Jede Aktion wird an die vorherige angereiht, wodurch die Filme einen revueartigen Charakter bekommen und in ihrer überspitzten und irrealen Darstellung der Wirklichkeit stark an die Reklame erinnern. Rekapituliert man schließlich in diesem Zusammenhang noch einmal das „Manifest des Exzentrismus“ der FEKS mit seiner Anforderung, in der Erschaffung der neuen Kunst die Prinzipien der amerikanischen Werbung zu nutzen²¹⁰, wird die FEKS'sche Faszination an Charlie Chaplin verständlich und nachvollziehbar.

²¹⁰ Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“, S. 59

3 ZUM BEGRIFF DES „AMERIKANISMUS“

Der Amerikanismus ist ein Begriff, der ein sehr breit gefächertes Spektrum an Phänomenen zusammenzufassen versucht. Es gibt in der Literatur keine eindeutige Definition dieses Begriffes, sondern der Amerikanismus findet seine Bedeutung in einem Sammelsurium an Zuschreibungen, Umschreibungen und Aufzählungen diverser Charakteristika sowie Ausprägungen.

„Amerikanismus ist das neue europäische Schlagwort. Es geht ihm wie den meisten Schlagworten: je mehr man sie gebraucht, desto weniger weiß man, was sie bedeuten. Sicher ist, dass hier der Bedeutungsbereich ungeheuer groß ist, dass er über einzelne kleine Erscheinungen weit hinausreicht, dass er den Grundcharakter unseres Zeitalters betrifft. Es besteht also die merkwürdige Situation, dass wir zur Bezeichnung des recht radikalen Wandels unserer äußeren und inneren Lebensformen in den letzten Jahrzehnten keinen anderen Ausdruck haben als den Namen des fremden Erdteils, der uns bisher nicht nur in geographischer Beziehung unendlich fern zu sein schien.“²¹¹

Wie Kayser bemerkt, ist der Amerikanismus ein Phänomen, dessen Ursprung sich zeitlich mit dem Ende des Ersten Weltkrieges und dem Aufstieg der Vereinigten Staaten zu einer führenden Wirtschaftsmacht festmachen lässt. Der Anfang bzw. der Ursprung des europäischen Amerikanismus ist fest mit wirtschaftlichen Komponenten verbunden, die sich aus der historischen Situation heraus ergaben.

Der Erste Weltkrieg hinterließ ein riesiges wirtschaftliches Vakuum in Europa. Vor allem die Verlierernation Deutschland war davon massiv betroffen. Europa musste die von der Monarchie gezeichneten Ländergrenzen neu ziehen und dabei versuchen, ein eigenes, jeweils länderspezifisches nationales Bewusstsein innerhalb eines demokratischen Rahmens aufzubauen. Diesen Zustand des wirtschaftlichen Stillstandes nutzten die Vereinigten Staaten, um sich am Weltwirtschaftsmarkt eine Vormachtsstellung zu erkämpfen. Deutschland war unterdessen mit dem Wiederaufbau des Landes und der Grundversorgung seiner Bevölkerung beschäftigt und konnte daher nicht als ernsthafter Konkurrent am globalen Markt auftreten. In der Sowjetunion war der Zar gestürzt worden und mit der Machtergreifung der Bolschewiki unter der Führung Lenins wollte man den Bauernstaat in eine zentralistisch regierte Industrienation verwandeln. Die

²¹¹ Kayser, Rudolf. „Amerikanismus“. In: *Vossische Zeitung* Nr. 458 (27. 09. 1925) zitiert nach: Kaes, Anton. *Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918-1933*. Stuttgart: Metzler 1983, S. 265

Wirtschaft lag auch in der Sowjetunion nach den massiven politischen wie gesellschaftlichen Umwälzungen brach, während die Vereinigten Staaten einen wirtschaftlichen Aufschwung erlebten, von dem alle Bevölkerungsschichten des Landes profitierten bzw. an dem sie auch alle teilhatten.

Der amerikanische Wirtschaftsaufschwung wurde vor allem von neuen technologischen Systemen und die Anpassung der Betriebsführung an jene getragen. Henry Ford und Frederick Winslow Taylor waren beide federführend an der Entwicklung solcher Systeme beteiligt, die sich am Funktionsprinzip der Maschine orientierten. Die Industrie wurde immer mehr maschinisiert und so sollte auch die menschliche Leistung in der Industrie nach den Kriterien einer Maschine funktionieren. Der Einsatz von Maschinen in der Industrie ermöglichte eine Produktion in noch nie da gewesenem Ausmaß, d. h. niedrige Produktionskosten und dadurch eine gesteigerte Produktivität, die in der Massenproduktion und damit verbunden in eine neue kapitalistische Utopie mündete. Diese neue kapitalistische Utopie definiert sich über den gemäßigten Wohlstand der Massen, der durch Massenproduktion am Fließband möglich wurde. Wohlstand war nun für jedermann bis zu einem gewissen Grad erreichbar. Damit hatte der Kapitalismus eine nivellierende Funktion innerhalb der Gesellschaft angenommen. Mit der Homogenisierung der Gesellschaft auf einer wirtschaftlichen Ebene war auch die Basis der kulturellen Nivellierung geschaffen, die durch die Kulturtechniken der Massenproduktion, wie Radio und Kino, ihre Weiterführung im Leben der Menschen außerhalb der Fabrik fand.

Grundsätzlich lässt sich also festhalten, dass der europäische Amerikanismus seinen Ausgangspunkt in der Wirtschaft hat. Die Amerika-Begeisterung ist somit eine Folge des wirtschaftlichen Aufschwungs der Vereinigten Staaten, der ein Ergebnis der neuen standardisierten Produktionsmethoden war. Die Amerikaner nutzten diese Vormachtstellung in der Weltwirtschaft, indem sie den Verlierernationen des Ersten Weltkrieges, insbesondere Deutschland, finanziell unter die Arme griffen. Mithilfe des Dawes-Plans war es der Weimarer Republik möglich, sich wirtschaftlich zu erholen. Durch diese monetäre Zuwendung fanden

die Amerikaner Zugang zum deutschen Markt und die Weimarer Republik wurde bis zu einem gewissen Grad von den Vereinigten Staaten abhängig²¹².

Aus dieser historisch-ökonomischen Situation lassen sich für die Weimarer Republik zwei Ausformungen des Amerikanismus definieren, die im Grunde genommen immer mit diesem konstitutiven wirtschaftlichen Aspekt der amerikanischen Führungsposition am globalen Markt in Verbindung gebracht werden müssen:

Erstens: der kulturelle Amerikanismus, der seine Wirkung vor allem in den Großstädten entfaltete. Anhand des Beispiels Berlin wurde in der vorliegenden Arbeit versucht, die Charakteristika dieser kulturellen Ausformung des Amerikanismus darzulegen. Die Stadt an sich wurde zur Manifestation abstrakter Begriffe wie Kapitalismus und Konsum. In ihr akkumulierten sich Arbeiter und Angestellte, die nach dem Ersten Weltkrieg ihre gegenüber den Arbeitern privilegierte soziale und wirtschaftliche Stellung verloren hatten. Deren Tage strukturierten sich durch die Einteilung in Arbeitszeit und Freizeit. Die Arbeitszeit war dank Taylor und Ford von Maschinen und Automatisierungsprozessen gekennzeichnet, die wenig Platz für eine persönliche Entscheidung über den Einsatz von physischen und mentalen Fähigkeiten ließen. Der Arbeitsalltag wurde monotonisiert und diejenigen, die diese Monotonie tageslang erlebten, suchten Zerstreuung in ihrer Freizeit. Sie fanden die Ablenkung in der Möglichkeit des Eskapismus, die das Kino und sein Film zu bieten hatte. Filme aus Hollywood fanden großen Anklang, denn „amerikanische Filme wirken so befreiend und beglückend, weil sie völlig ablenken von allem, was uns tagsüber und traumhindurch bewegt, weil sie mit der Wirklichkeit, die uns pausenlos peinigt, den tollsten Schabernack treiben“.²¹³ Dem Film, und hier vor allem dem amerikanischen Film, der mit großem Erfolg auf deutschen Leinwänden lief, wurde eine kompensatorische Funktion zugeschrieben, die sich im Besuch eines Filmpalastes äußerte. Die Filmpaläste waren eine amerikanische Erfindung. Sie sollten Orte sein, an denen Begriffe wie Kosmopolitismus, Exotik und Konsum

²¹² Eine Abhängigkeit, die sich während der Weltwirtschaftskrise 1929 als fatal erweisen sollte

²¹³ Pinthus, Klaus. „Der amerikanische Film“. In: *Das Dreieck* Heft 1 (September 1924), S. 26-27
zitiert nach: Kaes, Anton. *Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918-1933*. Stuttgart: Metzler 1983, S. 243

zusammenfanden und sich in einem opulenten Ambiente manifestieren konnten. Diese Filmpaläste lockten nicht nur die Zerstreuung suchenden Arbeiter und Angestellten in ihre Räumlichkeiten, sondern auch, angereizt durch die elegante von Kinofilmen inspirierte Atmosphäre, die gehobene Mittelschicht. Jeder konnte, egal welcher Gesellschaftsschicht zugehörig, mit derselben Behandlung rechnen, und im cineastischen Konsum fand die kulturelle Nivellierung der Gesellschaft ihre genuinste Ausformung.

Zweitens: der wirtschaftliche Amerikanismus, der in dieser Arbeit im Rahmen der Filmindustrie thematisiert wird. Die deutsche Filmindustrie erkannte schnell das Gewinn bringende und kinofüllende Potenzial amerikanischer Filme. Schon kurz nach der Gründung der Ufa, die die Filmproduktionen in Deutschland unter einem Dach zusammenführen und somit überwachbar machen sollte, war klar, dass amerikanische Filme für ein gewinnorientiertes Funktionieren der nationalen Filmbranche unentbehrlich waren. Dem grenzenlosen Import von amerikanischen Filmen stand das generelle Einfuhrverbot von ausländischen Filmen, welches noch aus der Kriegszeit stammte, im Weg. Neben dem nationalen Interesse, amerikanische Produktionen Gewinn bringend dem deutschen Publikum zu präsentieren, sah auch Hollywood bald das Potenzial, das in dem deutschen Filmmarkt steckte. Die Weimarer Republik war inflationsmäßig bedingt prädestiniert für günstige Produktionsmöglichkeiten, und die Größe des Marktes war für einen Gewinn bringenden Absatz der filmischen Produkte geradezu ideal. Um auf dem deutschen Markt Fuß fassen zu können, musste allerdings das noch immer bestehende Einfuhrverbot umgangen werden. Die amerikanische Filmindustrie versuchte das zunächst durch die Gründung einer deutsch-amerikanischen Filmgesellschaft, der EFA. Obwohl die EFA nicht lange existierte und nur wenige Filme produzierte, reichte ihr Eingreifen auf dem deutschen Markt aus, um die Ufa in eine finanzielle Krise schlittern zu lassen, die nur mit einer Fusion mit Decla-Bioscop abgewandt werden konnte. Mit diesem Zusammenschluss fusionierten die beiden größten deutschen Filmkonzerne und in der Führungsetage machte man sich daran, die Ufa als Gegenstück zu Hollywood am internationalen Markt zu positionieren.

1924 wurde dann vom Staat eine Währungsreform eingeleitet. Mit dieser Reform war eine neuerliche finanzielle Krise der Ufa vorprogrammiert, die sich Hollywood zu Nutze machte und sich damit an die Spitze des deutschen Filmmarkts katapultierte. Auch ein von der Regierung verabschiedetes Gesetz, welches sich mit einer Quote bezüglich des Imports ausländischer Filme befasste, konnte Hollywood nicht mehr von der Vormachtsstellung am deutschen Filmmarkt verdrängen.

Die Ufa versuchte noch mit aufwändigen Monumentalproduktionen zu retten, was zu retten war, musste jedoch bald erkennen, dass diese Produktionen mehr Geld verschlangen, als sie einbrachten. Ein Jahr nach der Währungsreform stand die Ufa vor einem erneuten wirtschaftlichen Desaster, das auch von ihrem Hauptinvestor, der Deutschen Bank, nicht mehr verhindert werden konnte. Als Retter aus dieser finanziellen Notlage sprangen die „major players“ der amerikanischen Filmindustrie, Paramount, Famous Player Lasky und Metro-Goldwyn, ein. Die Ufa wurde durch diesen Vertragsabschluss finanziell aus den größten Schwierigkeiten gerettet, hatte sich jedoch vertraglich gebunden, pro Jahr 40 amerikanische Filme von Metro und Paramount zu verleihen. Mitspracherecht bezüglich der Auswahl hatte die Ufa keines. Mit dieser deutsch-amerikanischen Fusion war es Hollywood endgültig gelungen, am deutschen Markt die Hegemonie zu erreichen und bis zur Weltwirtschaftskrise 1929 zu halten.

Während sich in der Weimarer Republik der Amerikanismus in einer kulturellen und einer wirtschaftlichen Form äußerte, welche beide auf dem Fundament der amerikanischen Vormachtstellung auf dem globalen Wirtschaftsmarkt basieren, gestaltete sich der Amerikanismus des sowjetischen Films auf eine andere Art und Weise. In der vorliegenden Arbeit wurde der Amerikanismus des sowjetischen Films anhand des Filmkollektivs FEKS, Fabrik des Exzentrischen Schauspielers, untersucht. Dieser Amerikanismus lässt sich als ein ästhetischer klassifizieren, der sich von der wirtschaftlichen Basis des deutschen Amerikanismus distanziert und auf anderer Ebene, nämlich jener der auf der Leinwand repräsentierten Ästhetik, wirkt.

Die FEKS, die in ihrem Schaffen einen neuen Zugang zur Kunst realisieren wollte, der nicht aus den intellektuell elitär-tradierten Prinzipien entspringt, baute diesen auf zwei einander gegenüberstehenden Aspekten auf, die in der Amerika-Begeisterung ihre gemeinsame Basis fanden.

Grundlegend muss hier zunächst festgehalten werden, dass die FEKS in ihrem Schaffen eines neuen Zugangs zur Kunst nicht mehr von der seit der Antike bestehenden klassischen Kunsttradition ausging, die im Überdauern der Zeiten eine allgemeine Gültigkeit anstrebt. Nach Ansicht der FEKS konnte die traditionelle Ausführung von Kunst den Ansprüchen der Moderne nicht mehr genügen. Es ging nicht mehr darum, auf der Bühne ein Bild der Realität zu zeigen, um damit dann einen Denkprozess anzuregen. Es ging vielmehr darum, das Leben in seiner Gegenwärtigkeit darzustellen und damit ein Lebensgefühl zu vermitteln. Mit der Moderne und dem damit einhergehenden Fortschritt wurde das Leben immer schneller und änderte sich permanent. Die einzige Konstante, die das Leben bot, war der Moment - und ihn galt es auf die Bühne zu bringen. Der Weg dazu führt nach Ansicht der FEKS über das Konzept, das Leben als Trick wahrzunehmen. Diese Wahrnehmung bringt den Betrachter in einen Zustand absoluter Gegenwärtigkeit. Das Leben im Moment und als Trick bedeutet die Ernsthaftigkeit und Bedingungslosigkeit des Lebens, die sich nur im Jetzt finden lassen, zu deklarieren, aber lässt dem Trick die Möglichkeit, offen diese Ernsthaftigkeit ins Spielerische abgleiten zu lassen. Der spielerische Aspekt konstituiert sich aus Elementen des Zirkus, des Varietés und des Karnevals – Ausformungen der Volkskunst. Dieser spielerische Aspekt beinhaltet immer auch das Element der Ablenkung und Unterhaltung, das sich durch Gegenwärtigkeit auszeichnet und als Boulevardisierung bezeichnet wird. Die FEKS boulevardisierte Phänomene der amerikanischen „Roaring Twenties“-Massenkultur und mit ihnen die Symbole dafür (z. B. Fordismus - Auto, Konsum - Reklame). Jene Phänomene und Symbole wurden aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang genommen und in einen neuen Kontext gesetzt. Dieser Akt des Exzentrierens der Symbole ist ein Akt des Parodierens, der sie in die Nähe des Absurd-Grotesken setzt.

In der künstlerischen Arbeit der FEKS lassen sich somit zwei Positionen festhalten. Einerseits die Begeisterung für die USA und allen Attributen, die damit verbunden waren, wie Fordismus, technischer Fortschritt, Konsum und Unterhaltungskultur. Diese Amerika-Euphorie äußerte sich über die Boulevardisierung der Symbole der Moderne und des damit einhergehenden Exzentrismus. Andererseits spielten Elemente der Volkskunst in der Realisierung der FEKS'schen Kunst eine wichtige Rolle. Hier hervorzuheben ist besonders der Zirkus und in diesem Zusammenhang auch der Clown, der durch Übertreibung und das eigene komische Scheitern an der Welt eben diese enttarnt und lächerlich macht.

Als verbindendes Element zwischen diesen beiden Positionen steht der moderne Clown Charlie Chaplin. In dieser Figur findet die FEKS die Personifizierung der Amerika-Begeisterung zum einen und eine Vertretung der Volkskunst, als Gegenstück zur elitären Hochkultur, zum anderen. Die Faszination für die FEKS lag unter anderem in dem amerikanischen Phänomen des Slapsticks, das von den frühen Charlie-Chaplin-Filmen der Keystone-Produktion bedient wurde. Charlie Chaplin, der in und an sich eine Ambivalenz repräsentierte, war ein Charakter, der die Widersprüche der Moderne und den Menschen, der mit jenen zu kämpfen hatte, auf der Leinwand zeigte. Der Versuch der Figur, der Gesellschaft anzugehören, sich in sie zu integrieren, wird durch sie selbst ins Absurde geführt und lässt so die Unmöglichkeit des Versuches deutlich werden. Dies rückt die Gestalt des Charlie Chaplin auf der Leinwand in die Nähe des Grotesken. Diese Nähe zum Grotesken ist auch gleichzeitig eine Nähe zur Volkskunst, die ja von der FEKS gesucht wurde. Die Figur des Charlie Chaplin entstand aus einem Repertoire an Auftritten Chaplins in music-halls und repräsentierte in ihrer Erscheinung und Rezeption die neue Volkskunst. Gerade die ersten Filme von Charlie Chaplin, die von Keystone produziert wurden, entsprechen diesem Prinzip. Die Handlungen in diesen Filmen bestehen aus wilden Verfolgungsjagden und Kremetortenschlachten, die einander nach dem Nummernprinzip im Zirkus folgen. Charlie Chaplin verwirklichte „Das Leben als Trick“ ganz nach dem FEKS'schen Prinzip. In seinen filmischen Handlungen realisierte er die FEKS'schen Forderung nach Begeisterung und (freudiger) Erregung, die die neue von der FEKS

geforderte Kunst definierte. Chaplin entsprach somit in der Darstellung und Ausführung seiner Kunst, die ja ihre Ursprünge im Varieté und im Zirkus hatte, der modernen (amerikanischen) Realisierung von Volkskunst, der sich die FEKS in ihrem Schaffen verschrieben hatte. Abschließend lässt sich festhalten, dass der Amerikanismus der FEKS durch die Verehrung Chaplins seine Basis im Boulevard - der modernen Volkskunst für die Massen - findet.

4 NACHBEMERKUNG

Die vorliegende Arbeit hatte ihren Ausgangspunkt im Seminar „Transfers der Avantgarde“, geleitet von Prof. Dr. Klemens Gruber. Im Zuge dieses Seminars, den damit verbundenen Recherchen und den begrenzten Möglichkeiten einer Seminararbeit, war rasch klar, dass die Ausarbeitung der Thematik des Amerikanismus in den 20er-Jahren den Raum und Umfang einer Diplomarbeit benötigen würde.

Heute, eineinhalb Jahre später, ist der Weg, den diese Arbeit genommen hat, schwieriger nachzuzeichnen, als ich das zu Beginn der Forschungen angenommen hatte. Dennoch möchte ich kurz versuchen, die Reise mit all ihren Irrwegen bis zur Fertigstellung dieser Arbeit in der vorliegenden Form zu beschreiben.

Ein Hauptanliegen von mir war es, dem Schlagwort Amerikanismus eine Zuschreibung bzw. eine Definition zu geben. Schon vor zwei Jahren während des Seminars gestaltete es sich meines Erachtens schwierig, mit dem Begriff des Amerikanismus zu arbeiten, ohne eine genaue Vorstellung zu haben, was sich phänomenologisch damit verbindet. Im Verlauf der Recherchen wurde schnell evident, dass sich das Phänomen des Amerikanismus nicht so einfach klassifizieren lässt, sondern dass es verschiedenste Ausformungen gibt. Im Laufe der Forschungen ließ sich jedoch erkennen, dass sich der Amerikanismus der 20er-Jahre aus der spezifischen historischen Situation und den damit verbundenen ökonomischen und kulturellen Bedingungen ergab.

Mit dem Fokus der Arbeit auf die Weimarer Republik und die sowjetische Filmavantgarde entstand der dreigliedrige Aufbau, der den Amerikanismus auf kultureller, wirtschaftlicher und ästhetischer Ebene definiert bzw. erklärt.

Ausgangspunkt der Arbeit war eine grundlegende Darstellung der historischen, wirtschaftlichen und kulturellen Umstände der speziellen Situation Amerikas in den 20er-Jahren. Die Besonderheit der Situation lag vor allem an dem wirtschaftlichen Höhenflug, den die USA nach Ende des Ersten Weltkriegs hatte. Im Zuge der Recherchen kristallisierte sich heraus, dass die wirtschaftliche Hegemonie der

Vereinigten Staaten und die katastrophale finanzielle Lage des europäischen Kontinents als Nährboden für den Amerikanismus dienten. Amerika und seine florierende Wirtschaft wurden als Vorbild empfunden. Ob diese These auch bei einer Erforschung über die Dekade der 20er-Jahre hinaus haltbar bleibt, müssen weitere Arbeiten auf dem Gebiet zeigen.

Die Recherche und die Ausarbeitung der unterschiedlichen Ausprägungen des Amerikanismus waren von einem ständigen Auf und Ab gekennzeichnet. Während es die Weimarer Republik betreffend Literatur en masse gab, sodass ich auch immer wieder auf unterschiedliche Angaben stieß - dies betraf vor allem das Zahlenmaterial -, gestaltete sich die Situation bezüglich der sowjetischen Filmavantgarde konträr dazu. Als größte Schwierigkeit stellte sich meine fehlende Kenntnis der russischen Sprache heraus, die einen Zugang zu manchen, sicher hilfreichen Primärquellen verwehrte. Vor allem bezüglich der FEKS war ich auf die deutschen Texte bzw. Bücher von Oksana Bulgakowa angewiesen, die sicher richtungsweisend waren, allerdings der Forschung auch eine gewisse Einseitigkeit verliehen. Ein weiterer Punkt, der das Verfassen dieser Arbeit erschwerte, war die Tatsache, dass beinahe alle Filme der FEKS verschollen oder für immer verloren sind. Somit konnte ich den eigentlichen Kern der Arbeit der FEKS nicht direkt für mich selbst erschließen und musste mich an die recht spärlich gesäte Sekundärliteratur halten.

Der begrenzte Umfang der Arbeit sowie die - zum Teil - schwierige Situation der Verfügbarkeit von relevanter Literatur haben mir während der Forschungen immer wieder Grenzen aufgezeigt und oft war es mir nicht möglich, Zusammenhänge in ihrer Komplexität vollständig darzustellen.

Vielleicht bleiben die großen Erkenntnisse dieser Arbeit aus, trotzdem hoffe ich, dass es mir gelungen ist, den Begriff des Amerikanismus für die 20er-Jahre in der Weimarer Republik und der sowjetischen Filmavantgarde phänomenologisch zu klassifizieren und zusammenzufassen.

5 DANKSAGUNG

Am Ende dieser Arbeit angekommen möchte ich mich noch kurz, aber von ganzem Herzen, bedanken:

Bei meinen Eltern, die mich mit den richtigen Worten zur richtigen Zeit nicht nur während des Verfassens dieser Arbeit maßgeblich unterstützt haben, sondern auch während des Studiums mit ihrer Liebe immer hinter mir gestanden sind.

Bei Andreas für die Schulter zum Anlehnen und die ruhigen Momente in turbulenten Zeiten.

Bei meinen Freunden, allen voran Maria, die es in schwierigen Situationen immer wieder geschafft hat mich zum Weitermachen anzuspornen, den Horizont zu sehen und dabei das Lachen nicht zu vergessen.

Bei meinem Diplomarbeitsbetreuer Prof. Dr. Klemens Gruber für den Impuls sich nicht mit dem Erstbesten zufrieden zu geben und meinen Ehrgeiz zu wecken.

6 BIBLIOGRAFIE

- Arnheim, Rudolf. „Alte Chaplinfilme“ In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 61–64
- Bachtin, Michail. „Grundzüge der Lachkultur“ In: Bachtin, Michail. *Literatur und Karneval: Zur Romantheorie und Lachkultur*. München: Carl Hanser, S.32–46
- Bachtin, Michail. *Rabelais und seine Welt: Volkskultur als Gegenkultur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1995
- Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001
- Balász, Béla. „Chaplin, der amerikanische Schildbürger“ In: Balász, Béla. *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2001, S.105–107
- Bazin, André. „Eine Einführung in die Symbolik von Charlot“ In: Kimmich, Dorothee (Hg.). *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 184-189
- Becker, Frank. „Amerikabild und ‚Amerikanisierung‘ im Deutschland des 20. Jahrhunderts – ein Überblick“. In: Becker, Frank und Reinhardt-Becker, Elke (Hg.). *Mythos USA: „Amerikanisierung“ in Deutschland seit 1900*. Frankfurt/Main: Campus 2006, S. 19–48
- Behn, Manfred „Krieg der Propagandisten: Die Deutsche Lichtspiel-Gesellschaft“ In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 28-29
- Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“ In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 30–35
- Benjamin, Walter. „Rückblick auf Chaplin“ In: Kimmich, Dorothee. *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 153-155
- Berg, Peter. *Deutschland und Amerika 1918-1929: Über das deutsche Amerikabild der zwanziger Jahre*. Lübeck: Matthiesen 1963
- Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. „A History of Ufa“ In: Bergfelder, Tim. *The German Cinema Book*. London: British Film Institute 2002, S. 129–138
- Boltyanskii, G. M. (Hg.). *Lenin I kino*. Moskau/Leningrad. 1925, S. 16-19 zitiert nach: „Anatoli Lunacharsky: Conversation with Lenin. 1. Of All the Arts...“ In:

- Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896 - 1939*. London: Routledge&Kegan Paul 1988
- Borgelt, Hans. *Die Ufa – ein Traum: Hundert Jahre deutscher Film*. Berlin: q Verlags-GmbH 1993
- Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*. Berlin: PotemkinPress 1996
- Briesen, Detlef. *Warenhaus, Massenkonsum und Sozialmoral: Zur Geschichte der Konsumkritik im 20. Jahrhundert*. Frankfurt/Main: Campus 2001
- Bulgakowa, Oksana. „Das Phänomen FEKS: ‚Boulevardisierung‘ der Avantgarde“ In: *Montage/AV – Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 2/1/1993, S. 94–118
- Bulgakowa, Oksana. *FEKS: Die Fabrik des exzentrischen Schauspielers*. Berlin: PotemkinPress 1996
- Calhoon, Kenneth (Hg.). *Peripheral Visions: the hidden stages of Weimar cinema*. Detroit: Wayne State University Press 2001
- Chaplin, Charlie. *My Autobiography*. New York: Simon and Schuster 1964
- Coolidge, Calvin. „[...] the chief business of American people“: Excerpts from speech of President Calvin Coolidge to the ASNE Convention on January 17, 1925 <http://www.asne.org/kiosk/editor/00.aug/ottaway2.htm> (4. 5. 2008)
- Elsaesser, Thomas. *Weimar Cinema and After: Germany's historical imaginery*. London: Routledge 2000
- Engel, Christine (Hg.). *Geschichte des sowjetischen und russischen Films*. Stuttgart: J.B. Metzler 1999
- Engell, Lorenz. *Sinn und Industrie: Einführung in die Filmgeschichte*. Frankfurt/Main: Campus 1992
- Fodor, T. K. „Soziologie der Groteske“ In: Kreimeier, Klaus. *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 87-90
- Geisthövel, Alexa. „Das Auto“ In: Geisthövel, Alexa und Knoch, Habbo (Hg.). *Orte der Moderne: Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts*. Frankfurt: Campus 2005
- Gellately, Robert. „An der Schwelle der Moderne: Warenhäuser und ihre Feinde in Deutschland.“ In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Goettingen: Vandenhoeck&Ruprecht 1993 S. 131–156

Glaeser, Ernst. „Warum schreiben Sie keine Filme?“ [Umfrage] In: *Vossische Zeitung* 31.03.1929 Literaturbeilage

Glaser, Hermann. *Maschinenwelt und Alltagsleben: Industriekultur in Deutschland vom Biedermeier bis zur Weimarer Republik*. Frankfurt/Main: Wolfgang Krueger 1981

Gomery, Douglas. *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*. Madison: University of Wisconsin Press 1992

Göktürk, Deniz. *Künstler, Cowboys, Ingenieure: kultur- und mediengeschichtliche Studien zu deutschen Amerika-Texten*. München: Fink 1998

Grafe, Frieda. *Licht aus Berlin: und weiteres zum Kino der Weimarer Republik*. Berlin Brinkmann&Bose 2003

Gregor, Ulrich (Hg.). *wie sie filmen: Fünfzehn Gespräche mit Regisseuren der Gegenwart*. Gütersloh: Sigbert Mohn 1966

Hardt, Ursula. „Kon-Fusion: Die Ufa übernimmt die Decla-Bioscop“ In: Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“ In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 80–85

Hardt, Ursula. „Kunst für die Waschfrau Minna Schulze: Die Produktions-Konzepte des Erich Pommer“ In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 90-93

Hardtwig, Wolfgang (Hg.). *Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit 1918-1939*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2005

Horal, Jan-Christopher. „Die Anti-Ufa: Die Amerikaner gründen die EFA“ In: Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“ In: Bock, Hans-Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa-Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 78-79

Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Frankfurt/Main: Fischer 1988

Hughes, Thomas P. *Die Erfindung Amerikas: Der technologische Aufstieg der USA seit 1870*. München: Beck 1989

Jacobs, Lewis. „Films of the Postwar Decade“. In: MacCann Dyer, Richard. *Films of the 1920s*. Lanham: The Scarecrow Press 1996, S. 32 - 40

Joll, James. „Die Großstadt – Symbol des Fortschritts oder der Dekadenz?“. In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht 1993, S. 23 – 39

Kaes, Anton (Hg.). *Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918 – 1933*. Stuttgart: Metzler 1983

Kaes, Anton. „Film in der Weimarer Republik: Motor der Moderne“ In: Jacobsen, Wolfgang (Hg.) *Geschichte des deutschen Films*. Stuttgart: Metzler 2004 S. 38–98

Kayser, Rudolf. „Amerikanismus“ In: *Vossische Zeitung* Nr. 458 (27. 09. 1925) zitiert nach: Kaes, Anton. *Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918–1933*. Stuttgart: Metzler 1983, S. 265-267

Kenez, Peter. *Cinema and soviet society, 1917-1953*. Cambridge: Cambridge University Press 1992

Kimber, John. *The Art of Charlie Chaplin*. Sheffield: Sheffield Academic Press 2000

Klement, Carmen. „Freizeit ist Not“. In: Bucher, Willi und Pohl, Klaus (Hg.). *Schock und Schöpfung: Jugendästhetik im 20. Jahrhundert*. Darmstadt: Hermann Luchterhand 1986, S. 332–338

Kocka, Jürgen. *Die Angestellten in der deutschen Geschichte 1850-1980: Vom Privatbeamten zum angestellten Arbeitnehmer*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht 1981

Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Ekstentrism“ Petrograd 1922 zitiert nach: Kozintsev, Grigori; Trauberg, Leonid; Yutkevich, Sergei; Kryzhitsky, Georgi „Eccentrism“ In: Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*. London: Routledge&Kegan Paul , S. 58-64

Kracauer, Siegfried. *Die Angestellten: Aus dem neuesten Deutschland*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1971

Kracauer, Siegfried. *Das Ornament der Masse*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1963

Kracauer Siegfried. „Lichter der Großstadt“ In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 65-67

Kreimeier, Klaus. „Aufblende“ In: Kreimeier, Klaus (Hg.). *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 9-27

Kreimeier, Klaus. *Die Ufa–Story: Geschichte eines Filmkonzerns*. München: Hanser 1992

Lehnert, Detlef. „Fragmentierte Gesellschaft und moderne Massenbewegung : Zur politischen Kultur der Berliner Republikzeit“ In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht. 1993, S. 196-218

Leppmann, Wolfgang. *Die Roaring Twenties: Amerikas wilde Jahre*. München: List Verlag, 1992

Lipschütz, Rahel. *Der Ufa-Konzern: Geschichte, Aufbau und Bedeutung im Rahmen des deutschen Filmgewerbes*. Diss. Friedrich-Willhelms-Universität Berlin 1932

Loiperdinger, Martin. „State Legislation, Censorship and Funding“ In: Bergfelder, Tim (Hg.). *The German Cinema Book*. London: British Film Institute 2002, S. 148-157

Majakowski, Wladimir. *Meine Entdeckung Amerikas*. Zürich: Die Arche 1960

Marx, Karl. *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*. Stuttgart: Kröner 1957

Metzger, Rainer. Berlin: *Die Zwanzigerjahre. Kunst und Kultur 1919–1933*. Wien: Christian Brandstätter 2006

Mierau, Fritz (Hg.). *Russen in Berlin: Literatur Malerei Theater Film 1918-1933*. Leipzig: Reclam 1991

Miller, Nathan. *New world coming: The 20's and the making of Modern America*. New York: Scribner 2003

Milton, Joyce. *Tramp: The Life of Charlie Chaplin*. New York: HarperCollins 1996

Nelle, Florian. *Künstliche Paradiese: Vom Barocktheater zum Filmpalast*. Würzburg: Königshausen & Neumann 2005

Payne, Robert. *Der große Charlie: Eine Biographie des Clowns*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1979

Peukert, Detlev J.K. „Das Mädchen mit dem ‚wahrlich metaphysikfreien Bubikopf‘: Jugend und Freizeit im Berlin der zwanziger Jahre“ In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht 1993, S. 157-175

Peukert, Detlev J.K. *Die Weimarer Republik: Krisenjahre der klassischen Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1987

Peukert, Detlev J.K. *Jugend zwischen Krieg und Krise: Lebenswelten von Arbeiterjungen in der Weimarer Republik*. Köln: Bund. 1987

- Pinthus, Klaus. „Der amerikanische Film“ In: *Das Dreieck* Heft 1 (September 1924) S. 26 – 27 zitiert nach: Kaes, Anton. Weimarer Republik: Manifeste und Dokumente zur deutschen Literatur 1918–1933. Stuttgart: Metzler 1983, S. 243-245
- Polgar, Alfred. „Chaplin“ In: Kimmich, Dorothee. *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 33-36
- Polgar, Gerhart. „Grotesk-Filme“ In: Kreimeier, Klaus. *Zeitgenosse Chaplin*. Berlin: Oberbaumverlag 1978, S. 82-86
- Poliwoda, Bernadette. *FEKS – Fabrik des exzentrischen Schauspielers: Vom Exzentrismus zur Poetik des Films in der frühen Sowjetkultur*. München: Otto Sagner 1924
- Raeithel, Gert. *Geschichte der nordamerikanischen Kultur: Vom Bürgerkrieg bis zum New Deal 186 –1930*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1995
- Rathenau, Walther. „Zur Mechanik des Geistes“. In: Schulin, Ernst (Hg.). *Hauptwerke und Gespräche (Walther-Rathenau-Gesamtausgabe Band 2)*. München: Müller 1977
- Reinhardt-Becker, Elke. „The American Way of Love: Zur Amerikanisierung des deutschen Liebesdiskurses in der Weimarer Republik“. In: Becker, Frank und Reinhardt-Becker, Elke (Hg.). *Mythos USA: „Amerikanisierung“ in Deutschland seit 1900*. Frankfurt/Main: Campus 2006, S. 99-133
- Saunders, Thomas J. *Hollywood in Berlin: American Cinema and Weimar Germany*. Berkeley: University of California Press 1994
- Saunders, Thomas J. „Von Dafco zu Damra: Spekulation mit amerikanischen Filmen“ In: Behn, Manfred „Filmfreunde: Die Gründung der Ufa“ In: Bock, Hans–Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa–Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S.70-71
- Schäfer, Hans Dieter. „Bekenntnisse zur Neuen Welt: USA-Kult vor dem 2. Weltkrieg“. In: Bucher, Willi und Pohl, Klaus (Hg.). *Schock und Schöpfung: Jugendästhetik im 20. Jahrhundert*. Darmstadt: Hermann Luchterhand 1986, S. 383-388
- Schildt, Axel „Auf Expansionskurs: Aus der Inflation in die Krise“ In: Bock, Hans–Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa–Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 170-173
- Schildt, Axel „Hugenberg ante portas: Rationalisierung mit nationalem Besen“ In: Bock, Hans–Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa–Buch: Kunst und Krisen,*

Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 190- 95

Schrader, Bärbel und Schebera Jürgen. *Die „goldenen“ zwanziger Jahre: Kunst und Kultur der Weimarer Republik*. Köln: Hermann Böhlaus 1987

Schulz, Günther. „Von der Mietskaserne zum Neuen Bauen: Wohnungspolitik und Stadtplanung in Berlin während der zwanziger Jahre“. In: Alter, Peter (Hg.). *Im Banne der Metropolen: Berlin und London in den zwanziger Jahren*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht 1993, S. 43-86

Shlapentokh, Dmitry und Shlapentokh, Vladimir. *Soviet cinematography 1918-1991: Ideological conflict and social reality*. New York: Walter de Gruyter 1993

Sywottek, Arnold „Mann im Dunkel: Geheimrat Alfred Hugenberg“ In: Bock, Hans – Michael und Töteberg, Michael. *Das Ufa – Buch: Kunst und Krisen, Stars und Regisseure, Wirtschaft und Politik*. Frankfurt/Main: Zweitausendeins 1992, S. 196-199

Taylor, Richard. *The politics of the soviet cinema 1917-1929*. Cambridge: Cambridge University Press 1979

Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896 - 1939*. London: Routledge & Kegan Paul 1988

Toeplitz, Jerzy. *Geschichte des Films 1895 – 1928*. München: Rogner&Bernhard 1979

Traub, Hans. *Die Ufa: ein Beitrag zur Entwicklung des deutschen Filmschaffens*. Berlin: Ufa-Buchverlag 1943

Tsetkin, Klara. *Vospominaniya o Lenine*. Moskau 1966, S. 9–13 zitiert nach: „Lenin: Art belongs to the People. Conversation with Clara Zetkin“ In: Taylor, Richard und Christie, Ian (Hg.). *The Film Factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896 -1939*. London: Routledge&Kegan Paul 1988, S. 50ff

Tucholsky, Kurt. „Der berühmteste Mann der Welt“ In: Kimmich, Dorothee. *Charlie Chaplin: Eine Ikone der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp 2003, S. 29-32

Vigouroux-Frey, Nicole. “Charlie Chaplin or the ‘vaudeville dispossessed’” In: Nysenholc, Adolphe (Hg.). *Charly Chaplin: His Reflection in Modern Times*. Berlin: Mouton de Gruyter 1991, S. 69–76

7 ANHANG

Abstrakt

Diese Arbeit setzt sich mit dem Begriff des „Amerikanismus“ auseinander. Im Fokus dieser Auseinandersetzung liegt die Faszination und Begeisterung für die USA, die in den 1920er Jahren in der Weimarer Republik und der Sowjetunion wirtschaftliche, kulturelle und ästhetische Ausprägungen fand. Diese Ausprägungen werden phänomenologisch anhand von konkreten Beispielen ausgeführt. Der kulturelle Amerikanismus wird über das Beispiel der Großstadt Berlin definiert. Der wirtschaftliche Amerikanismus ist eine Erscheinung in der deutschen Filmindustrie der 20er Jahre. Der ästhetische Amerikanismus schließlich wird im Rahmen des künstlerischen Schaffens der FEKS (Fabrik des exzentrischen Schauspielers) behandelt.

Abstract

This paper deals with the concept of "Americanism". The focus of the analysis treats the fascination that Weimar Germany and the Sovietunion held for the United States during the 1920's. Americanism has its roots in the economic hegemony of the USA which enabeld the people to develop a culture of entertainment based on the principles of consumer society. This fascination finds its realisation in cultural, economic and aesthetic aspects. The example of Berlin's rise to a metropolis describes the cultural aspect, Hollywood's influence on the german film industry potrays the economic aspect, and the works of the FEKS deal with the aesthetic aspect of Americanism.

Curriculum Vitae

1989 – 1993	VS Flotowgasse, 1190 Wien
1993 – 2001	BRG Waidhofen/Ybbs
1999 – 2000	Auslandssemester in North Carolina, USA
2001 – 2002	Auslandsaufenthalt in Ecuador
Oktober 2002 – Juni 2003	Studium Medientechnik und -design an der FH Hagenberg
Wintersemester 2003/2004	Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft sowie der Philosophie an der Universität Wien
Wintersemester 2006/2007	Auslandsstudium an der Universität Utrecht

Berufliche Erfahrungen und Praktika

Organisatorische Assistenz der Intendanz bei den wellenklaenge, lunz am see

Praktikum Galerie Gabriele Senn

Regie- und Produktionsassistenz bei Werbespotdreh für die Zeitschrift ‚Ballesterer‘

Regie- und Produktionsassistenz bei einem Filmprojekt im Rahmen des Kurzfilmfestivals Berlin36

Freie Mitarbeiterin der Dramaturgie an der Volksoper Wien