

I N H A L T

Seite

EINLEITUNG	1
1. ZUR GENRETYPOLOGIE DES WERBEFILMS: DIE FORMALEN UND INHALTLICHEN CHARAK- TERISTIKA DES WERBEFILMS	6
1.1 Der Begriff Werbefilm	6
1.2 Abgrenzung zum Industriefilm	7
1.3 Der Werbefilm als Gegenstand der wissen- schaftlichen Fachliteratur	9
1.4 Das Medium Film in seiner spezifischen Funktion als Werbemedium	15
1.4.1 Die Aufgabe des Werbefilms	15
1.4.2 Produktionstechniken: Die beiden grund- sätzlichen Realisationsformen	18
1.4.3 Rezeptionsfaktoren: Die Publikums- situation	21
2. GENESIS DES WERBEFILMS ALS GENRE: 1896-1918	30
2.1 Die ersten Werbefilme: Realfilme mit Schauspielern	30
2.2 Die ersten Werbe-Trickfilme: Sachtrick- filme	37
2.3 Die Vorläufer des Werbe-Zeichentrick- films: Kriegspropagandafilme	39
2.4 Der Entwicklungsstand der Werbefilm- branche bis zum Ende des Ersten Welt- krieges	41
3. KREATIVE EXPERIMENTALPHASE: 1919-1927	44
3.1 Die Anfänge des Zeichentrickfilms: Werbefilme in Zeichentricktechnik	44
3.2 Erfindung des Silhouettenfilms und seine Anwendung im Werbefilm	47
3.3 Neue Formen und Techniken im abstrakten/ absoluten Werbefilm	50
3.3.1 Der farbige Werbefilm in Viragetechnik	51
3.3.2 'Rhythmus' als neues stilbildendes Element	55
3.3.3 Der Werbefilm der späten Experimental- phase: Ein Konglomerat verschiedener Stile	58
3.4 Der Stand der Werbefilmbranche bis Ende der Stummfilmperiode	61

	Seite
4. HOCHPHASE INNOVATIVER TENDENZEN IM WERBEFILM	64
4.1 Die ersten Tonfilme: Werbefilme der Avantgardisten Walter Ruttmann und Hans Richter	64
4.2 Die ersten Farbfilme: Werbefilme des Avantgardisten Oskar Fischinger	72
4.3 Die Ausläufer des abstrakten/absoluten Werbefilms zu Beginn des Dritten Reiches	79
4.4 Der Werbefilm der dreißiger Jahre als Vorläufer des experimentellen Films	84
4.5 Der Stand der Werbefilmindustrie nach Einführung des Tonfilms	88
5. ZUR SPEZIFIK DER PRODUKTIONS- UND DISTRIBUTIONSMODALITÄTEN IM WERBEFILM AM BEISPIEL OSKAR FISCHINGERS	92
5.1 Der avantgardistische Werbefilm: ein Potential ästhetisch-inhaltlicher Inno- vationen	92
5.2 Fischingers Verhältnis zum Auftragsfilm	95
5.3 Möglichkeit künstlerisch-autonomer Arbeit im Werbefilm	96
5.4 Die Grenzen der Produktionsmöglichkeiten innerhalb des kommerziellen Filmsystems	97
5.5 Oskar Fischinger, Exponent des Experi- mentalfilms wie Initiator des unabhängigen Films	99
5.6 Zur Rezeption des Fischinger'schen Filmwerks in Deutschland	100
6. RESÜMEE DER GRUNDLEGENDEN LEISTUNGEN DES WERBEFILMS UND ERKLÄRUNGSVERSUCH DES IN DER FILMGESCHICHTE EINMALIGEN PHÄNOMENS INNOVATIVER TENDENZEN DIESES GENRES	102
LITERATURVERZEICHNIS	112