

Krönung der Illusionswelten im 19. Jahrhundert: Das Grand Panorama

Das Panorama sticht aus der Kunstproduktion des 19. Jahrhunderts allein schon durch seine Grösse heraus. In einer 360°-Rundsicht erlaubt es dem Besucher ins Geschehen einzutauchen und sich entführen zu lassen. Das Bild versucht ihm eine perfekte Illusion zu vermitteln. Letztlich ist es das Ziel, den Besucher glauben zu machen, er sei Teil des Geschehnisses. Er kann das Auge wandern lassen, als ob er sich im Freien aufhalte. Keine Begrenzung durch einen Rahmen stört seine Illusion.

Die enormen Bild-Dimensionen von mehreren Metern Höhe sind geeignet, das Auge des Besuchers zu täuschen. Das Panorama kann als mit traditionellen Mitteln bildender Kunst entwickelter Illusionsraum verstanden werden, bei dem es gilt, den Betrachter in eine raum- und zeiteinheitliche Darstellung zu versetzen. Diese Bildform wurde nicht erst durch die Panoramakunst entdeckt, sondern existiert durch sämtliche Epochen der Kunstgeschichte.

Das Panorama öffnete sich einer breiten Bevölkerung. Es ist als erstes Massenmedium im strengeren Sinne zu verstehen, zumal es unabhängig vom Stand besucht werden konnte. Privaten Kauf und elitären Kunstgenuss liessen Panoramen im Gegensatz zu kleiner formatigen Gemälden nicht zu.

1787 liess der Brite Robert Barker die neue Medienform patentieren. Diese erlebte als populäre Unterhaltung zwischen 1800 und 1830 eine erste Blütezeit. Bau und Betrieb eines Panoramas verschlangen Unsummen. Der finanzielle Erfolg blieb aber oft aus. So führten finanzielle Gründe zu einem Zwischentief. Panoramen fanden sich vorübergehend nur noch in den grösseren Städten. Erst mit dem Deutsch-Französischen Krieg kam ein neuer Schub, der zu einer zweiten Blütezeit führte. Ausgehend von den militärischen Motiven liess sich ein breites nationalstaatlich chauvinistisch denkendes Publikum mobilisieren. Die Bereitschaft zur Finanzierung von Panoramen war dadurch endlich vorhanden. Sie wurde über Aktiengesellschaften sichergestellt, die vermeintlich adäquate Form der Finanzierung eines Massenmediums. Die enormen Kosten verlangten nach massenweisem Verkauf von Eintrittsbillets an ein Massenpublikum. Die Grösse der Gemälde war inzwischen, das heisst, auf diese zweite Blüte hin, auf meist 115 x 14-15 Meter angewachsen. Durch die gigantischen Dimensionen liess sich die Täuschung der Gemälde noch weiter perfektionieren.

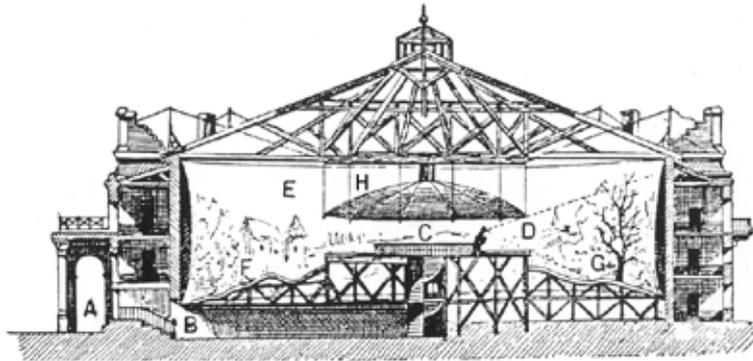


Abb. 24: Schnitt durch ein idealtypisches Grosspanorama

Der Bautyp Grosspanorama wird schon von Robert Baker idealtypisch entwickelt. Im Wesentlichen zählen zu seiner Erfindung folgende Teile:

- | | |
|---|---|
| A | Eingang und Kasse |
| B | Verdunkelter Gang und Wendeltreppe |
| C | Betrachterplattform |
| D | Schwinkel des Betrachters |
| E | Rundleinwand (Rieserundgemälde) |
| F | Plastisch gestalteter Vorgergrund (Faux-Terrain) |
| G | In „trompe-l’oeil“ gemalte Gegenstände auf Leinwand |
| H | Baldachin |

Der Innenraum des Panoramagebäudes wird über einen Eingang betreten, der der Rotunde vorgelagert ist. Durch einen verdunkelten Gang gelangen die Besucher zur Wendeltreppe. Über die spiralförmige, ziemlich dunkel gehaltene Treppe in der Mitte des Rundbaus steigt man auf eine Betrachterplattform, welche den vollen Blick auf die Rundleinwand ermöglicht. Durch den Baldachin über der Plattform wird das Tageslicht, welches durch ein Oblicht eintritt, nur auf das Gemälde geworfen.

Die Grösse verhinderte aber nicht, dass diese Gemälde transportiert wurden. Der ökonomische Zwang führte dazu, dass Bilder nach einer gewissen Zeit an einem anderen Ort und einem neuen Publikum gezeigt werden mussten. Die Einspielung der Kosten war an einem einzigen Ort meist nicht möglich.

Im Gefolge der kommerzialisierten Panoramaproduktion und der grossen Popularität wurden auch wieder andere Bildinhalte aufgegriffen. Neben die militärischen Motive jüngerer und älterer Zeitperioden traten Landschaftspräsentationen und Passions- respektive Kreuzigungsdarstellungen.

Abb. 25 bis 27: drei verschiedene Grosspanoramen

*Mesdag Panorama in Den Haag: Panorama der Küstenlandschaft bei Den Haag/Niederlande**Panorama Wroclaw in Polen: Panorama der siegreichen Schlacht der polnischen Aufständischen gegen die russischen Besatzer im Jahre 1794**Panorama Kreuzigung Christi in Altötting/Deutschland*

Ein Panorama besteht aber nicht nur aus einem Gemälde. Es ist vielmehr ein ganzes Ensemble, welches letztlich bei den Besuchenden die Illusion erzeugen soll. Neben einer gekonnten Lichtführung und einem sogenannten Faux-Terrain, einem dreidimensionalen Vorgelände mit Figuren und Requisiten, spielen die Geräusche eine wichtige Rolle. Früher wurden in den Panoramen spezielle Orgeln gespielt, die einen akustischen Beitrag zur Schaffung einer künstlichen Realität lieferten.

Im Film, ebenso wie im Radio, genügt der Originalton selten den Vorstellungen der Zuschauer und überzeugt sie einfach nicht. Beim Panorama kann man nicht von einem Originalton ausgehen, sondern muss die Geräuschkulisse von Grund auf erschaffen: Hier beginnt die hohe Kunst der Geräuschemacher: Kanonenlärm, Gewittergeräusche, Säbelgerassel, Pferdehufe, etc. Beim Film können die Mikrofone per Scherenaufhängung oder vom Stativ möglichst nah an den Ort des Geräusches heran bewegt werden. Beim Panorama müssen sämtliche Geräusche neu erschaffen werden und gehören genauso zur künstlerischen Gestaltung wie das Bild oder das Vorgelände. Die Geräusche werden heute also nachproduziert.

In einem Geräuscheffekte-Studio befinden sich eine Unmenge von Gegenständen. Tablett, Teller, leere Flaschen, Besteck, Becher, Korke, Kettchen, Kinderrasseln, Quietsche-Entchen – ein wahrer akustischer Flohmarkt. Ganz wichtig für die Erzeugung von Geräuschen ist wie bei einem Musikinstrument der Resonanzboden. Dafür dient eine große Arbeitsplatte, auf der viele Geräusche hergestellt werden. Wichtig ist vor allem die akustische Fantasie. Der Geräuschemacher muss ganz genau wissen, was zu hören sein soll. Oft hat es mehrere Geräuschschichten übereinander, z.B. Wind mit Pferdehufen, Geschrei mit Kanonenlärm etc. Die Komposition der Geräusche hilft, die Illusion zu erweitern.

Von den alten Panoramagemälden des 19. und frühen 20. Jahrhunderts sind weltweit nur 27 übriggeblieben. Heute erlebt die Medienform Panorama einen eigentlichen Boom. Rund um den Globus entstehen neue Panoramabilder in alter Tradition oder neu umgesetzt mit modernen Techniken wie Computer-basiertem Design und Computer-Plots statt Ölmalerei.

Überblick über die noch existierenden Panoramen der Welt: www.panoramapainting.com