

Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

Herausgeber: Empirische Kulturwissenschaft Schweiz

Band: 119 (2023)

Heft: 2

Artikel: Medialität des (Ge)wissens : dokumentarische Filme und alltäglicher Konsum

Autor: Gruhn, Lara

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1050114>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Medialität des (Ge)Wissens

Dokumentarische Filme und alltäglicher Konsum

LARA GRUHN

Abstract

Der Beitrag nimmt die alltägliche Beobachtung, dass Konsum- oder Verzichtspraktiken oft mit Wissen aus dokumentarischen Filmen begründet werden, zum Ausgangspunkt für Erkundungen zu individuellen Wissensaneignungen, genrespezifischen Qualitäten und Verteilungspolitiken. Anhand von qualitativen Interviews wird aufgezeigt, wie das Schauen dokumentarischer Filme als biografischer Erweckungs- und Umbruchsmoment erzählt wird. Ausserdem wird danach gefragt, weshalb dokumentarische Filme im Feld des ethischen Konsums so machtvoll sind. Der Beitrag argumentiert, dass dokumentarische Filme durch ihre Erzählperspektive eine Zusammenführung von Wissenspotenzialen und subjektiv erfahrbarer Lebenswelt ermöglichen und es dadurch zu neuen Schuld- und Gewissensfragen beim individuellen Konsum kommt.

Keywords: Documentary films, conscience, knowledge, mediality, consumption, moments of revival, biographical upheavals, questions of guilt and conscience, Films for the Earth Dokumentarische Filme, Gewissen, Wissen, Medialität, Konsum, Erweckungsmomente, biographische Umbrüche, Schuld- und Gewissensfragen, Filme für die Erde

An einem lauen Sommerabend im August sitzen einige Freunde und ich beim Apéro auf meinem schattigen Balkon. Neben Salzstangen, Oliven und Chips steht eine Schale frisch zubereitete Guacamole. Eine Freundin zeigt darauf und meint: «Habt ihr gewusst, dass der Anbau von Avocados unglaublich umweltschädlich ist?», stummes Nicken und ein fragendes «Mhm?». Sie fährt fort: «Ich habe eine Doku gesehen, da haben sie gezeigt, dass in Chile Wälder illegal abgeholzt werden und ganze Landstriche durch die Avocadofelder austrocknen: für zwei Avocados werden rund 1000 Liter Wasser benötigt. Dazu kommen Kartell-Kämpfe, Pestizide und der lange Transportweg bis nach Europa – und alles nur, weil wir hier die Avocado zum «Superfood» erkoren haben. Glaub mir, wenn ihr diesen Film gesehen habt, könnt ihr guten Gewissens keine einzige Avocado mehr essen.»¹ Nachdem ich nachfragte,

1 Freie Gesprächswiedergabe vom 5. 8. 2022.

um welchen Film² es sich handelt und die Freund:innen zu diskutieren anfangen, welche «einheimischen» gesunden Alternativen es denn zur Avocado gäbe, glitt das Gespräch über Rapsöl zur Süsskartoffel und dann zum viel zu warmen Wetter in diesem Sommer. Als ich spät abends den Abwasch machte, zeigte sich, dass von der Guacamole mehr als die Hälfte in der Schale geblieben ist.

Mit dieser kleinen Anekdote eines Sommerabends möchte ich eine Beobachtung illustrieren: Es ist jene, dass Alltagshandeln beim Konsum oftmals aufgrund von dokumentarischen Filmen passiert und mit Wissen aus diesen Filmen begründet wird. Diese Beobachtung aus meiner Lebenswelt deckt sich mit einer Eigenheit, welche mir während der Forschungstätigkeit zu alltäglichen Konsumethiken begegnete: Viele Interviewpartner:innen erzählten vom Schauen dokumentarischer Filme, die bei ihnen Denkprozesse und Handlungsumstellungen losgetreten haben.³ Aufgrund dieser Häufung von Erzählungen über dokumentarische Filme, habe ich in meiner Dissertationsschrift exemplarisch erörtert, wie in populären Filmen Wissen über Produktion und Konsum verhandelt und überliefert wird.⁴ In diesem Beitrag möchte ich, an meine bisherige Forschung anknüpfend, einen etwas grösseren Rahmen spannen und folgenden Fragen nachgehen: Was haben dokumentarische Filme und ihre Medialität mit Konsum, Wissen und Gewissen zu tun? Warum wird beim Kaufen, Kochen, Trinken und Essen auf diese Filme referiert? Und welche Rolle spielen diese Filme bei alltäglichen Wissens- und Gewissensfragen?

Theoretische Ausgangspunkte für drei Erkundungen

Den angeführten Beobachtungen und den daraus resultierenden Fragen steht das bisher eher geringe Forschungsinteresse gegenüber, das Korrelationen zwischen populären dokumentarischen Filmen, gesellschaftlichen Diskussionen, Wissen und Praktiken bisher entgegengebracht wurde.⁵ Anhand des Forschungsstandes wird im Folgenden der Ausgangspunkt dieser Auseinandersetzung kurz dargelegt: «Es gibt keinen Dokumentarfilm – unabhängig davon, ob der Begriff eine Materialkategorie bezeichnet, ein Genre, eine Methode oder eine Reihe von Techniken. Diese Behauptung, die so alt und grundlegend ist wie der Antagonismus zwischen den Bezeichnungen und der Realität, muß man immer wieder neu formulieren, ob-

2 Es war eine Reportage auf ZDF, welche das Interesse weckte, mehr über den Avocadoanbau zu erfahren. Was wiederum dazu führte, dass die Freundin die Folge *The Avocado War* der zweiten Staffel von *Rotten* auf Netflix streamte.

3 Gruhn, Lara: *Guter Konsum. Alltägliche Ethiken zwischen Wissen und Handeln*. Zürich 2022.

4 Ebd., S. 91–99.

5 Hier möchte ich darauf hinweisen, dass diese Forschungslücke vom Zürcher Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft – Populäre Kulturen formuliert wird, das sich unter anderem intensiv mit populären audiovisuellen Medien beschäftigt und sie hinsichtlich ihrer historischen und gegenwärtigen Bedeutungen untersucht. Zum Institut und seinem Profil: <https://www.isek.uzh.ch/de/populaerkulturen/profil.html>

wohl es zweifellos eine dokumentarische Tradition gibt.»⁶ Was die Filmemacherin und Differenzialtheoretikerin Trinh T. Minh-ha in diesem Zitat ausdrückt, gilt spätestens seit der Authentizitätsdiskussion als Grundlage wissenschaftlicher Auseinandersetzungen mit dokumentarischen Filmen: Das Dokumentarische sollte keinesfalls mit ‚Objektivität‘ oder ‚Wirklichkeit‘ gleichgesetzt werden, obschon dokumentarische Filme oftmals einen Anspruch auf Darstellung von ‚Realität‘ proklamieren.⁷ In klassischen und aktuellen Theorien dokumentarischer Filme werden diese nicht als «referentielle Vermittler einer vorfilmischen Realität» gesehen, sondern selbst als gestaltete und gestaltende Realität, deren *poetics* und *politics* es zu untersuchen gilt.⁸

Seine Politiken zu dekonstruieren und zu analysieren – das Interesse richtet sich auf Prozesse der Herstellung, der filmischen Machart und Inszenierung, Wirklichkeitsebenen, Filmnarration und -schnitt – ist dann auch Hauptbestandteil der wissenschaftlichen Arbeiten und Studien, die sich in den letzten Jahren mit dokumentarischen Filmen beschäftigten.⁹ Eine inter- und transdisziplinäre Auseinandersetzung mit dokumentarischen Filmpraktiken, die Produkt und Produktionsbedingungen in soziokulturelle und mediale Kontexte einbindet, liefert der von dem Sozialwissenschaftler Carsten Heinze und dem Filmwissenschaftler Thomas Weber herausgegebene Sammelband *Medienkulturen des Dokumentarischen*.¹⁰ In diesem findet sich mit dem Beitrag von Thomas Kleine auch eine der wenigen Arbeiten, die sich explizit dokumentarischen Filmen zu Nachhaltigkeits- und Umweltthemen zuwenden und sie nach ihren Darstellungsstrategien befragen.¹¹ Die Kommunikations- und Medienwissenschaften wendeten sich vermehrt der Wissenskommunikation, Rezeption und Rezeptionshaltung zu.¹² In Abgrenzung zur klassischen Wir-

6 Minh-ha, T. Trinh: Die verabsolutierende Suche nach Bedeutung. In: Eva Hohenberger (Hg.): Bilder des Wirklichen. Texte zur Theorie des Dokumentarfilms. 3. Aufl. Berlin 2006 (1998), S. 276–296, hier S. 276.

7 Remter, Miriam: Die Erfahrung des Unsichtbaren. Evokation im Dokumentarfilm. München: 2016, S. 13.

8 Ebd.

9 Vgl. die Beiträge im Sammelband: Lammer, Christina (Hg.): DoKu: Wirklichkeiten inszenieren im Dokumentarfilm. Wien: Wien 2002. Zu filmtheoretischer Texte über den dokumentarischen Film: Hohenberger: Bilder des Wirklichen (Anm. 15); Filmtheoretische Texte zu Politiken bietet der Sammelband: Büttner, Elisabeth, Vräth Öhner und Lena Stölzl: Sichtbar machen. Politiken des Dokumentarfilms. Berlin 2018.

10 Carsten Heinze; Thomas Weber (Hg.): Medienkulturen des Dokumentarischen. Wiesbaden 2017.

11 Kleine, Thomas: Strategien der Darstellung nachhaltiger Entwicklung im neueren Dokumentarfilm. In: Carsten Heinze; Thomas Weber (Hg.): Medienkulturen des Dokumentarischen. Wiesbaden 2017, S. 183–202.

12 Zum Forschungsprogramm mit Fokus auf die Rezipienten vgl.: Decker, Christof: Die soziale Praxis des Dokumentarfilms. Zur Bedeutung der Rezeptionsforschung für die Dokumentarfilmtheorie. In: *montage AV: Lust am Dokument*, 7/2 (1998), S. 45–61; Einzen, Dirk: Wann ist ein Dokumentarfilm. Der Dokumentarfilm als Rezeptionsmodus. In: *montage AV: Lust am Dokument*, 7/2 (1998), S. 13–44; Studien, die sich mit der Auswirkung von dokumentarischen Filmen zum Thema Klimawandel beschäftigen vgl.: Nolan, Jessica. M.: «An Inconvenient Truth» Increases Knowledge, Concern, and Willingness to Reduce Greenhouse Gases. In: *Environment and Behavior* 42 (2010), S. 643–658; Lörcher, Ines: Al Gore, Eltern oder Nachrichten? Die langfristige Aneignung des Themas Klimawandel über kommunikative und direkte Erfahrungen. In: Irene Neverla, Monika Taddicken und dies. et al (Hg.): Klimawandel im Kopf. Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation. Wiesbaden 2019, S. 77–126.

kungsforschung in den Medienwissenschaften wurden in den letzten Jahren in der Rezeptionsforschung neuere medienökologische Ansätze entwickelt: «Die neuen Ansätze betrachten in der Tradition der ‹Cultural Studies› Medienbotschaften als *encodierte bedeutungstragende Texte*, kritisieren aber die textorientierte Ideologiekritik, die aufgrund eines zu simplizistischen Manipulationsmodells die Rezeptionsmodalitäten als *Decodierungsprozesse* durch die konkreten Zuschauer nicht berücksichtige: Text und Publikum sind verschränkt und müssen mittels qualitativer Methoden (narratives Interview oder Gruppengespräch) untersucht werden.»¹³ Dass eine solche Verknüpfung von unterschiedlichen Perspektivierungen auf den dokumentarischen Film von der empirischen Kulturwissenschaft nicht beforscht wird, mag insbesondere daher verwundern, weil das Fach durchaus an der Wechselseitigkeit von populären Medien und alltäglicher Lebensweise sowie sozialen und politischen Bewegungen interessiert ist. Ich sehe hier die Chance, mehr auf solche Schnittstellen von Medialität und Alltag zu fokussieren und auch Fragen danach zu stellen, wie und weshalb der dokumentarische Film in bestimmten Zeiten von bestimmten politischen und sozialen Bewegungen genutzt wurde und welche Wechsel- und Auswirkungen dies auf gesellschaftliche Debatten, aber eben auch auf individuelle Alltagswelten hat. Der Historiker Felix Rauh, der den häufigen Gebrauch und die Bedeutung von dokumentarischen Filmen in den Schweizer Entwicklungshilfedebatten in den 1960–1980er-Jahren untersuchte, legt mit seinen Arbeiten dar, wie ertragreich eine solche Perspektive sein kann. Seine Studien zeigen, welche entscheidende Rolle dokumentarischen Filmen bei der Verbreitung des «Entwicklungsnarrativs» zukam und wie diese Erzählweisen auch gegenwärtig in «globalisierungskritischen Produktionen» wiederzufinden sind.¹⁴ Bisher fehlen Untersuchungen, die dort anknüpfen und danach fragen, welche Bedeutungen und Einflüsse gegenwärtig dem dokumentarischen Film bei gesellschaftlichen Diskussionen rund um Wissen über Konsum (und den dahinterstehenden Produktionsprozessen), sowie bei Gewissensfragen und Alltagshandeln zukommt.

Um Antworten darauf zu finden, unternimmt dieser Beitrag drei Erkundungen: Zuerst wird am empirischem Material – bestehend aus 34 qualitativen Interviews mit Konsument:innen aus den Jahren 2016, 2017 und 2021,¹⁵ sowie einer nicht repräsentativen, qualitativen online Umfrage,¹⁶ an welcher 67 Personen teilnahmen – erörtert, welche Rolle dokumentarischen Filmen bei Wissensaneignung im Feld des guten Konsums zukommt. In diesem ersten Teil wird insbesondere auf die durch diese Filme ausgelösten individuellen Aha-Erlebnisse, Umbruchsmomente

13 Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung I, 3. Aufl., Konstanz 2004, S. 195. (Hervorhebungen im Original).

14 Vgl. Rauh, Felix: *Bewegte Bilder für eine entwickelte Welt. Die Dokumentarfilme von René Gardi, Ulrich Schweizer und Peter von Gunten in der Schweizer Entwicklungsdebatte, 1959–1986.* Zürich 2018, S. 234–237.

15 Die Interviews aus den Jahren 2016 und 2017 wurden im Zuge der Forschungstätigkeit zur Dissertation *Alltägliche Konsumethiken. Empirische Untersuchungen zwischen Wissen und Handeln* geführt. Die Interviews aus dem Jahr 2021 wurden im Rahmen des Seminars *Erzählte Konsumethiken* an der Universität Zürich erhoben.

16 Online Umfrage *Wirkung von Dokumentarfilmen*, vom 7. 4. 2022–10. 5. 2022 auf *Findmind*.

und Begründungen im Alltag der Rezipient:innen fokussiert. In einem zweiten Teil rücke ich die Medialität des dokumentarischen Filmes und seine genrespezifischen Qualitäten in den Mittelpunkt. Zum einen interessiert mich, mit welchen Erzählperspektiven dokumentarische Filme im Feld (Ge)Wissen zu erzeugen vermögen, zum andern ihre gegenwärtige Konjunktur als Vermittlungsmedium. Letzteres führt im dritten Teil zu Erkundungen über Verteilungspolitiken. Dabei wird auf den gegenwärtig grössten Verein für dokumentarische Filme zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen in der Schweiz, *Filme für die Erde*, fokussiert. Mithilfe von zwei das bestehende Material ergänzenden qualitativen Expertinneninterviews mit den Co-Geschäftsführerinnen und weiteren Quellen des Vereins wird danach gefragt, wie dokumentarische Filme als Vermittlungsmedium eingesetzt und Sehgemeinschaften erzeugt werden.¹⁷ Zum Schluss werden basierend auf den Erkenntnissen aus den drei Erkundungen Antworten auf die Forschungsfragen formuliert.

Neues (Ge)Wissen – dokumentarische Filme als Katalysatoren

Bei meiner Forschung zu alltäglichen Konsumethiken kamen dokumentarische Filme insbesondere bei der Wissensaneignung und -vermittlung zur Sprache.¹⁸ Bei der Interviewanalyse zeigte sich, dass die Mehrheit meiner Interviewpartner:innen von Filmen erzählen, die etwas in ihrem Konsumverhalten ausgelöst haben. Meist wurde das Schauen von dokumentarischen Filmen als katalytische Erfahrung beschrieben; als Umbruchsmoment und biografischer Wendepunkt. Von einem solchen Wendepunkt erzählte mir die damals 31-jährige Amanda Ramseyer in einem Interview: «[...] ich habe lange nie über Honig nachgedacht gehabt. Ähm, und zuerst haben dann schon alle gesagt: «Ja, aber Honig, das ist ja auch ein tierisches Produkt.» «Ja aber, die Bienen, die machen das ja so oder so.» Und habe das halt, das zuerst so ein bisschen abgetan als Extremismus. Und dann habe ich die Dokumentation *More than Honey*¹⁹ geschaut. Ähm, und dort sind mir dann wie die Schuppen von den Augen gefallen. Wo ich sagen musste: «O Gott! Das ist eigentlich auch voll wie Sklaventreiberei!» Oder? Vor allem wird da, also diese Schwärme werden zum Teil ja einfach alle getötet. Ähm weil jetzt da die Königin sich einfach mit dem Falschen gepaart hat. Und, und das ist gar nicht so romantisch, wie man sich das vorstellt beim Bienenhonig. Also es ist eine mega Industrie, wo, wo, ja, wo ich eben einfach diese Industrie nicht unterstützen möchte. Ja, also beim Honig ist es schon fast am eindrucklichsten gewesen.»²⁰ Was Amanda hier erzählt, stellte sich als zentrales Moment von Konsumpraktiken heraus: So wie bei Amanda ein Film dazu beitrug, dass sie keinen Honig mehr isst, erzählten viele Interviewpartner:innen vom Schauen dokumentarischer Filme, die bei ihnen Denkprozesse und

17 Interview vom 10. 5. 2022 mit Sandra Boschert; Interview vom 10. 5. 2022 mit Barbara Roth.

18 Gruhn: Guter Konsum (Anm. 3).

19 *More than Honey*. Schweiz 2012, Markus Imhoof (SRF, SRG).

20 Interview vom 22. 7. 2016 mit Amanda Ramseyer, Zürich (Name anonymisiert).

Handlungsumstellungen losgetreten haben.²¹ Als Eigenheit stellte sich dabei die sprachliche Separation von Wissen und Nichtwissen durch ein Umbruchsmoment heraus. Amanda beschreibt diesen Moment mit «wie die Schuppen von den Augen gefallen». Ihre frühere «Blindheit» bringt sie mit der Vorgeschichte zum Ausdruck, dass sie die Erzählungen rund um das Leid von Bienen als «Extremismus» abgetan hat und dass sie gegen alle Einwände resistent war. Erst durch das Schauen des Filmes kommt es zur Wendung: Amanda erkennt plötzlich die Zusammenhänge. Der im szenischen Präsens wiedergegebene Ausruf des Erstaunens «O Gott!» kennzeichnet ihre *Erweckung*. Sie wird von der Nichtwissenden zur Wissenden und gibt dieses neu entdeckte Wissen an mich als Zuhörer:in weiter. Hier zeigen sich Parallelen zu dem eingangs aufgeführten Beispiel mit der Guacamole, bei dem auch auf Wissen aus einem dokumentarischen Film referiert und dieses Wissen sogleich mündlich weitergegeben wird. Durch das erlangte Wissen aus einem dokumentarischen Film über Produktionsweisen von Lebensmitteln kommt es bei einer bestimmten Konsumpraktik zum Wendepunkt: Amanda kann ohne schlechtes Gewissen keinen Honig und meine Freundin keine Avocado mehr essen.

Umstellungen von Konsumweisen ausgelöst durch und begründet mit dem Schauen von dokumentarischen Filmen sind keine Einzelfälle. Bei vielen Interviews spielten dokumentarische Filme eine prägende Rolle für individuelle Denk- und Handlungsweisen. So beispielsweise für Cassandra, die seit ihrer Kindheit vegetarisch lebt: «Als Jugendliche war es für mich klar, dass ich das [Fleisch] nie essen möchte, wegen den Tieren. Ich habe nämlich früh angefangen, so Dokumentationen zu schauen. [...] Und dort habe ich gesehen, wie Schweine gemetzget wurden und ich habe das so schrecklich gefunden.»²² Bei einer qualitativen Umfrage, die ich im Jahr 2022 anlässlich der Arbeit an diesem Beitrag aufschaltete, gaben gar über 75% der Teilnehmenden an, dass sie dokumentarische Filme für ihr Leben als prägend empfunden haben. Viele sagten, dass sie durch das Schauen von Filmen Umstellungen in ihrem Konsumverhalten vorgenommen haben. So schrieb eine Teilnehmer:in: «Ich habe *Seaspiracy* geschaut. Nach diesem Film habe ich aufgehört, Fisch zu essen.»²³ Eine andere meinte: «Der Film *Tomorrow* zeigt Projekte und Wege für eine nachhaltigere Zukunft auf. Er inspirierte mich, selbst Veränderungen in meinem Verhalten einzuleiten.» Eine weitere Stimme sagte: «Ich habe *Cowspiracy*, *What the Health*, *Earthlings*, *Seaspiracy* [...] und viele mehr gesehen. Diese und viele weitere Filme haben mir in gewissen Themen die Augen geöffnet, mich auf Dinge aufmerksam gemacht, die mir nicht bewusst waren und dadurch meine Weltanschauung und mein Handeln und Denken geprägt.»²⁴

21 Gruhn: Guter Konsum (Anm. 3).

22 Interview mit Cassandra Lorenz vom 20. 10. 2021, Tuggen (Name anonymisiert).

23 Alle Kommentare stammen von Teilnehmer:innen der Umfrage: Wirkung von Dokumentarfilmen (Anm. 16).

24 Es handelt sich hier um eine Aufzählung von populären dokumentarischen Filmen, die zwischen 2005 und 2021 in Spielfilmlänge herausgegeben wurden. Sie haben gemeinsam, dass sie sich mit ökologischen, sozialen und/oder gesundheitlichen Auswirkungen unseres Konsums auseinandersetzen. Eine zentrale Rolle spielt dabei der Konsum von Fleisch, die Nutzhaltung von Tieren und die Industrialisierung. *Cowspiracy* (2014), *What the Health* (2017) und *Seaspiracy* (2021) wurden alle vom

Die Beispiele aus dem empirischen Material veranschaulichen, dass dokumentarischen Filmen aus subjektivem Empfinden eine grosse Wirkung zugesprochen wird. Dem Schauen dieser Filme wird ein Einfluss auf das individuelle Konsumverhalten attestiert. Studien aus der Kommunikationswissenschaft sagen jedoch, dass man die Einflussnahme solcher Filme auf das individuelle Verhalten nicht isoliert betrachten sollte. Dokumentarische Filme stünden immer auch in einem Zusammenspiel mit anderen (medialen) Ereignissen und Erzeugnissen. Gerade der sogenannte *Al-Gore-Effekt* wurde von mehreren Forscher:innen untersucht, die dabei feststellten, dass der Film *An Inconvenient Truth*²⁵ zwar durchaus von den Rezipient:innen als Schlüsselerlebnis mit grosser Wirkung auf ihre Leben empfunden wurde, jedoch durch ihn mediale und gesellschaftliche Debatten rund um den Klimawandel auch ganz grundsätzlich Aufwind bekamen, was als «Grundrauschen» individueller Wahrnehmungs-, Einstellungs- und Verhaltensmuster zum Klimawandel mitgedacht werden muss.²⁶ Nichtsdestotrotz zeigte sich in meinem empirischen Material, dass das Schauen von dokumentarischen Filmen als katalytische Erfahrung beschrieben wird: Die Konsument:innen ernähren sich danach anders oder verzichten auf diverse Produkte, deren Produktionsverhältnisse in dokumentarischen Filmen als problematisch thematisiert werden. Das Schauen dieser Filme kann daher – ganz abgesehen davon, welches Grundrauschen sie auslösen – als Umbruchsmoment für Biografien von Konsument:innen gelesen werden.

Diesbezüglich zeigte sich bei meinen Forschungen ein Spezifikum: Das Schauen von dokumentarischen Filmen führt bei den Befragten dazu, dass der alltägliche Konsum eines Produkts neu im Kontext von Schuld- und Gewissensfragen bewertet und beurteilt wird. Wissen aus dokumentarischen Filmen wird angeeignet und eröffnet eine neue Rahmung, in welcher individuelle Schuld an globalen Missständen erfahrbar wird. Diese neue Rahmung führt bei den Konsument:innen zu neuen Gefühlen hinsichtlich gewisser Produkte oder Konsumweisen. Dokumentarische Filme im Feld des ethischen Konsums führen daher bei vielen der Befragten nicht nur zu einem Zuwachs an Wissen, sondern vor allem zur individuellen Übernahme von Schuld. Der Honig oder die Avocado werden nicht länger gegessen, weil so Schuldgefühle respektive schlechte Emotionen vermieden werden können. Es geht um unmittelbare Gefühlsstimulierung durch Konsum beziehungsweise durch Verzicht. Die richtige Konsumweise bietet Amanda und meiner Freundin eine Möglichkeit, sich selbst (zumindest in gewissen Teilen) von

US-Amerikaner Kip Andersen produziert, der wiederum angibt, sein Interesse an Umweltfilmen und sein Lebensstilwandel haben mit dem Schauen von *An Inconvenient Truth* ihren Anfang genommen.

25 Der dokumentarische Film *An Inconvenient Truth* von Davis Guggenheim widmet sich den Ursachen und möglichen Folgen des Klimawandels. Al Gore (ehemaliger US-Vizepräsident und Präsidentschaftskandidat) fungiert dabei als zentrale Figur im Kampf gegen die globale Erwärmung. Der Film kam 2006 in Spielfilmlänge in die Kinos und gewann im selben Jahr den Oscar in der Kategorie «bester Dokumentarfilm». *An Inconvenient Truth*, USA 2006, Davis Guggenheim (Participant Media u.a.).

26 Dazu: Lörcher: Al Gore, Eltern oder Nachrichten (Anm. 12); Löfgren, Åsa und Katarina Nordblom: Attitudes towards CO2 taxation – is there an Al Gore effect? *Applied Economic Letters* 17 (2010), S. 845–848.

der Schuld zu befreien, Mitverursacher:innen der in den dokumentarischen Filmen gezeigten Missstände zu sein.

In den Interviews und Situationsgesprächen zeigt sich noch ein weiteres Charakteristikum; der Verzicht auf gewisse Lebensmittel und Produkte wird mehrheitlich mit dem «Gewissen» begründet. So sagte meine Freundin, man könne, habe man den besagten dokumentarischen Film gesehen, «guten Gewissens keine einzige Avocado mehr essen.»²⁷ Auch Anna, eine 20-jährige Studentin, drückte es so aus: «Also ich möchte einfach, dass ich mich nachher nicht schlecht fühle, dass ich nicht Mitverursacherin bin.» Sie habe sich nun neu ein Smartphone angeschafft, bei dem sie «mit gutem Gewissen dahinterstehen kann».²⁸ Das «Gewissen» dient gewissermassen als sprachliche Legitimationsfigur, um die Verbindung zwischen Wissen aus dokumentarischen Filmen und den dadurch ausgelösten Gefühlen bei alltäglichen Konsumhandlungen im Alltag herzustellen. Daher auch meine Schreibung des Begriffs in Klammern: (Ge)Wissen soll genau diesen Zusammenhang zwischen Wissen und Emotionalisierung im Kontext von Schuldfragen sichtbar machen.

Erzählperspektive und Medialität

Hier stellt sich die Frage, wie genau dokumentarische Filme dieses (Ge)Wissen schaffen können. Weshalb ist es gerade diese Medialität, die im Feld des ethischen Konsums dominant zu Tage tritt und Gefühle hinsichtlich Produkten auslösen und in Biografien von Konsument:innen einzuleiten vermag? Um diesen Fragen auf den Grund zu gehen, werden im Folgenden die Ergebnisse einer fragmentarischen Analyse des dokumentarischen Filmes *The True Cost* vorgestellt,²⁹ ein Film, der während der Zeit meiner Forschung zur Dissertation Konjunktur hatte.³⁰ Danach wird mittels eines Experteninterviews die Popularität der Medialität im Feld anhand von genrespezifischen Faktoren ergründet.

Der dokumentarische Film *The True Cost* kam 2015 in die Kinos. Es handelt sich um einen dokumentarischen Film in Spielfilmlänge (92 Minuten) zu den Missständen in der Kleiderproduktion, bei welchem Andrew Morgan sowohl Regie führte wie auch das Skript schrieb. Da ich hier der Frage nachgehen möchte, wie solche Filme als Katalysatoren für Änderungen von Konsumweisen wirken, interessiert hier weniger der Prozess der Entstehung des Filmes, sondern vielmehr die Dar-

27 Gesprächswiedergabe (Anm. 1).

28 Anna Kistler, Interview vom 05. 01. 2017, Zürich (Name anonymisiert).

29 Die Fallanalyse wurde im Zuge meiner Dissertationsforschung durchgeführt. In voller Länge findet sie sich in: Gruhn 2022, S. 91-99.

30 Zur Konjunktur im Feld: Zwei Gesprächspartner verwiesen auf diesen Film. Zum Schauen von *The True Cost* wurde mir zudem bei mehreren teilnehmenden Beobachtungen geraten. Der Film wurde an der *Nachhaltigkeitswoche Zürich* 2016 in Zusammenarbeit mit *Filme für die Erde* vorgeführt. Der Verein verschenkte zudem 1000 DVD-Exemplare an Schulen und empfahl den Film als «Filmtipp» auf ihrer Website und per Mitglieder mailing, wobei er einige Zeit auch gratis zum Streaming zur Verfügung gestellt wurde.

stellung des Erzählten: die Art und Weise, wie im Film (Ge)Wissen verhandelt und überliefert wird.³¹ *The True Cost* ist eine Montage von unglaublich vielen einzelnen Sequenzen, gedreht an diversen Orten und mit verschiedensten Menschen «all around the world»,³² die porträtiert oder/und interviewt werden. Neben eigenem gedrehtem Filmmaterial, wie Interviews, Lebens- und Arbeitsszenen sowie Landschaftsaufnahmen etc. wird auch Footage aus Nachrichten, Fotos und Handyfilmen in die Montage integriert. Der Film hält eine unglaubliche Dichte an audiovisuellem Material bereit. Die Erzählstimme spinnt dabei das Netz, das diese vielen Teile zusammenhält. Andrew Morgan, dem die Stimme des Off-Erzählers gehört, ist jene Figur des Filmes, welche «für die narrative Perspektive maßgebend ist».³³ Ein solcher Erzähler wird auch als «Reflektorfigur»³⁴ bezeichnet. Es handelt sich, wie Wilma Kiener in ihren Ausführungen zu Erzähltechniken im dokumentarischen Film ausführt, um «[d]iejenige Figur, von deren physischem wie auch psychologischem Wahrnehmungsstandpunkt aus Situationen und andere Figuren geschildert werden».³⁵ Interessant ist, dass Andrew Morgan seinen eigenen Umbruchmoment in Bezug auf Kleiderkonsum im Film erzählt und sein neu gewonnenes (Ge)Wissen durch den Film weitergibt. Demnach preist sich der Film selbst als Medium der *Erweckung* und wird als «eye-opening journey»³⁶ beworben, wobei solche Redewendungen Analogien zu den sprachlichen Darstellungen von *Erweckungsmomenten* (beispielsweise bei Amanda «wie die Schuppen von den Augen gefallen») in den Interviews aufweisen.³⁷ Das *Emplotment* liegt nicht nur auf dem Wissen um die globalen Verknüpfungen in der Kleiderindustrie, sondern auf den von diesen Wissenspotenzialen ausgehenden individuellen Handlungsoptionen. So schliesst *The True Cost* mit folgenden Worten aus dem Off: «Will we continue to search for happiness in consumption of things? [...] Will we continue to turn a blind eye to the lives behind our cloth? Or, will this be a turning point, a new chapter of our story? And together we will make a real change, [...] maybe we can start here: with clothing. (Einblendung: Learn more & take action: truecostmovie.com)».³⁸ Interessant ist, dass der Film sich selbst in diesen Schlussworten erneut die Macht zuschreibt, ein Moment des Umbruchs zu sein. Er fragt danach, ob dies nun ein «turning point» sei, der zu einem neuen Kapitel führe. Dabei wechselt auch die Erzählperspektive: Andrew Morgan ist nun nicht mehr alleine mit seinem Wissen und Gewissen, sondern alle Rezipient:innen wurden durch das Schauen des Filmes

31 Eine Filmproduktion ist ein komplexer Prozess, und das Endprodukt ist von unterschiedlichen Faktoren abhängig. Vertiefungsmöglichkeiten in einem anderen Kontext bietet hier: Rauh, Felix: Hilfsbedürftiges Afrika? Zum Gebrauch von Dokumentarfilmen in der Entwicklungszusammenarbeit. In: Manuel Menrath (Hg.): Afrika im Blick. Afrikabilder im deutschsprachigen Europa 1870–1970. Zürich 2012, S. 283–308.

32 *The True Cost*. USA 2015, Andrew Morgan (Untold Creative und Life Is My Movie Entertainment).

33 Kiener, Wilma: Die Kunst des Erzählens. Narrativität in dokumentarischen und ethnographischen Filmen. München 1999, S. 207.

34 Kiener: Die Kunst (Anm. 31) S. 208.

35 Kiener: Die Kunst (Anm. 31) S. 208.

36 URL: <https://truecostmovie.com/watch/the-true-cost/> (abgerufen: 20. 1. 2023).

37 Ramseyer: Interview (Anm. 20).

38 Morgan: *The True Cost* (Anm. 30).

erweckt. Sie wurden von Unwissenden zu Wissenden mit einem neuen Gewissen. Sie werden nun auch von der Erzählstimme als Kollektiv angesprochen: «together we will make a real change». Das Kraftvolle dieses dokumentarischen Filmes liegt nicht im Bereitstellen von Wissenspotenzialen, sondern in der Kontextualisierung dieser in Lebenswelten; in diesem Fall in derjenigen von Andrew Morgan und von dieser ausgehend in jener der Rezipient:innen. Dokumentarische Filme sind somit immer auch Akteure der Wissensproduktion, wobei ihre Macht in der «Kunst des Erzählens»³⁹ liegt. Die Rhetorik von *The True Cost* lässt sich auch bei weiteren im Feld populären Filmen beobachten: Sie gehen jeweils vom Subjekt aus und erzählen eine Geschichte von individueller Wissens- und Gewissensfindung.⁴⁰ Gerade weil viele der dokumentarischen Filme über eine Erzähler:in als «Reflektorfigur» verfügen, die selbst Subjekt eines biografischen Umbruchmoments ist, erzählen sie Geschichten von individueller Wissensaneignung. Eine Antwort auf die Frage, weshalb dokumentarische Filme im Feld des ethischen Konsum so machtvoll sind, kann somit in dieser Erzählperspektive gesehen werden, die eine Zusammenführung von Wissenspotenzialen und subjektiv erfahrbarer Lebenswelt ermöglicht. Ein Film wie *The True Cost* liefert Ordnungsschemata, mit welchen Konsument:innen die sie umgebende Wirklichkeit (neu) erfahren und im Rahmen von individuellen Schuld- und Gewissensfragen neu deuten können.

Neben der Erzählperspektive gibt es weitere genrespezifische Faktoren, die dazu beitragen, dass dokumentarische Filme beim ethischen Konsum eine gewisse Dominanz aufweisen. Um diese herauszuarbeiten, stütze ich mich hier auf ein Interview mit Barbara Roth, der Co-Geschäftsführerin von *Filme für die Erde* (der Verein selber wird bei den Erkundungen zu Verteilpraktiken noch näher vorgestellt werden). «Gruhn: «Du sagtest, du fändest es [den dokumentarischen Film] ein ideales Medium, um Wissen zu transportieren. Warum ist denn diese Medialität so wirkungsvoll?» Roth: «Also sie spricht alle Sinne an. Es ist anders, als wenn man ein Buch liest. Du siehst, du hörst und es kann dich berühren, jeder kann etwas rausnehmen. Wenn man sich mit dem Klimawandel beschäftigen will, dann gibt es beispielsweise viel mehr Hürden, ein Buch zu lesen. Man muss wirklich eintauchen und wahrscheinlich versteht man dann erst auf Seite 200, was da so läuft. Bei einem Film kann man direkt einsteigen. Es ist unglaublich zugänglich. Ein Film kann einen auch berühren und ist so viel wirkungsvoller, weil es Realitäten sind, die gezeigt werden. Natürlich sind es Ausschnitte von Realitäten, man kann Aspekte in einem Film zeigen, oder eben auch nicht zeigen. Die guten Dokus sind Meisterwerke, jemand hat sich ganz genau überlegt, was er wann wie betonen muss. Diese Filme sprechen einfach alle Sinne an und sind so einfach zugänglich. Also, ich kenne keinen Menschen, der nicht gern Filme schaut. Man ist sofort drin.

39 Titelsetzung bei Kiener: Die Kunst (Anm. 31).

40 Daneben lassen sich weitere populäre Erzählstrategien ausmachen; jene der Erzählung durch starke abscheuliche Bilder z.B. *The Cove* (Psihoyos 2009) oder jene der Erfolgsgeschichte meist durch Porträts von erfolgreichen Nachhaltigkeitsprojekten z. B. *Tomorrow* (Dion und Laurent 2015).

[...] Im Gegensatz zu Büchern ist es bei Filmen eine kurze Zeitspanne, man kann innerhalb von einer Stunde in eine ganz neue Welt eintauchen.»⁴¹

Im Folgenden werde ich drei Dinge besprechen, die Roth in diesem Interviewauschnitt zur Medialität des dokumentarischen Films thematisiert: Die Darstellung von Realitäten, die Zugänglichkeit sowie die Sinnlichkeit und Emotionalisierung. Roth macht darauf aufmerksam, dass dokumentarische Filme «Ausschnitte von Realitäten» zeigen, die in Produktionsprozessen bedacht ausgewählt und zusammengesetzt werden. Diese Montageleistung von dokumentarischen Filmen sei einer der Gründe dafür, dass diese bei Nachhaltigkeitsthemen so populär wurden. Dokumentarische Filme liefern Ausschnitte von Realitäten und betreiben damit Storytelling. Der Filmwissenschaftler Catalin Brylla und die Medienwissenschaftlerin Mette Kramer sehen das Wirkungsvermögen von dokumentarischen Filmen in ihrer Rhetorik: «Documentaries are sometimes considered ways of conveying information. They inform us about the world. And yet, they are never simply that. Tables, charts, spreadsheets convey information, but documentaries speak in the voice of a filmmaker and convey a perspective on the world. [...] It is more a matter of finding the ways and means of predisposing viewers to believe, internalize, and even act upon a particular view of how things (really) are in the world. It is a matter of credible, convincing, and compelling representations of the sort fruitfully explored by classic rhetoric.»⁴² Die Kraft von dokumentarischen Filmen in Feldern der Nachhaltigkeit liegt somit nicht im Bereitstellen von Wissenspotenzialen (wie beispielsweise durch wissenschaftliche Studien), sondern in der Kontextualisierung dieser. Wie oben exemplarisch am Film *The True Cost* aufgezeigt, sind dokumentarische Filme immer auch als Akteure der Wissensproduktion in Feldern der Nachhaltigkeit zu verstehen, deren Macht in der «Kunst des Erzählens» liegt.⁴³

Roth erklärt im Interview weiter, dass dokumentarische Filme sehr «einfach zugänglich» seien, und sie sich gerade deshalb eignen, um Wissen rund um Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen zu vermitteln.⁴⁴ Interessant ist, dass sie mit der Gegenüberstellung zweier Medialitäten argumentiert: Buch und Film. Wobei die Medialität des Buches als herausfordernd, zeitintensiv, langwierig und langweilig und jene des Filmes als niederschwellig, massentauglich und unterhaltend charakterisiert wird. Diese Gegenüberstellung mag auf den ersten Blick verwundern, weil dokumentarische Filme in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen lange als intellektuelle Bildungs- und nicht als kommerzialisierte Massenmedien besprochen wurden. «Im wissenschaftlichen Diskurs der Rolle der Massenmedien für das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung fanden diese Filme bisher so gut wie keine Berücksichtigung», konstatiert Kleine.⁴⁵ Umso mehr sollte der Niederschwelligkeit und dem Vergnüglichen des Mediums mehr Beachtung geschenkt werden. Zum

41 Roth: Interview (Anm. 17).

42 Brylla, Catalin und Mette Kramer (Hg.): *Cognitive Theory and Documentary Film*. Cham 2018, S. ix.

43 Kiener: *Die Kunst* (Anm. 31); *Zu den Darstellungskonventionen dieser Filme*: Klein: *Strategien der Darstellung* (Anm. 3).

44 Roth: Interview (Anm. 17).

45 Kleine: *Strategien der Darstellung* (Anm. 11).

einen sind damit der Trend von dokumentarischen Filmen zu Nachhaltigkeitsthemen in Spielfilmlänge und die sich wandelnden Kanäle der Rezeption verbunden, zum anderen – so lässt sich vermuten – eine durch diese Entwicklung veränderte rezeptorische Haltung und Erwartung. Einige dieser Aspekte werden in den Erkundungen zu Verteilpolitiken weiter unten aufgegriffen.

Die Zugänglichkeit des Mediums sieht die Co-Geschäftsführerin von *Filme für die Erde* auch in der Sinneserfahrung und Emotionalisierung gegeben. Dokumentarische Filme, so Roth, sprechen «alle Sinne an», als Zuschauer:in sei man «sofort drin».⁴⁶ Diese Sinnfokussierung ist spannend, da das Dokumentarische selbst meist den Anspruch darauf erhebt, nichts Weiteres zu tun, als zu dokumentieren. Der Soziologe York Kautt zeigt auf, dass dieser vermeintliche Widerspruch keiner ist, denn der Anspruch des Dokumentierens sei im Kontext der reflexiven Moderne unter einen «gesteigerten Authentifizierungsdruck» geraten.⁴⁷ Emotionen komme diesbezüglich eine wichtige Stellung zu: «Körperausdrücke, Atmosphären, Settings oder *feeling rules* steigern die Wahrscheinlichkeit der emphatischen Teilnahme des Zuschauers und fungieren zugleich als Authentifizierungsmechanismen des Gezeigten. Dabei entfalten die Narration und die Darstellungsweisen des Dokumentarfilms selbst eine *feeling rule*, nämlich insofern, als die Emotionsthematisierungen den Zuschauer dazu auffordern, Darstellungen als authentisch zu empfinden und (auch deshalb) reflexiv als solche zu akzeptieren».⁴⁸ Die Beschäftigung mit der Sinnlichkeit von dokumentarischen Filmen zeigt daher, dass die Medialität – gerade weil sie als authentisch wahrgenommen werden will – einen normativen Bereich des Fühlens aufspannt. Gerade das Authentische kann so zu emotionalen Reaktionen seitens der Rezipient:innen führen, da das Dargestellte hinterfragt und durch die reflexive Hinterfragung als «wahr» empfunden wird. Dieser Befund knüpft eng an das oben besprochene Spezifikum an, demzufolge das Schauen von dokumentarischen Filmen bei den Befragten dazu führt, dass der alltägliche Konsum eines Produkts neu im Kontext von emotionalen Schuld- und Gewissensfragen bewertet und beurteilt wird.

Verteilpolitiken und mediale Milieus

Wenn man sich mit dokumentarischen Filmen im Feld des ethischen Konsums auseinandersetzt, stösst man unweigerlich auf den gegenwärtig grössten Verein für dokumentarische Filme zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen in der Schweiz: *Filme für die Erde*. Während meiner Forschungstätigkeit 2016 und 2017 im Rahmen der Dissertation zeigten sich diverse Verknüpfungen zwischen meinem Feld und diesem Verein: So gab es beispielsweise Verbindungen zwischen jenen dokumentarischen Filmen, die in Interviews erwähnt wurden und jenen, welche der Verein

46 Roth: Interview (Anm. 10).

47 Kautt, York: *Gefilmte Gefühle – gefühlte Filme*. In: Carsten Heinze und Thomas Weber (Hg.): *Medienkulturen des Dokumentarischen*. Wiesbaden 2017, S. 101–130.

48 Kautt: *Gefilmte Gefühle – gefühlte Filme* (Anm. 44), S. 125–126.

zu dieser Zeit an Festivals zeigte. Zudem, und damit in Zusammenhang stehend, besuchten einige der Befragten auch die Festivals des Vereins. Darüber hinaus waren einige Interviewpartner:innen im Verein aktiv in Jurys tätig oder mir wurden sogenannte «Weitergebe DVDs» in die Hände gedrückt – auf welche ich gleich noch zu Sprechen kommen werde.

Filme für die Erde wurde 2007 in der Schweiz gegründet. Als Initialzündung der Gründung wird die Idee genannt, dass Al Gore's Film *An Inconvenient Truth* ein möglichst grosses Publikum erreichen sollte.⁴⁹ Aus einer Verteilaktion von DVDs wurden ein gemeinnütziger Umweltbildungsverein und ein Kompetenzzentrum für dokumentarische Filme zum Thema Nachhaltigkeit mit Standort in Winterthur.⁵⁰ Vor drei Jahren kamen ein Verein in Deutschland und eine internationale Stiftung hinzu, deren Ziel es ist, Filmrechte zu kaufen. Die Grundidee, dokumentarische Filme als Wissensmedium für Nachhaltigkeit und Umweltschutz einzusetzen, ist bis heute Programm: Neben einem jährlichen Festival mit rund 17'000 Besucher:innen, bietet der Verein schweizweites Pop-up-Kino, Schulaktionen, Filmberatungen sowie eine online Film-Mediathek.⁵¹ Hier interessiert nun, wie dokumentarische Filme gegenwärtig als Vermittlungsmedium eingesetzt und welche Politiken damit verfolgt werden.

Vor sieben Jahren, als ich Feldforschungen für meine Dissertation durchführte, wurden mir bei Interviews Weitergebe-DVDs vom Verein *Filme für die Erde* in die Hände gedrückt. Diese DVDs, die – wie im Inneren der Hülle nachzulesen ist – nach dem Schauen an Freunde und Bekannte weiterzugeben sind, sind bei meinen Sondierungen im Feld im Frühjahr 2022 verschwunden. Durch die Digitalisierung wurde die Grundidee für die Gründung des Vereins, durch mediale Träger Wissen weiterzugeben und (auch im physischen Sinne) ein Netzwerk zu schaffen, obsolet. Die Kanäle, über welche dokumentarische Filme gestreut und geschaut werden, haben sich in den letzten Jahren gewandelt. So gaben bei der Umfrage 37% der Befragten an, dokumentarische Filme über online Plattformen zu streamen.⁵² Diese Entwicklung stellt Vereine, die mit dokumentarischen Filmen Bildungsarbeit betreiben, vor ein Dilemma: Einerseits ist es in ihrem Interesse, dass dokumentarische Filme von möglichst vielen Menschen geschaut werden. Andererseits birgt das grosse Angebot von Nachhaltigkeitsfilmen auf diversen Plattformen eine Gefahr für die eigene Existenz, weil den gemeinnützigen Organisationen/Vereinen meist die Ressourcen fehlen, um Filmrechte zu erwerben.

Dennoch bringt die Digitalisierung das mit sich, was sich viele Organisationen, die sich der Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen widmen, jahrelang gewünscht haben: «auch ausserhalb der ‹Nachhaltigkeitsbubble› Menschen zu erreichen».⁵³

49 *An Inconvenient Truth*. USA 2006, Davis Guggenheim und Al Gore (Lawrence Bender Productions and Participant Productions).

50 URL: <https://festival.filmefuerdieerde.org/ueber-uns/>, (abgerufen: 4. 7. 2022).

51 URL: <https://filmsfortheearth.org/filme/>, (abgerufen: 1. 7. 2022).

52 Davon fallen 15,7% auf kostenpflichtige Streamingdienste (*Netflix, Apple TV* etc.) und 22,3% auf kostenlose Streamingdienste (*Youtube, Filme für die Erde* etc.) Umfrage: Wirkung von Dokumentarfilmen (Anm. 16).

53 Umfrage: Wirkung von Dokumentarfilmen (Anm. 16).

2017 beklagten Befragte, die sich aktiv bei Vereinen oder Organisationen beteiligen, darüber, dass immer die gleichen Leute an Events kämen und so ein sozialer «Nachhaltigkeitskuchen» entstehe.⁵⁴ Mit Blick auf die Verbreitung von dokumentarischen Filmen lässt sich im Zuge der Digitalisierung (deren Effekte sich durch die Covid-Massnahmen noch verstärkt haben) von einer Ausweitung dieses «Kuchens» im Sinne des Wachstums eines *medialen Milieus*⁵⁵ sprechen. Dies, weil nun Rezipient:innen aus allen sozialen Schichten und unterschiedlichen Orten Zugang zu dokumentarischen Filmen haben, da sich durch die Digitalisierung die Produktionsprozesse sowie die Kanäle und Zugänge verändert haben.

Auch der Verein *Filme für die Erde* beobachtete im Zuge der Digitalisierung seines Angebots einen Zuwachs von Zuschauer:innen: Während des ersten Lockdowns gab es ein «Stay-at-home-Cinema», bei dem Filme mehr als 8000 Mal angeschaut wurden. «Normalerweise haben wir ungefähr 500 Betrachtungen pro Film. Wir merken, dass wir so auch Leute ausserhalb unseres Radius erreichen können», ordnet Roth diese Entwicklung ein.⁵⁶ Diese Veränderung bringt weitere mit sich: Während das *mediale Milieu* des dokumentarischen Nachhaltigkeitsfilms erweitert wird, anonymisiert es sich gleichzeitig zunehmend. Es mussten Formen und Möglichkeiten gesucht werden, soziale Netzwerke und Verbindlichkeiten (wieder-)herzustellen. So entwickelten sich parallel zu digitalen Formaten zur Verbreitung der Filme (wie der Filmdatenbank oder dem *Stay-Home-Cinema*) auch analoge, bei denen vor allem das Soziale und Gemeinschaftliche im Vordergrund steht. Neben den bewährten Formaten, wie dem alljährlichen Filmfestival, bei dem ein grosses Rahmenprogramm geboten wird, und den Schulkinos, für die Unterrichtsmaterialien mitgeliefert werden, ist dies das *Pop-Up-Kino*: «Beim Pop-Up-Kino, geben wir jeder und jedem die Möglichkeit den Film zu zeigen; Organisationen, aber auch Privaten. Wir haben 60 Standorte und die sind sogar in Sent (GR) mit 900 Einwohner*innen – also wirklich überall in der Deutschschweiz! Diese Kinos betreiben Leute, die wir meistens nicht kennen. Und diese Leute zeigen diesen Film wiederum ihren Leuten. Das ist etwas Tolles! Die Pop-Up-Kinos können einfach ein Hof, Gemeinschaftsgarten oder eine Scheune sein. Das ist unser Weg, die urbane Bubble zu durchbrechen.»⁵⁷

Inwiefern das gemeinsame Schauen von dokumentarischen Filmen Einfluss auf deren Rezeption und das Community-Building nimmt, wird weiter unten noch Thema sein. Hier möchte ich zu den bereits skizzierten Dynamiken der Verteilung von dokumentarischen Filmen noch auf die Politiken Bezug nehmen: Roth macht deutlich, dass es eine Zielsetzung ist, das Netzwerk auf ländliche Gebiete in der Schweiz auszuweiten. Denn aktive Mitglieder seien bisher vor allem in den Deutschschweizer Städten Zürich, Winterthur, Luzern und Bern zu finden. Eine

54 Moser: Interview (Anm. 28).

55 Zum Begriff des *medialen Milieus*: vgl. Weber, Thomas: Der dokumentarische Film und seine medialen Milieus. In: Carsten Heinze und ders. (Hg.): Medienkulturen des Dokumentarischen. Wiesbaden 2017, S. 3–26.

56 Roth: Interview (Anm. 10).

57 Roth: Interview (Anm. 10).

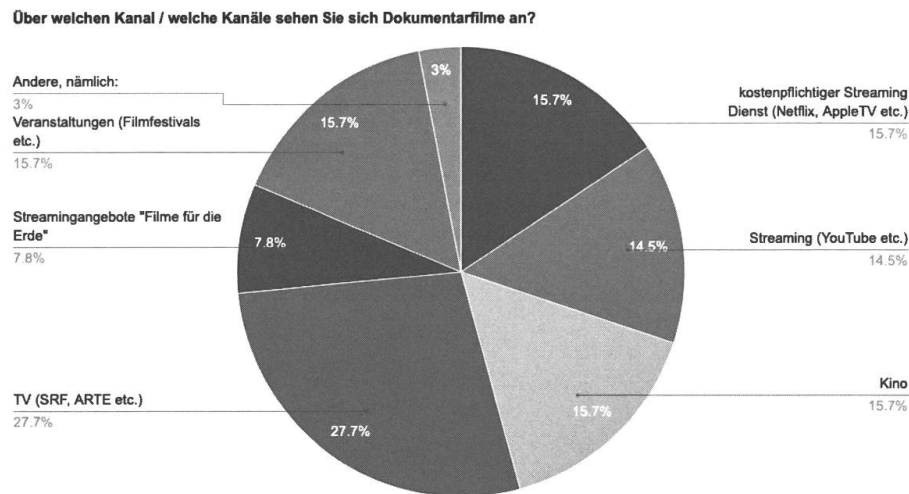


Abb. 1: Umfrage: Wirkung von Dokumentarfilmen
Quelle: Umfrageergebnisse generiert mit Findmind (Vgl. Anm. 16).

weitere Politik der Verteilung ist jene, dem dokumentarischen Film wieder «mehr Wert» zu geben, denn die Digitalisierung habe auch dazu geführt, dass die Menschen weniger bereit seien, für das Schauen eines Filmes zu bezahlen.⁵⁸ Dieser Umstand führe dazu, dass auch die Anmeldungen bei Festivals unverbindlicher geworden seien und viele der Angemeldeten nicht erscheinen würden.

Dass bei der Untersuchung von Verteilungspolitiken digitale und analoge Modi nicht als etwas Gegensätzliches aufgefasst werden sollten, zeigt sich in Formaten wie der *Film-Postkarte*, welche die *Weitergabe-DVD* seit letztem Jahr ersetzt. Die Postkarte, welche Teilnehmer:innen am Filmfestival erhalten, ist vorfrankiert und enthält einen Link, über den die Empfänger:innen einen Film streamen können. «Wir haben so auch einen Weg gefunden, um den Leuten zu vermitteln: Hey, das ist immer noch wertvoll.»⁵⁹ Neben der Vermittlung von Wertigkeit führt die Postkarte auch zu einer grösseren Bekanntheit des Vereins und als Werbeinstrument zum Zuwachs von Rezipient:innen. Es zeigt sich, dass die Art und Weise – also auf welchen Kanälen und zu welchen Kosten –, in der die Streuung von dokumentarischen Filmen geschieht, Einfluss auf die Milieuspezifität der Rezipient:innen hat. Dabei spielen sowohl neue Produktions- und Distributionsprozesse von Streamingdiensten, wie auch Politiken und Praktiken von gemeinnützigen Akteur:innen eine zentrale Rolle.

58 Ebd.

59 Ebd.

Führt man sich die Antworten aus der Umfrage zur Frage vor Augen, wo dokumentarische Filme geschaut werden, so ergibt sich folgendes Bild (Mehrfachantworten waren möglich):

Trotz des grossen digitalen Angebots gaben über 31% der Befragten an, dokumentarische Filme in einem gesellschaftlichen Setting zu schauen (davon 15,7% im Kino und 15,7% an Filmfestivals). Dies kann einerseits damit zusammenhängen, dass das gemeinsame Schauen eines Filmes eine spezifische kulturelle Technik ist, die stark durch die Mediengeschichte des Films und des Fernsehens geprägt ist. Andererseits erzählten mir Konsument:innen, dass sie das gemeinschaftliche Schauen solcher Filme und den Austausch über das Gesehene als heilsam empfinden.⁶⁰ Yanik Moser beschreibt dies so: «Am Anfang, als ich diese Dokus gesehen habe, hatte ich das Gefühl: «Oh, die Welt ist schlimm und man muss unbedingt etwas machen.» [...] Und nachher habe ich plötzlich gemerkt: Hey, es gibt noch so viele andere Menschen, die sich auch engagieren und auch ganz viel machen. Und das ist wirklich mega cool gewesen.»⁶¹ Forschungen zu Sehgemeinschaften zeigen, dass diese sogenannte «emotional communities» hervorbringen: Das Filmschauen wird vom gemeinsamen Erleben geprägt und verbindet auf emotionaler Ebene, es entstehen Zusammengehörigkeitsgefühle.⁶² Im Austausch mit anderen erfahren und erleben die Rezipient:innen ein Kollektiv von Menschen, das sich mit den gleichen Themen beschäftigt wie sie. Carole Roy, die sich mit Erwachsenenbildung auseinandersetzt, stellte in ihrer Studie über *Documentary Film Festivals* Ähnliches fest: «[...] the most important aspect of the film festival is the social dimension: the realization that many people are concerned about the same issues and one is not alone.»⁶³ Die Autorin führt aus, dass solche Festivals «shared experience»⁶⁴, also geteilte Erlebnisse, ermöglichen, die Gemeinschaftsgefühle fördern. Wie bei Roy zeigt sich auch in meinem ethnografischen Material, dass dem sozialen Erleben von Gemeinschaft beim Schauen von dokumentarischen Filmen Gewicht zukommt. Sandra Boschert, die zweite Co-Geschäftsführerin von *Filme für die Erde*, bestätigt die Bedeutung der gesellschaftlichen Rezeptionserfahrungen: «Es ist wichtig, dass die Leute spüren: «ich bin nicht alleine»».⁶⁵ Gerade bei Filmen mit komplexen und teils belastenden Inhalten, sei das Empfinden eines Kollektivs während und nach ihrer Rezeption von Bedeutung.

60 Vgl. Gruhn: Guter Konsum (Anm. 4).

61 Interview mit Yanik Moser vom 8. 12. 2016, Zürich (Name anonymisiert).

62 Hämmerling, Christine: Sonntags 20:15 Uhr – «Tatort». Zur sozialen Positionierung eines Fernsehpublikums. Göttingen 2016, hier S. 122–132.

63 Roy, Carole: *Documentary Film Festivals*. Transformative Learning, Community Building & Solidarity. Boston 2016, hier S. 81.

64 Ebd., S. 66 und S. 81.

65 Boschert: Interview (Anm. 10).

Schlussbetrachtungen – oder zurück zur Avocado und zum Honig

Was haben nun dokumentarische Filme und ihre Medialität mit Konsum zu tun? Welche Rolle spielen diese Filme bei alltäglichen Gewissensfragen? Und was hat dies mit Umbruchmomenten, Erzählperspektiven, Verteilpolitiken und medialen Milieus zu tun? Der Text nahm eine alltägliche Beobachtung und zugleich Verdichtung im Feld des ethischen Konsums – jene, dass Konsum- oder Verzichtspraktiken mit Wissen aus dokumentarischen Filmen begründet werden – für drei Erkundungen zum Ausgangspunkt.

Kehren wir daher nochmals zu diesem Anfang zurück und wenden uns der Avocado und dem Honig zu: Auf beide Lebensmittel wird verzichtet, weil ihre Produktionsverhältnisse in dokumentarischen Filmen als problematisch thematisiert werden. In beiden Gesprächen referieren die Konsumentinnen auf Inhalte der Filme, empfehlen anderen, diese zu schauen und erklären mit dem Wissen aus diesen Filmen ihre Verzichtspraktiken. Dabei zeigte sich im empirischen Material eine Eigenheit: die sprachliche Separation von Wissen und Nichtwissen. Durch das Schauen des Films fallen die «Schuppen von den Augen»⁶⁶ und Zusammenhänge zwischen Wissen um Produktionsweisen sowie eigenem Alltagshandeln werden sichtbar. Es kann demnach festgehalten werden, dass dokumentarische Filme im Feld des ethischen Konsums eine Trennlinie zwischen Wissen und Nichtwissen markieren und diese Positionierung – so zeigte die exemplarische Analyse der Erzählstrategie eines populären Films im Feld – durchaus auch für sich beanspruchen. Von einem «turning point»⁶⁷ und einer «eye-opening journey»⁶⁸ ist da beispielsweise die Rede. In ähnlichen Worten beschreiben auch die Konsument:innen Filme als Umbruchmomente in ihren Biografien. Ihre Rezeption wird als katalytische Erfahrung erzählt, die grossen Einfluss auf künftige Konsumhandlungen nimmt.

Es ist denn auch nicht nur das Wissen, auf welches beim Verzicht auf Lebensmittel referiert wird, sondern ebenso sehr das Gewissen. Dokumentarische Filme markieren so nicht nur die Trennlinie zwischen Nichtwissen und Wissen, sondern sie liefern auch neue Kontextualisierungen und Ordnungsschemata mit welchen das alltägliche Konsumhandeln bewertet werden kann. Oder etwas banal formuliert: Nur durch Wissen kommt es zum Gewissen. Konsumweisen werden nach dem Schauen der Filme neu anhand von Gewissensfragen beurteilt: Der Honig oder die Avocado werden nicht mehr gekauft und gegessen, weil so Schuldgefühle vermieden werden können. Die *richtige* Konsumweise bietet eine Möglichkeit, sich selbst (zumindest in gewissen Teilen) von der Schuld zu befreien, Mitverursacher:innen der in den dokumentarischen Filmen gezeigten Missstände zu sein.

Wenn man zur Frage zurückkehrt, warum es gerade die Medialität von dokumentarischen Filmen schafft, individuellen Konsum zu emotionalisieren, so zeigte sich, dass diese Medialität, gerade weil sie als authentisch wahrgenommen werden will, einen normativen Bereich des Fühlens aufspannt. Die Filme geben eine klare Rah-

66 Ramseyer: Interview (Anm. 20).

67 Morgan: *The True Cost* (Anm. 30).

68 URL: Film-Website (Anm. 34).

mung vor, welche Gefühle gegenüber den gezeigten Missständen zugelassen sind. Wie man als Rezipient:in das Gezeigte fühlen und wie man sich emotional dazu verhalten soll, verläuft in festen Bahnen: Es geht um die Zuweisung und Anerkennung von Schuld. Es mag daher nicht verwundern, dass infolge einer emotionalen Rezeptionserfahrung das individuelle Konsumhandeln so ausgerichtet wird, dass man sich weniger oder gar nicht mehr schuldig fühlt. Es geht um die Vermeidung von negativen Gefühlen durch den *richtigen* Konsum.

Hier könnte diskutiert werden, inwiefern auch das Nichtschauen eines empfohlenen Filmes mit Schuld belastet ist. Dies insbesondere, weil die Erkundungen zu Verteilpolitiken zeigten, dass es immer die gleichen Leute sind, die beispielsweise an dokumentarischen Filmfestivals interessiert seien. Obschon ein Medienwandel stattfand und durch die Digitalisierung nun mutmasslich mehr Menschen aus unterschiedlichen sozialen Schichten Zugang zu dokumentarischen Filmen zu Konsumthematiken haben, kämpfen Vereine wie *Filme für die Erde* mit der Milieuspezifität ihres Publikums. So seien beispielsweise immer wieder dieselben Leute im Verein aktiv. Die Medialität des dokumentarischen Filmes bringt so auch *emotional communities* hervor. Gerade weil diese Medialität kollektive und individuelle Schuldfragen adressiert, kann das Schauen von dokumentarischen Filmen belastend sein. Es ist der Austausch mit anderen, das Reden über das Gesehene, welchen die Rezipient:innen als heilsam empfinden.

Hier schliesst sich der Kreis: Das Reden über dokumentarische Filme bildet Ausgangs- wie auch Schlusspunkt dieses Beitrags. Im Interview erzählte mir Boschert, dass sie am Wochenende an einem Gartenkurs teilgenommen habe, bei welchem eine Teilnehmer:in fragte: «Habt ihr *More than Honey* gesehen?»⁶⁹ und damit einen Austausch über Tierhaltung angeregt habe. Ob nun *Avocado War*, *The true Cost* oder *More than Honey*, ob Guacamole, Kleider oder Honig, ob kaufen, tragen, essen oder verzichten: Dokumentarische Filme spielen im Feld des ethischen Konsums eine wichtige Rolle. Sie eröffnen den Rezipient:innen neues Wissen und geben gleichzeitig die Rahmung vor, in welcher dieses Wissen emotionalisiert und alltäglich im Kontext von Schuldfragen verhandelt wird. Dokumentarische Filme spielen so eine zentrale Rolle beim Erschaffen eines subjektiven (Ge)Wissens, ihr Schauen wird zur katalytischen Erfahrung und zum Umbruchmoment in Biografien.

69 Boschert: Interview (Anm. 10).