

Case Study: Engineering Goodwill – Die visuelle Konstruktion von Energienarrativen

Wenn wir morgens den Lichtschalter betätigen, sehen wir das Ergebnis, aber niemals den Prozess der Energiegewinnung. Dabei ist Energie die fundamentale Ressource unserer Zivilisation (Smil, 2017, S. 385), doch für das menschliche Auge bleibt sie im Alltag paradoxerweise unsichtbar.

Genau an dieser Schnittstelle entsteht ein strategisches Problem: Großtechnische Energiesysteme, seien es Tagebaue, Kraftwerke oder moderne Windparks, verändern Landschaften, Lebenswelten und soziale Strukturen. Um für diese massiven materiellen Eingriffe gesellschaftlichen Rückhalt (Goodwill) zu generieren, greift die Industrie seit jeher auf gezielte Kommunikationsinstrumente zurück (Mörtzsch, 1959, S. 23). Sie schafft ein Sichtbarkeits-Regime (Hediger & Vonderau, 2009, S. 42): Eine Methode, die bestimmt, welche Aspekte der Energiegewinnung bildwürdig sind und welche im Verborgenen bleiben.

Die „Technische Romanze“ als Heilsversprechen

Das erste Werkzeug zur Erzeugung von Akzeptanz ist die sogenannte „technische Romanze“ (Heßler, 2012, S. 21–22). Diese Erzähllogik stilisiert den technologischen Fortschritt als eine heroische, alternativlose Kraft, die inhärent mit gesellschaftlichem Wohlstand einhergeht. Strukturelle Probleme, ökologische Risiken oder ein potenzielles Scheitern sind in dieser Logik nicht vorgesehen.

In klassischen Industriefilmen der fossilen Ära - wie etwa dem Film *Braunkohlentagebau* (1980) - äußert sich diese Romanze in einer monumentalen Maschinenästhetik. Schaufelradbagger werden in Panoramen dargestellt und in ein Größenverhältnis zum Menschen gesetzt. Sie wirken dadurch erhaben und hocheffizient. Der Mensch taucht in diesen Bildern oft nur als winziges, anonymes Rädchen im Getriebe der Produktion auf, was die mühelose Beherrschung der Natur unterstreicht (Przigoda, 2004, S. 54–55).

Die Maschine wird vom reinen, potenziell destruktiven Werkzeug zum Heilsversprechen für die Versorgungssicherheit einer ganzen Region transformiert. Hierdurch wird die rationale Effizienz industriell-kapitalistischer Bild Darstellungen manifestiert. Dies äußert sich auch in einer Natur-Industrie-Dialektik, in der technische Anlagen in grüne Landschaftspanoramen eingebettet werden.

Die harmonische Idylle der “Pseudoumwelt”

Da die physische Realität von Energiegewinnung (Lärm, Staub, massive Erdbewegungen) zu komplex und konfrontierend für eine positive Repräsentation ist, konstruiert die Public Relations (PR) eine Ersatzrealität: Die Pseudoumwelt (Lippmann, 2018, S. 64). Durch gezielte Selektion und das Weglassen „hässlicher“ Details entsteht ein Bild, das in sich so stimmig ist, dass wir es für die echte Welt halten.

Kernprinzip ist hier die Darstellung von Endergebnissen, nicht Prozessen. Das Konzept der Pseudoumwelt findet sich daher vor allem bei den Themen der Rekultivierung und Umsiedlung.

So sehen wir zwar die fertig gestalteten, neuen Naherholungsgebiete, nicht aber die vorherige Landschaft. Auch wird ausgelassen, dass erst große Flächen vernichtet wurden, um eine neue Landschaft zu gestalten. Ortschaften werden als repräsentativ, sauber und modern dargestellt. Alte, natürlich gewachsene Ortsstrukturen finden keine Beachtung.

Flankiert wird dieses Idyll oft durch das Motiv der generationenübergreifenden Zukunft. Die exklusive Besiedlung dieser künstlichen Landschaften durch lachende, spielende Kinder (Grob, 2004, S. 211) oder Tiere. Durch die Abwesenheit von kritischen Akteuren wird die Landschaft entpolitisiert. Jugend und Unschuld fungieren hier als visueller Anker für die soziale Verantwortung und Zukunftsfähigkeit eines Konzerns.

Die Kontinuität des Erbes: Von der Industrie zu Social Media

Das entscheidende Learning aus der Dekonstruktion historischer Medien ist, dass diese Mechanismen keine Relikte einer vergangenen Epoche sind. Sie bilden bis heute das zeitlose Repertoire der industriellen Kommunikation.

Wer heute durch Instagram oder LinkedIn scrollt, begegnet exakt derselben visuellen Rhetorik. Wo in den 1980er-Jahren rauchende Kraftwerke im grünen Feld für Wohlstand warben, inszeniert die moderne PR von Energiekonzernen heute glänzende Solarparks und sanft rotierende Windkraftträder vor malerischen, unberührten Sonnenuntergängen.

Die visuelle Argumentation hat sich in ihrer Struktur nicht verändert. Massive, raumgreifende infrastrukturelle Eingriffe und der dafür nötige Ressourcenverbrauch werden hinter einer ästhetisierten, nachhaltigen Pseudoumwelt verborgen.

Literatur

- Grob, N. (2004). Film der sechziger Jahre: Abschied von den Eltern. In W. Jacobsen, A. Kaes & H. H. Prinzler (Hrsg.), *Geschichte des deutschen Films* (2. Aufl., S. 207–244). Metzler.
- Hediger, V. & Vonderau, P. (2009). Record, Rhetoric, Rationalization: Industrial Organization and Film. In V. Hediger & P. Vonderau (Hrsg.), *Films That Work: Industrial Film and the Productivity of Media* (S. 35–49). Amsterdam University Press.
- Heßler, M. (2012). *Kulturgeschichte der Technik*. Campus Verlag.
- Lippmann, W. (2018). *Die öffentliche Meinung: Wie sie entsteht und manipuliert wird* (W. Ötsch & S. Graupe, Hrsg.). Westend.
- Mörtzsch, F. (1959). *Die Industrie auf Zelluloid: Filme für die Wirtschaft*. Econ-Verlag.
- Przigoda, S. (2004). Vom Bergarbeiter zum Bergtechniker: Zum Wandel des Arbeiterbildes in Industriefilmen des Bergbaus. In I. Prill (Hrsg.), *Ferrum*: Bd. 76 (S. 50–59). Georg Fischer AG.
- Smil, V. (2017). *Energy and Civilization: A History*. MIT Press.