

Odorated Talking Pictures (OTP)

THEORIE

Experimentelles Verfahren, das Ton und Dufteffekte kombiniert — sollte das Kinoerlebnis multisensorisch erweitern. Nie kommerziell durchgesetzt, historisches Kuriosum aus den 1930ern.

In den frühen 1930ern experimentierte man in Laboratorien und einigen Kopenhagener sowie Berliner Kinos mit einer Idee, die heute absurd wirkt: Man wollte Spielfilme nicht nur hören, sondern auch riechen. Die sogenannten Odorated Talking Pictures — also «duftierte Sprechfilme» — kombinierte Tonfilm mit mechanisch gesteuerten Duftdiffusoren hinter der Leinwand. Ein Pianist spielte nicht mehr live; stattdessen liefen Ton und synchronized Duftimpulse vom selben Filmstreifen ab. Wenn der Darsteller eine Zigarre anzündete, verbreitete sich Tabakrauch im Saal. Bei Blumenszenen: Jasminduft. Die Technik funktionierte nach dem Prinzip der Lochstreifen-Steuerung — ähnlich einer Spieluhr, aber für chemische Dispenser. Aus praktischer Sicht war das System eine Katastrophe. Die Duftdiffusion ließ sich weder zeitlich noch örtlich kontrollieren — ein Kino mit 300 Plätzen: Wer saß in der Reichweite? Wer nicht? Mehrere Zuschauer an verschiedenen Orten nahmen völlig unterschiedliche Intensitäten wahr. Hinzu kamen hygienische und logistische Albträume: Chemikalienlagerhaltung, Verschmutzung der Lüftungsanlage, überlagernde Gerüche, allergische Reaktionen. Nach wenigen Monaten Testbetrieb zogen die Kinos die Experimente zurück — das Publikum empfand es als ablenkend, künstlich und überwältigend. Historisch interessant bleibt OTP als Versuch, das Kino über den audiovisuellen Bereich hinaus zu erweitern. Es offenbarte aber auch eine fundamentale Einsicht: Synästhetische Effekte funktionieren nicht durch erzwungene Reizüberflutung. Ein guter Film erzeugt Duftillusionen im Kopf des Zuschauers — ohne tatsächliche Chemikalien. Die wenigen dokumentierten Vorführungen in Kopenhagen und Berlin (ca. 1932–1934) hinterließen vor allem ungefilterte Berichte von Unbehagen und Kopfschmerzen. Später versuchte die Industrie ähnliche Konzepte unter Namen wie Smell-O-Vision (1950er, mit Basis-Technik aber anders) oder AromaScope, ohne dauerhaften Erfolg. OTP bleibt das verschmähte Vorbild — historisches Kuriosum, das zeigt: Nicht jede technische Möglichkeit verbessert das Erzählen.