

# Was ist eigentlich... ein „Vertigo-Effekt“?

Ein Filmtrick mit schwindelerregenden Ausmaßen

[Home](#) » [Blog](#) » [Was ist eigentlich... ein Vertigo-Effekt?](#) » [Was ist eigentlich... ein Vertigo-Effekt?](#)



**Vertigo, die:** lat: „der Schwindel“, „das Umdrehen“; Schwindel, mit Schweißausbrüchen, Übelkeit u. a. objektiven Symptomen verbundener Zustand, der besonders durch Gleichgewichtsstörungen charakterisiert wird

## Der Mensch ist ein Gewohnheitstier – auch beim Sehen

Durch jahrelange Erfahrung haben wir gelernt, wie wir uns in der Welt zurechtfinden, wie wir uns orientieren, wie wir unsere Bewegungen in Einklang mit den physikalischen Naturgesetzen bringen. Durch das richtige **Ermitteln von Größen und Entfernungen** um uns herum wissen wir in der Regel sehr genau, wie wir unsere Position innerhalb unserer nächsten Umgebung einschätzen müssen.

Weil eine Kamera grundsätzlich dasselbe Funktionsprinzip wie das menschliche Auge besitzt, darüber hinaus jedoch noch mit Fähigkeiten ausgestattet ist, die kognitiven Möglichkeiten unserer Physiologie übersteigen, können Filmbilder unsere antrainierten Erfahrungswerte ganz schön ins Wanken bringen. Dieser Umstand wird gerne genutzt, um den Betrachter dieser Bilder zu überraschen und ihn aus seinen bekannten Sehgewohnheiten zu reißen.

Was das Ganze mit den eingangs zitierten Schweißausbrüchen einer Vertigo zu tun hat? Nun, der Effekt, um den es hier gehen soll, ist mit **Alfred Hitchcocks** Film gleichen Titels aus dem Jahre 1958 besonders populär geworden. Hitchcock benutzt hier einen optischen Filmtrick, um das **Gefühl des Schwindels** auch für den Zuschauer erfahrbar zu machen. Im Film verliebt sich der Ex-Polizist John Ferguson (James Steward) in eine suizidgefährdete Frau. Als diese sich von einem Kirchturm stürzt, verhindert seine Höhenangst, dass er sie retten kann.

Durch die Verbindung zweier bestimmter Kameratechniken führt Hitchcock dieses beklemmende Empfinden spektakulär vor Augen.

## Wie funktioniert der Vertigo-Effekt in der Filmproduktion?

Zunächst einmal handelt es sich bei einem Vertigo-Effekt um die Kombination einer **Kamerafahrt** und einem **Zoom**. Bei einer Kamerafahrt auf der Blickachse, also bei einer Ran- oder Rückwärtsfahrt, verändern sich die relativen Positionen und Größenverhältnisse der im Bild befindlichen Gegenstände oder Personen.

Das, was sich näher bei der Kamera befindet, vergrößert sich bei einer Ranfahrt beispielsweise schneller als die Objekte weiter hinten im Bild. Der Zoom, also die Veränderung der Brennweite bei gleichbleibender Kameraposition, wirkt sich hingegen im Wesentlichen nur auf den Bildausschnitt aus – er vergrößert oder verkleinert ihn, ohne ihre relativen Größen- oder Positionsverhältnisse gegenüber dem Hintergrund zu verändern.

Zooms bei Filmaufnahmen wirken in den meisten Fällen „unnatürlich“, weil die Kamera (beziehungsweise das Objektiv) eine für das menschliche Auge unmögliche Aktion ausführt; so sehr wir uns auch anstrengen, aber einen

## Meistgelesene Artikel

[Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms](#)

[Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch](#)

[Produktion eines weiteren Reisefilms – Destination Video](#)

[Jubiläum Grußbotschaft – Film](#)

[Kommunikationsform Film](#)

## Letzte Artikel

[Moderne Unternehmenskommunikation mit Firmen-TV Webvideo](#)

[Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm](#)

[Employer-Branding-Film – Attraktiver durch Ihre Arbeitgebermarke](#)

[Forschungsvorhaben Videodokumentation – Wissenschaft im Film darstellen](#)

[Website-Erklärfilm: Ihre Website einfach erklärt](#)

## Letzte Kommentare

[Digital Signage Videoproduktion für Point of Sale Displays bei Digital Signage Videoproduktion – Praxisbeispiel](#)

[3D Animation - Visualisierung der Produkteigenschaften bei Messefilm München – Bauma 2013](#)

[Codes in der Filmproduktion bei Kommunikationsform Film](#)

[Jobstory - Filmproduktion speziell für die Baumaschinenindustrie bei Portfolio](#)

[Feature Driven Movie - Produktfilm 2.0 bei Portfolio](#)

## Follow Us on



Zoom werden wir nicht hinbekommen.

Wie in diesem Beispiel kann der Vertigo-Effekt auch "Konzentration" oder "Anspannung" ausdrücken. Ein zu exzessiver Gebrauch ist allerdings in jedem Falle zu vermeiden.

Der Vertigo-Effekt verknüpft diese beiden Praktiken durch eine gegenläufige Anpassung der Auswirkungen der jeweilig anderen Veränderung des Bildinhalts. Was so kompliziert klingt, ist vom Prinzip her eigentlich recht simpel: Bei einer Bewegung der Kamera auf ein Objekt zu wird der Vergrößerung des Bildes mit einer Verringerung der Brennweite entgegengesteuert.

Eine Person im Bild müsste eigentlich immer kleiner werden, tut es aber nicht, weil zu der Bewegung der Kamera in gleichem Maße herausgezoomt wird. Bei richtiger Anwendung bleibt das Objekt in gleicher Größe im Bild, wobei sich der Ausschnitt des Hintergrundes jedoch unverhältnismäßig stark verkleinert. Umgekehrt (Rückwärtsfahrt + Zoom In) funktioniert der Effekt natürlich genauso.

In beiden Fällen entsteht ein **optischer „Sog“**, welcher verstörend und irritierend auf den Betrachter wirkt, da er mit der natürlichen menschlichen Wahrnehmung bricht.

## Ein Effekt, viele Namen

Obwohl Hitchcocks Film sicherlich einen großen Anteil an der Popularität des Effekts hat, trägt er noch eine Reihe weiterer Namen. Angefangen über „Verzerrungseffekt“ über „Dolly-Zoom“ (Dolly = engl. Bez für einen Kamerawagen), „Zoom-Dolly Shot“, „Contra Zoom“, „Forward Zoom“, „Tracking Zoom“ oder „Travelling Zoom“ bis hin zu abkürzenden Akronymen wie „ZIDO“ (Zoom In/ Dolly Out) existieren offenbar unzählige Varianten. Hin und wieder wird er in Anspielung auf seine Verwendung in weiteren bekannten Filmen beispielsweise auch „Spielberg-Shot“ (wegen der berühmten Einstellung in „Der weiße Hai“) oder „Sam Raimi-Cam“ (Sam Raimi gebraucht den Effekt in mehreren seiner Filme) genannt.

Genauso universell wie die Namensfrage scheinen auch die Modifikationsmöglichkeiten des Effekts. Obwohl sogar für geübte Augen schwer zu unterscheiden, ist die grundlegende Richtung (Zoom In/ Dolly Out vs Zoom Out/ Dolly In) nicht unerheblich für die spätere Wirkung. Auch die Geschwindigkeit spielt eine entscheidende Rolle; so kann der Effekt einem auf der einen Seite regelrecht ins Auge springen, auf der anderen Seite jedoch auch sehr subtil und fast schon unmerklich ablaufen (wie in der Diner-Szene in Martin Scorseses „Goodfellas“).

## Simplex Prinzip, aber schwere Ausführung

Der Vertigo-Effekt lässt sich nicht in der **Postproduktion** nachträglich konstruieren, sondern muss quasi „**live**“ am Set aufgenommen werden (es sei denn- der Bildinhalt ist komplett digital generiert). Für die Kameraoperatoren stellt dies mitunter eine erhebliche Herausforderung dar. Damit der Effekt seine Wirkung nicht verfehlt, müssen Kamerafahrt und Zoom perfekt aufeinander abgestimmt sein. Die Kamera muss dabei unbedingt auf ihrer Achse bleiben und darf ihre **Höhe** nicht verändern.

Darüber hinaus muss gleichzeitig auch noch der **Schärfbereich** im richtigen Maße verlagert werden, sodass alle Bildveränderungen Hand in Hand gehen und harmonisch verlaufen. Um den Effekt in „Vertigo“ generieren zu können, entschied man sich dazu, das Treppenhaus liegend aufzubauen um das Risiko von unsauberen Bewegungen zu minimieren.

## Alles nur Schwindel?

Die Wirkungsmöglichkeiten des Effekts beschränken sich dabei allerdings nicht nur auf Irritation, Verstörung und Schwindel. Je nach Realisation und **Kontextuierung** beeinflusst er die Rezeption in ganz unterschiedlicher Art und

Weise.

Zunächst ist er natürlich ein visueller Blickfang. Er überrascht und suggeriert Andersartigkeit. Somit kann er auch für sich selbst stehen und muss gar keine weitere Bedeutung besitzen. In einer Flucht-Sequenz könnte er dann aber dazu eingesetzt werden, um die Dynamisierung der Bilder weiter zu forcieren und um gleichzeitig etwa den Aspekt des „Davonlaufens“ zu visualisieren. Sublime Zustände lassen sich auf diese Weise ebenso optisch unterstreichen wie das Verhältnis zwischen Schein und Sein, Wirklichkeit und Anspruch, Veränderung und Konstanz.

Über diese weitgreifenden **symbolischen Ansätze** kann er natürlich auch verwendet werden, um auf die konkrete **psychische Konstitution** der Protagonisten hinzuweisen. Neben dem buchstäblichen Schwindel eignet er sich genauso zur Darstellung von Gefühlen der Überraschung, des Zorns, der Ekstase, der Freude oder der Trauer. Gezielt und dosiert in einen Film integriert stellt der Vertigo-Effekt also ein überaus flexibles Gestaltungswerkzeug dar, welches einer gewünschten Wirkung noch den allerletzten Schliff verleihen kann.

Zur Kontaktaufnahme für Ihre Filmaufnahmen mit Vertigo-Effekt bitte hier klicken

Bearbeiten

## Über den Author

Sascha Reitermann  
Produktion und Online-Marketing

## Ähnliche Posts



Moderne  
Unternehmenskommunikation mit  
Firmen-TV Webvideo  
9. April 2014



Infomercial-Filmproduktion – Ihr  
informativer Werbefilm  
3. April 2014

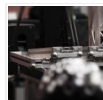


Employer-Branding-Film – Attraktiver  
durch Ihre Arbeitgebermarke  
31. März 2014

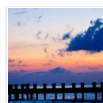
## Beliebte Posts



Case Study Imagefilm – Umsetzung  
Ihres Imagefilms  
21. Januar 2014



Projektorganisation in der  
Filmproduktion: Das Drehbuch  
13. Februar 2013



Produktion eines weiteren Reisefilms –  
Destination Video  
24. Juli 2012

← Kommunikationsform Film

Feature Driven Movie – Produktfilm 2.0 →

## Links

Home  
Blog  
Kontakt  
Impressum

## Blog-Kategorien

360° Panorama mit  
Hotspotverlinkung (1)  
3D Animation – Visualisierung der  
Produkteigenschaften (1)  
Abschluss eines Rahmenvertrags  
mit AGV Bau Saar (1)  
Animierte App-Präsentationen von  
Aspektheins (1)

## Unsere Adresse

+49 (0) 681 6880 1113  
mailme@aspektheins.com  
Scheidter Straße 2  
66123 Saarbrücken

## Follow us



## Schreiben Sie uns

Name \*

Email \*