

Joseph Garncarz

Über die Entstehung der Kinos in Deutschland 1896-1914

2002

<https://doi.org/10.25969/mediarep/15983>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Garncarz, Joseph: Über die Entstehung der Kinos in Deutschland 1896-1914. In: Frank Kessler, Sabine Lenk, Martin Loiperdinger (Hg.): *Kinematographen-Programme*. Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 2002 (KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films 11), S. 144–158. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15983>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Zu vermieten: Kinematographisches Theater, Berlin, Friedrichstr. 228 (um 1910)

Über die Entstehung der Kinos in Deutschland 1896-1914¹

Die Brüder Lumière waren in Europa die ersten, die ihre Filme mit dauerhaftem Erfolg einem zahlenden Publikum zugänglich machten, indem sie sie projizierten. Die Firma Lumière entwickelte aber weder die kulturelle Praxis, die wir Kino nennen, noch erfolgte die massenhafte Verbreitung des neuen Mediums überwiegend durch den *Cinématographe Lumière*. Bekanntlich lizenzierte die Firma Lumière in vielen Ländern Konzessionäre, die das neue Medium auswerteten, ohne jedoch die Apparate kaufen zu können (in Deutschland war ihr Partner der Schokoladenkonzern Stollwerck²). Darüber hinaus kontrollierte die Firma Lumière auch die Art, wie die Auswertung des neuen Mediums erfolgte, so daß die Lumière-Programme weltweit einander sehr ähnlich waren. In auf Zeit angemieteten Räumen wurden Ansichten aus unterschiedlichen Ländern gezeigt, die mit Lokalaufnahmen angereichert wurden.

Was wir aber Kino nennen, hat mit der Filmpraxis der Brüder Lumière nur wenig zu tun. Als Kino bezeichnen wir die kulturelle Praxis der Filmauswertung, bei der Filme zur Unterhaltung in auf Dauer nur für diesen Zweck eingerichteten Spielstätten projiziert werden, für deren Zugang Zuschauer ein Eintrittsgeld bezahlen. Das Kino als dominante Auswertungsform von Filmen entwickelte sich in Deutschland ab 1896, zunächst in seiner ambulanten Form als Wanderkino und dann ab 1905 als ortsfester Betrieb. Warum aber entstehen überhaupt Kinos? Und warum werden Filme in Deutschland zunächst in Wanderkinos und dann in ortsfesten Kinos ausgewertet?

Welche Auswertungsformen des neuen Mediums Film entstanden sind, welche Funktionen der Film übernahm und welche Inhalte und Formen er entwickelte, lag jeweils daran, wer das neue Medium für wen und zu welchem Zweck eingesetzt hat. Daher ist die Frage entscheidend, welche Berufsgruppe das neue Medium Film für sich genutzt und wie ein Publikum auf diese Verwendung reagiert hat. Indem man die spezifischen Verwendungszwecke und -kontexte des neuen Mediums in seiner Entstehungs- und Prägungsphase in einem bestimmten Land untersucht, läßt sich die Frage beantworten, wie und warum das Kino als eine kulturelle Institution entstanden ist.

Ich habe meine Magisterkandidatinnen und -kandidaten dazu motiviert, mit mir die Auswertungsformen des frühen Films in Deutschland auf einer breiten empirischen Basis zu untersuchen. Hierfür haben wir eine Quelle benutzt, die bisher nicht systematisch verwendet wurde. Wir haben die wichtigsten überlieferten deutschsprachigen, national bzw. international verbreiteten Variété- und Schaustellerzeitschriften für den Zeitraum zwischen 1895 und

1924 durchgesehen (vor allem *Der Komet*, *Der Artist* und *Das Programm*), alle Informationen zum Film in Datenbanken erfaßt und durch Fotokopien dokumentiert – ein Konvolut mit ca. 16.000 Blatt. Wir haben auf der Basis der »Fest-, Meß- und Marktberichte« des *Komet* eine Datenbank mit knapp 6000 Datensätzen erstellt, die alle von den Schaustellern der Redaktion gemeldeten Standorte ihrer Wanderkinos in Deutschland und den angrenzenden Ländern erfaßt. Da die Zeitschrift in allen deutschsprachigen Ländern gelesen wurde, enthält die Datenbank auch Informationen über die Reiseaktivitäten von Wanderschaustellern aus Österreich und der Schweiz.

Aufgrund dieser systematischen historisch-empirischen Forschung komme ich zu einer grundlegenden Revision unseres Kenntnisstands. In diesem Beitrag stelle ich Teilergebnisse meiner Forschung in zwei Schritten vor, indem ich zuerst auf die Auswertungsformen des Films vor der Etablierung ortsfester Kinos und dann auf den Gründungsboom ortsfester Kinos um 1905/06 eingehe.³

Filmauswertung vor dem Kinogründungsboom

Den amerikanischen Kollegen Robert C. Allen, Richard Abel, Charles Musser und Tom Gunning zufolge war das Vaudeville die zentrale Institution, die das neue Medium Film in den USA bekannt und beliebt gemacht hat, bevor es 1905/06 zu einem ersten Kinogründungsboom kam.⁴ Das Vaudeville bot ein von einer Vielzahl von Künstlern getragenes Nummernprogramm für die breite Mittelschicht, in dem der Film als eine Nummer vertreten war. Wurden Filme zunächst nur in den repräsentativen Vaudevilles der Großstädte gezeigt, so fanden sie ab 1900 auch in den preisgünstigen *family vaudevilles* Verbreitung, die das neue Medium auch weniger kaufkräftigen Schichten zugänglich machten.

In Anlehnung an die reichhaltige US-amerikanische Filmforschung wurde von deutschen Filmhistorikern die These vertreten, das ortsfeste Varieté habe das neue Medium Film in Deutschland popularisiert und damit die Voraussetzung für den Kinogründungsboom um 1905/06 geschaffen.⁵ Bekanntlich boten Varietés ein abwechslungsreiches Nummernprogramm auf der Bühne an, um ihr Publikum zu unterhalten. Filme entwickelten sich zu einer erfolgreichen Nummer in diesem Programm.

Aus den genannten Quellen geht hervor, daß in Deutschland nicht das ortsfeste Varieté, sondern das Wanderkino die bestimmende Kraft bei der Verbreitung des neuen Mediums Film war. Wanderkinos sind ebenso wie die späteren ortsfesten Kinos speziell für die Filmprojektion auf Dauer eingerichtete Spielstätten, für deren Zugang Zuschauer ein Eintrittsgeld bezahlen. Wanderkinos unterscheiden sich von ortsfesten Kinos nur dadurch, daß sie von Ort zu Ort bewegt werden.

Zwei Argumente sprechen für die zentrale Rolle der Wanderkinos:

Erstens haben die Wanderkinos ein größeres Publikum als die Varietés erreicht. Im Zeitraum zwischen 1895 und 1914 zeigten nachweislich 89 Varietés Filme, wohingegen über 700 Wanderkinounternehmer das neue Medium präsentierten. Zeigten 1897 fünf internationale Varietés in Deutschland Filme, so stieg die Zahl bis 1906 auf 21. Sind bis 1900 pro Jahr deutlich weniger als 100 Standorte für Wanderkinos in Deutschland nachweisbar, so nahm die Zahl der Standorte ab 1900 schnell zu und erreichte 1906 gut 500 (siehe Graphik 1). Auf der Basis der (geschätzten) durchschnittlichen Zahl der Spieltage und Vorstellungen pro Tag sowie der durchschnittlichen Größe der Spielstätten läßt sich die Zahl der erreichbaren Zuschauer hochrechnen. Konnten im Jahr 1904 knapp 70.000 Zuschauer pro Woche ein Filmprogramm im Variété sehen, so sprachen die Wanderkinos mehr als 1 Million Zuschauer pro Woche an (also etwa die Hälfte der Zuschauer, die mit den ortsfesten Kinos heute in Deutschland erreicht werden).⁶

Zweitens erreichten die Wanderkinos nicht nur mehr Zuschauer als die Varietés, die Filme zeigten, sondern vor allem breite Bevölkerungsschichten. Knapp 80% der Varietés, die in Deutschland Filme spielten, lagen in Großstädten (d.h. Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern). Zudem wurden Filme, so weit wir heute wissen, so gut wie ausschließlich von internationalen Varietés gezeigt, die nur die kaufkräftigen, oberen sozialen Schichten besuchen konnten. Die Wanderkinos dagegen bedienten nicht nur die Großstädte, sondern vor allem die Mittel- und Kleinstädte mit weniger als 20.000 Einwohnern. Bis 1907 wurden nachweislich etwa 1300 verschiedene Orte in Deutschland von den Wanderkinos angefahren, so daß statistisch gesehen jeder deutsche Ort mit mehr als 5000 Einwohnern in dieser Zeit zumindest einmal besucht wurde.

Das Wanderkino, das demnach in Deutschland der zentrale Motor für die Verbreitung des neuen Mediums Film war, läßt sich durch drei Merkmale charakterisieren:

Erstens spielten die Schausteller nicht in bestehenden Räumlichkeiten, sondern führten ein ambulantes Kino mit sich. Nur in den ersten Jahren waren Wanderkinos kleine funktionale Holzbuden bzw. Zelte mit Bänken. Seit 1902 finden sich vermehrt Hinweise auf Wanderkinos, die als »rollende Paläste«⁷ bezeichnet werden. Dabei handelt es sich nicht selten um 600 bis 700 Personen fassende, luxuriös ausgestattete Kinos mit prachtvoll gestalteten Fassaden und einer komfortablen Innenausstattung:

Die Sensation von Pirmasens bildete der hier in diesem Winter [1904/05] neuerbaute und zum ersten Male eröffnete Kinematographenpalast von Herrn Ludwig Ohr. Palast kann man das Geschäft mit Recht nennen, denn etwas Prunk- und Glanzvolleres kann man sich kaum denken. Die Fassade [...] wirkt wie ein Monumentalbau und erhebt sich in der Mitte bis zu einer Höhe von 13 Metern. Reiche Vergoldun-

gen, Spiegeleinlagen und Bildhauerarbeiten im Verein mit mehreren überlebensgroßen Figuren bilden einen Schmuck, an dem auch nicht eine Linie störend wirkt. Das Ganze wird abends von einer blendenden Lichthelle überflutet. 16 Flammenbogenlampen und ca. 800 Glühlampen in geschmackvollster Anordnung erzeugen ein immenses Lichtmeer. [...] Große Bewunderung erregte auch die Riesen-Konzertorgel [...] und wußte man nicht, ob man mehr die herrliche Musik oder die prächtige Fassade bewundern sollte. [...]. Das Innere reiht sich dem Äußeren ebenbürtig an, und ist man auf das Angenehmste überrascht über die elegante Ausstattung und die bequeme Anordnung der Sitzplätze und der Ein- und Ausgänge; der erste Platz erhebt sich in aufsteigender Höhe und sieht mit seinen mit rotem Seidenplüsch überzogenen Sitzen und Lehnen aus, als sei man im Parkett eines modernen Stadttheaters.⁸

Zweitens nutzten Wanderkinobesitzer in aller Regel eine bestehende kulturelle Infrastruktur. Sie präsentierten ihr Angebot nicht isoliert, sondern bauten ihr Kino auf Festen, Märkten und Messen auf – also im Rahmen von Veranstaltungen, die auch andere Unterhaltungsangebote mit Karussells, Schaukeln und Schießbuden umfaßten. Die Veranstaltungen dauerten zwei bis drei Tage, in Ausnahmefällen (wie das Münchner Oktoberfest oder die Schaumesse in Leipzig) zwei bis drei Wochen.

Drittens bestritten die Wanderkinos – anders als die Varietés – ein Programm, das 20 bis 40 Minuten dauerte, ausschließlich mit Filmen. Da die Wanderkinos im Unterschied zu den Varietés schon sehr bald nur Filme zeigten und zudem ein anderes Publikum ansprachen, entwickelten sich Film- und Programmformen, die von denen des Varietés verschieden waren. Präsentierten die internationalen Varietés für die oberen sozialen Schichten als eigentliche Attraktion eine informative optische Berichterstattung ähnlich der späteren Wochenschau, so wollten die Wanderkinos breite Bevölkerungskreise mit einem abwechslungsreichen Kurzfilmprogramm unterhalten: Gezeigt wurden Bilder ferner Länder, komische Sujets, magische Trickfilme, Dramen, Aktualitäten und technische Attraktionen wie kolorierte Filme und Tonbilder. Aufgrund des Publikumszuspruchs und der rationelleren Produktionsweise wurde der narrativ-fiktionale Kurzfilm um 1905 zum tragenden Bestandteil der Wanderkinoprogramme. So zeigte z. B. der Kinematograph Leilich auf dem Münchner Oktoberfest am Samstag, den 19. September 1908, ein Programm, das (vermutlich) aus zwei dokumentarischen und vier narrativ-fiktionalen Filmen bestand: »TÖPFEREI AM JUAN GOLF (industriell), ES RIECHT NACH RAUSCH (komisch), DER FAULENZER (Verwandlungsbild), KINDERHEIM IN PARIS, DIE ANGEHEITERTE STATUE (komisch), IM GOLDLANDE (Drama).«⁹ Zumindest vier der sechs Filme sind aktuelle Produktionen der Firma Pathé.¹⁰

Das Wanderkino entstand in seiner beschriebenen Form auf der Basis einer im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts voll entwickelten kulturellen Tradition: der des fahrenden Schaustellerstandes, der die kalendarischen Feste,



Leilichs Cinematograf auf dem Münchner Oktoberfest 1904 (Stadtarchiv München)

Märkte und Messen nutzte, um ein kommerzielles Unterhaltungsangebot zu präsentieren. So weit wir heute wissen, waren die ersten Schausteller, die ein Wanderkino betrieben, Besitzer von ambulanten Spezialitätentheatern, die ebenso wie die späteren Wanderkinos von Fest zu Fest bewegt wurden. Der Begriff Spezialitätentheater bezeichnete seit den 1880er Jahren in Abgrenzung zu den städtischen und höfischen Bühnen eine Theaterform, die ein Nummernprogramm mit hoch spezialisierten Künstlern unterschiedlichster Sparten wie Artisten, Sängern und Tänzern anbot. Nummern verschiedenster Art wurden so abwechslungsreich gemischt, daß das Publikum optimal unterhalten wurde. Um das Stammpublikum des Spezialitätentheaters weiter zu binden, übernahm man die bewährte Nummerndramaturgie für die Filmprogrammierung.

Es waren gerade Besitzer von Spezialitätentheatern, die zu Wanderkinobetreibern wurden, da sie bereits über einen ambulanten Theaterbau verfügten. Die Umstellung der Spezialitätentheater auf kinematographische Darbietungen war technisch unkompliziert, da in die ambulanten Theaterbauten nur ein Filmprojektor und eine Leinwand eingebaut werden mußten, wie sie in den Jahren 1896/97 Hersteller wie H. O. Foersterling, Oskar Messter und Georg Bartling & Comp. im Angebot hatten. Die Besitzer der Spezialitätentheater waren deshalb zur Umstellung ihres Betriebs bereit, weil die Film-

präsentation weniger kostenintensiv als ein Liveprogramm war und daher eine bessere Rendite versprach. Wie lukrativ diese Umstellung war, zeigt sich daran, daß von 14 zwischen Juni 1895 und November 1896 im *Komet* nachweisbaren Besitzern von ambulanten Spezialitätentheatern zehn auf Kinobetrieb umstellten, sieben von ihnen bereits in den Jahren 1896 bis 1898 (Melich, Fernando, August Schichtl, Schmidt, Carl Wallenda, Hundt, Praiß).

Daß in eigenen ambulanten Theatern, die auf Festen, Märkten und Messen aufgestellt waren, unterhaltende Kurzfilmprogramme gezeigt wurden, ist angesichts der Situation in den USA alles andere als selbstverständlich. Die Studien über die Unternehmen Lyman H. Howe von Charles Musser und Cook & Harris von Kathryn H. Fuller zeigen, daß die amerikanischen *traveling exhibitors* keine Wanderkinobetreiber im beschriebenen Sinn waren: Sie verfügten über kein ambulantes Kino, sondern bespielten bestehende Räumlichkeiten wie Gemeinde- oder Kirchsäle.¹¹ Zudem zeigten sie keineswegs nur Filme noch ausschließlich solche, die der Unterhaltung dienten. Viele Aufführungen hatten einen informativen und belehrenden Charakter, weil die Schausteller bei der Raumvergabe und Werbung auf Kirchen, Vereine oder Behörden angewiesen waren. Wanderkinos gab es in den USA vermutlich deshalb nicht, weil anders als in Deutschland erstens keine kulturelle Infrastruktur der Feste, Märkte und Messen etabliert war¹² und weil zweitens längst nicht alle kleineren Orte über einen Eisenbahnanschluß verfügten, der für den Transport der schweren Wanderkinos unabdingbar war (bis zu zehn Eisenbahnwagen wurden dafür benötigt).

So sehr sich die amerikanische Form der Wanderkinematographie von der deutschen unterscheidet, so vergleichbar ist das deutsche Wanderkino dem der europäischen Nachbarländer. Wie wir aus Studien von Ernst Kieninger zu Österreich, Blaise Aurora zu Frankreich, Guido Convents zu Belgien und Aldo Bernardini zu Italien wissen, gab es auch hier für die Filmvorführung eigene Theaterbauten, die auf der Basis einer kulturellen Infrastruktur von Festen, Märkten und Messen von Ort zu Ort bewegt wurden.¹³ Da das Phänomen des Wanderkinos in den mitteleuropäischen Ländern keine großen kulturellen Unterschiede aufwies und Stummfilme international verständlich waren, bestand auch ein reger Austausch zwischen diesen Ländern. Die aus Worms stammende Familie Bläser gastierte mit ihren Wanderkinos nicht nur in Deutschland, sondern auch in Luxemburg, Österreich und Italien. Die aus Genf stammende Familie Praiß war in den Jahren 1899 bis 1909 nicht nur in der Schweiz, sondern auch in Deutschland und Österreich unterwegs.

Die Gründung ortsfester Kinos

1905/06 setzte in Deutschland und den USA ein Gründungsboom ortsfester Kinos ein. Diese Gründungswelle war gewaltig (siehe Graphik S. 153): Gab

es 1905 nur 40 ortsfeste Kinos in Deutschland (mehr als die Hälfte davon in Berlin), so stieg ihre Zahl bis 1912 auf mehr als 3000 (was in etwa dem heutigen Stand entspricht).¹⁴ Die ortsfesten Kinos adaptierten das vom Wanderkino entwickelte Modell der Filmprogrammierung, indem sie ein abwechslungsreiches Kurzfilmprogramm zeigten, in dem nach zeitgenössischen Berichten die narrativ-fiktionalen Filme meist die Publikumsmagneten waren. Am 19. September 1908, als der Wanderkinobesitzer Leilich sein Programm auf dem Münchner Oktoberfest zeigte, präsentierte der Besitzer dreier ortsfester Kinos in Kassel, Ferdinand Becker, in seinem Kino an der Königstraße 64 folgendes Programm: »GARDEPARADE AUF DEM TEMPELHOFER FELDE, STIMME DES HERZENS, WUNDERTAT DES BRAHMANEN, GAUNERLEBEN, UNTERBROCHENES IDYLL, BRAND IN EINER CHEMISCHEN FABRIK.«¹⁵ Bei den Filmen STIMME DES HERZENS und UNTERBROCHENES IDYLL handelt es sich um Dramen aus italienischer bzw. französischer Produktion; über die anderen Titel ist nichts bekannt.¹⁶ Daß die ortsfesten Kinos sich in bezug auf die Filmprogrammierung am Wanderkino orientierten, liegt nahe, unterhielten doch beide Auswertungsformen ein zahlendes Publikum ausschließlich mit Filmen in einem auf Dauer nur für diesen Zweck eingerichteten Aufführungsraum.

Die Frage, warum überhaupt ortsfeste Kinos gegründet wurden und warum gerade um 1905/06, ist international bisher nicht zufriedenstellend beantwortet worden. Der Grund für die Etablierung ortsfester Kinos in Deutschland liegt gewiß nicht in einer Krise des Wanderkinogewerbes, denn der Kinogründungsboom findet zu einer Zeit statt, in der auch das Wanderkino boomt (siehe Graphik S. 153). Bis 1906 stieg die Zahl der nachweisbaren Standorte der Wanderkinos in Deutschland kontinuierlich an und blieb dann bis 1910 auf einem hohen Niveau.

Eine überzeugende Erklärung für die Gründungswelle ortsfester Kinos bietet die Forschung bisher nicht an. Immerhin zeigt die US-amerikanische Forschung, daß eine Voraussetzung des Kinobooms um 1905/06 die Popularisierung des neuen Mediums durch die preiswerten Vaudevilles war. In Deutschland dagegen hat das Wanderkino das neue Medium Film bekannt gemacht und eine deutliche Nachfrage nach Filmen geschaffen. Richard Abel argumentiert zudem für die Situation in den USA, daß das große Angebot an Kurzfilmen durch die französische Firma Pathé die erste Gründungswelle von Nickelodeons ermöglicht hat.¹⁷ Ein breites Angebot an Filmen ist in der Tat die Voraussetzung dafür, daß Kinos ortsfest werden können, denn ortsfeste Kinos müssen nicht nur ihr Programm ausschließlich mit Filmen bestreiten, sondern zudem für das Stammpublikum ihr Programm häufig wechseln, um attraktiv zu bleiben. Wie in den USA so ermöglichte auch in Deutschland insbesondere die französische Firma Pathé die Entstehung ortsfester Kinos, da sie eine große Zahl narrativ-fiktionaler Filme für das Wanderkinogewerbe anbot und dies zudem zu einem im Verhältnis zu konkurrierenden Firmen günstigeren Preis: »Als [...] Pathé frères [im letzten Quartal 1903] nach Ber-

lin kam und das [sic] Filmmeter mit 1 Mark verkaufte, wuchsen bald die Kinotheater wie Pilze aus der Erde.«¹⁸

Ohne die vorausgehende Popularisierung des neuen Mediums und ohne ein breites und nachfrageorientiertes Filmangebot war die Gründungswelle ortsfester Kinos nicht möglich. Solche Voraussetzungen können den Gründungsboom jedoch nicht erklären, zumal er sich in einer Zeit vollzog, in der die traditionelle Auswertung durch ambulante Kinos boomte. Warum und von wem wurde das breite Filmangebot und der Erfolg des Mediums Film für die Gründung ortsfester Kinos genutzt?

Die Welle der ersten Kinogründungen in Deutschland zwischen 1905 und 1907 ging weder auf die Wanderkino- noch auf die Varietésbesitzer zurück, denen es wirtschaftlich gut ging, sondern auf eine dritte Kraft: Newcomer der Branche wie Händler, Gastwirte und Handwerker. Diese Berufsgruppen stiegen deshalb ins Filmgeschäft ein, weil es ihnen wirtschaftlich nicht gut ging und weil sie in der Filmauswertung eine Möglichkeit sahen, sich aus ihrer schwierigen wirtschaftlichen Lage zu befreien. Die Etablierung der im 20. Jahrhundert dominanten Auswertungsform von Filmen erklärt sich demnach nicht aus dem Filmbetrieb selbst, sondern geht auf branchenfremde Kräfte zurück, die mit dem neuen Medium ausschließlich als Zuschauer in den Wanderkinos und Varietés in Berührung gekommen waren.

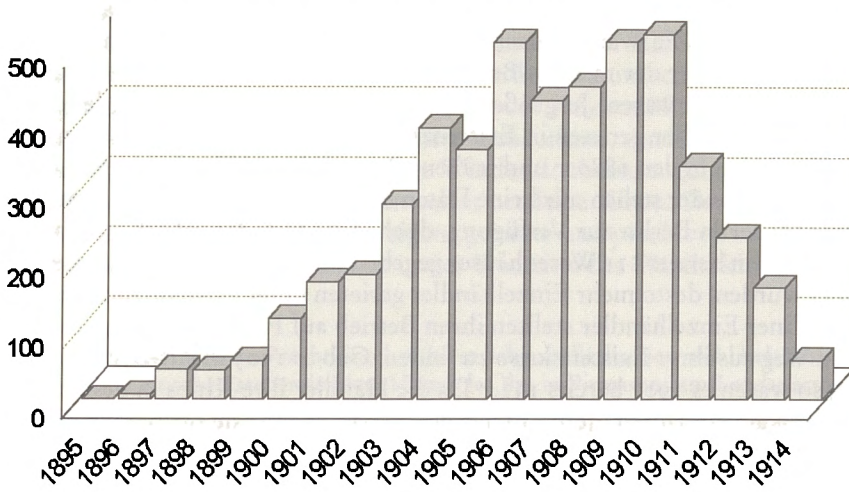
Die Nutzung des breiten und günstigen französischen Filmangebots in ortsfesten Abspielstätten erfolgte in Berlin, von wo die Kinogründungswelle ausging, zunächst durch Einzelhändler, die keine Erfahrung in der Unterhaltungsbranche hatten. Weil dies so war, waren sie darauf angewiesen, ein bereits erfolgreiches Modell der Filmunterhaltung zu adaptieren. Sie fanden es im Wanderkino.

Die Berliner Händler, die über das kaufmännische Know-How verfügten, waren aufgrund einer Existenzkrise hoch motiviert, nach neuen Einnahmequellen zu suchen:

Eine auffällige Erscheinung bei Gründung solcher kinematographischen Geschäfte [der ortsfesten Kinos] trat mir dadurch entgegen, als ich die Beobachtung machen konnte, daß viele unserer [Straßen-]Händler zu diesem Gewerbe in letzter Zeit griffen, da es sich rentabel zeigt und die Händler ja, wie bekannt, gute Kaufleute sind, und im Warenhandel jetzt [1906] nicht viel Geld zu verdienen ist. Viele davon stecken ihre Ersparnisse von einigen tausend Mark in dieses Geschäft hinein und werden ohne Zweifel die Früchte der Ernte genießen.¹⁹

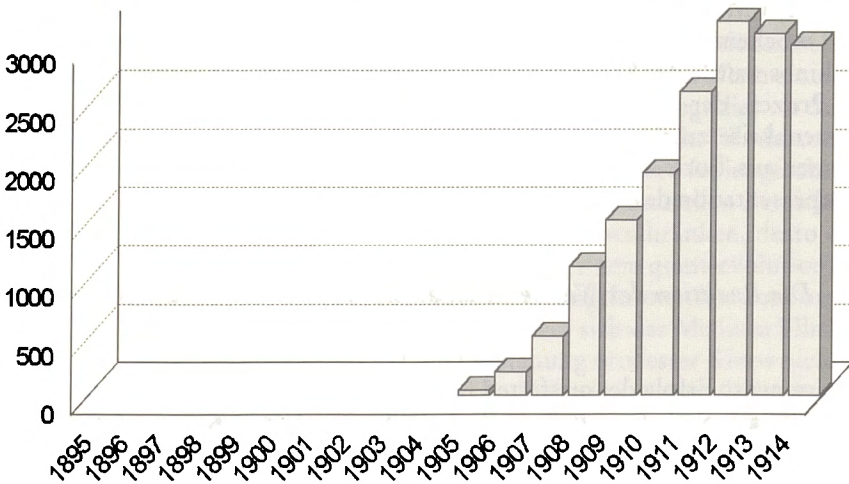
Die Einzel- und Straßenhändler gerieten um 1905 durch die in den Zentren der deutschen Großstädte neu entstandenen Warenhäuser in eine finanzielle Krise, weil diese ihre Waren zu günstigeren Preisen anbieten konnten. »In ihrem auf Erzielung von Massenumsätzen gerichteten Streben arbeiteten die Warenhäuser bewußt auf eine Verbilligung ihrer Angebote hin.«²⁰ Dieser »billige Massenverkauf«,²¹ der auf einer Ausschaltung des Zwischenhandels be-

Standorte der Wanderkinos in Deutschland 1895-1914



Datenerhebung aus der Schaustellerzeitschrift *Der Komet*

Ortsfeste Kinos in Deutschland 1895-1914



Daten nach: Alexander Jason, *Der Film in Ziffern und Zahlen 1895-1925*, Deutsches Druck- und Verlagshaus, Berlin 1925

ruhte, wurde in den bevölkerungsreichen Großstädten möglich, in denen eine große Zahl von Menschen mit relativ geringem Einkommen eine Massenkaufkraft darstellte. Die Warenhäuser boten ein »Gemischtwarensystem« an, so daß Einzelhändler der meisten Branchen durch die Konkurrenz der Warenhäuser betroffen waren. Je größer die Zahl der Warenhäuser wurde, desto mehr Einzelhändler gerieten in Existenznöte. Die ersten Berliner Warenhäuser entstanden in den 1880er und frühen 1890er Jahren (Wertheim 1885, Emden 1892).²² Leider stehen mir keine Daten über die quantitative Zunahme der Warenhäuser in Berlin zur Verfügung, doch steht fest, daß es um 1908 allein in Alt-Berlin bereits 111 Warenhäuser gegeben hat.²³ Je mehr Warenhäuser eröffnet wurden, desto mehr Einzelhändler gerieten unter existentiellen Druck.

Berliner Einzelhändler stellten ihren Betrieb auf Filmvorführung um, um einen Weg aus ihrer Existenzkrise zu finden. Gab es 1905 in Alt-Berlin 21 Kinos, so waren es 1907 bereits 132.²⁴ Da die Händler ihre Kinos in bestehende Ladenlokale einbauten, deren Eigentümer bzw. Mieter sie oft bereits waren, wurden die ortsfesten Kinos auch Ladenkinos genannt. Mit Filmen boten die Kinos etwas an, was nicht zum Programm des typischen Warenhauses gehörte, so daß sie ihre Konkurrenz nicht mehr zu fürchten brauchten. Im Gegenteil profitierten die Ladenkinos vom Boom der Warenhäuser, insofern in ihrem Umkreis »der ganze Verkehr an Umfang bedeutend zugenommen hat«,²⁵ so daß sich das Publikum der frühen Ladenkinos zu einem Teil aus der Kundschaft der Warenhäuser rekrutiert haben dürfte, wozu Arbeiter, Handwerker und kleine Beamte gehörten.

Die ortsfesten Kinos übertrafen die Wanderkinos schnell an Reichweite. Während das deutsche Wanderkino in seiner besten Zeit nicht mehr als 1,5 Millionen Menschen pro Woche ansprach, erreichte das Ladenkino bereits 1908 wöchentlich 3,3 Millionen Zuschauer.²⁶ Mit der Erfolgskarriere des Ladenkinos wurde der Kinoboom zum Selbstläufer – ein sich selbst verstärkender Prozeß, der das bestimmende Motiv der Einzelhändler, Wege aus ihrer Existenzkrise zu suchen, nicht mehr nötig hatte. Nun wurden auch Unternehmer aus florierenden Branchen zu Kinounternehmern, weil sie in der Filmpräsentation das bessere Geschäft sahen.

Die Reaktion der Wanderkinobesitzer auf den Gründungsboom ortsfester Kinos

Der immense Erfolg der ortsfesten Kinos setzte die Wanderkinobesitzer nicht unmittelbar unter existentiellen Druck. So lange ortsfeste Kinos auf die Großstädte beschränkt blieben, so lange waren sie keine Konkurrenz für die Wanderkinos, da diese in Orte ausweichen konnten, in denen es noch keine ortsfesten Kinos gab. Erst als ortsfeste Kinos ab 1908 in die letzten Refugien der Wanderschausteller, die Kleinstädte, einzudringen begannen, setzte 1911 der

allmähliche Niedergang des Wanderkinogewerbes in seiner beschriebenen klassischen Form ein, da der Konkurrent immer schon vor Ort war.

Die meisten Wanderkinobesitzer blieben ihren Traditionen als fahrende Schausteller verbunden, verkauften ihr Wanderkino und etablierten sich mit einem anderen Schaustellerbetrieb. Leilich war auf dem Münchner Oktoberfest 1910 erstmals nicht mehr mit seinem Wanderkino, sondern mit einer Tierdressurnummer zugegen. Nur wenige Wanderkinobesitzer gaben ihren Status als Schausteller auf und gründeten selbst ortsfeste Kinos. Sie eröffneten jedoch keine Ladenkinos, sondern eigens gebaute und prachtvoll ausgestattete Theater, die architektonisch ganz in der Tradition des Wanderkinogewerbes standen:

Einen phänomenalen Prachtkino hat der in Schaustellerkreisen wohl bekannte und in gutem Ansehen stehende Herr Heinrich Ohr, in Pirmasens am Landauerort am 15. November [1913] eröffnet. Am Abend vorher war Galavorstellung, zu der die hiesigen Behörden und Freunde der Kinosache geladen waren. Alle waren überrascht von der Großzügigkeit und der soliden klassischen Ausstattung der neuen Kinostätte.²⁷

Insofern einige Wanderkinobesitzer ab 1908 die größten und prachtvollsten Kinos ihrer Stadt errichteten, kann man die These vertreten, daß entgegen bisherigen Annahmen die Wanderkinobesitzer den Trend zum Kinopalast geprägt haben.

Forschungsausblick

Die Frage, warum Kinos entstanden sind, ist bisher weder zufriedenstellend beantwortet noch überhaupt international debattiert worden. Wenn eine akademische Disziplin eine bestimmte Frage nicht diskutiert, liegt dies oft daran, daß das Selbstverständnis des Fachs diese Frage nicht zuläßt. Filmhistoriker beschäftigen sich mit Filmgeschichte, seltener zugleich mit Mediengeschichte und noch seltener mit Entwicklungen außerhalb des kulturellen Bereichs. Je stärker Historiker ihren Blickwinkel auf den Film beschränken, desto eher folgen sie einer Vorstellung von Filmgeschichte als einem quasi-evolutionären Prozeß. Die Entwicklung von früheren Auswertungsformen hin zum ortsfesten Kino erscheint dann als ein Vorgang, bei dem sich das Medium Film aus sich selbst heraus entwickelt, so daß die Entstehung ortsfester Kinos nicht erklärt werden muß und es scheinbar ausreicht, Voraussetzungen dafür anzugeben, daß sie zu einem bestimmten Zeitpunkt entstehen. Auswertungsformen, die dem ortsfesten Kinoabspiel vorausgehen, werden konsequent als Vorformen des ortsfesten Spielbetriebs betrachtet. Da die Entwicklung hin zum ortsfesten Kino als ›natürlich‹ gilt, wird unterstellt, daß die Vorformen des frühen Filmabspiels in dem Moment verschwinden, in dem der Kinogrün-

dungsboom einsetzt – eine These, deren Überprüfung im Rahmen eines solchen quasi-evolutionären Modells der Filmauswertung als nicht notwendig erscheint.

Das neue Medium Film hat sich jedoch nicht aus sich selbst heraus entwickelt, sondern wurde von den gesellschaftlichen Gruppen kulturell geprägt, die es für ihre Zwecke verwendet haben. Die Berufsgruppe, die den Film in Deutschland maßgeblich geprägt und verbreitet hat, waren die Schausteller, die ursprünglich mit ambulanten Spezialitätentheatern unterwegs waren. Da die Besitzer dieser Theater über einen fahrbaren Theaterbau, langjährige Erfahrungen im Umgang mit Unterhaltungsangeboten und nicht zuletzt über ein Publikum verfügten, war eine Umstellung ihres Betriebs auf Filmvorführungen ohne großen Aufwand durchführbar. Diese Umstellung war deshalb lukrativ, weil das neue Medium rentabler als die Darbietung eines Liveprogramms auf der Bühne war. Bei der Umstellung von der Bühnenshow auf den Filmbetrieb wurde nicht nur die Unterhaltung des Publikums als Aufführungszweck beibehalten, sondern auch die bewährten kulturellen Praktiken: Programmformen ebenso wie die Werbung für die Show wurden übernommen. Innovativ war jedoch die Entwicklung zum narrativ-fiktionalen Film, der um 1905 zum dominanten Filmangebot der Wanderkinos wurde.

Ortsfeste Kinos wurden von Newcomern der Branche wie Händlern, Gastwirten und Handwerkern gegründet, die in einer wirtschaftlich schwierigen Lage waren. Möglich wurde diese Gründungswelle, da das Medium Film bereits durch die Wanderschausteller populär war und insbesondere französische Filmfirmen eine große Zahl an Filmen anboten. In Berlin, von wo die Gründungswelle ortsfester Kinos ausging, suchten Einzelhändler, deren Existenz durch die Warenhäuser bedroht war, 1905/06 nach einer neuen Verwendung ihrer Läden und fanden sie im Kinobetrieb. Die Besitzer der neuen ortsfesten Kinos bedienten sich des erfolgreichen Modells der Filmprogrammierung, das die oft seit Generationen in der Unterhaltungsbranche tätigen Schausteller mit ihren Wanderkinos entwickelt hatten. Weil es das erfolgreiche Modell der Wanderkinos gab, konnte sich eine in Unterhaltungsfragen unerfahrene Berufsgruppe mit dem Film derart schnell und erfolgreich etablieren. Entstand das Wanderkino in Deutschland also aus dem ambulanten Spezialitätentheater der Schausteller, so entwickelte sich das ortsfeste Kino aus einer wirtschaftlichen Krise filmfremder Branchen, die sich der von den Wanderschaustellern entwickelten, erfolgreichen kulturellen Praktiken bedienten.

Ich möchte abschließend zwei Forschungsperspektiven hervorheben: Erstens ist das hier vorgestellte Modell zur Kinoentwicklung in Deutschland zu überprüfen, wobei sowohl die Entstehung des Wanderkinos als auch die des ortsfesten Kinos weiter erforscht werden muß. Läßt sich die Entstehung der Wanderkinos relativ gut über zeitgenössische Fachzeitschriften erschließen, so muß die Entstehung der ortsfesten Kinos mittels Lokalstudien untersucht

werden. In Stadt- und Staatsarchiven läßt sich – oft mühevoll und dennoch nur lückenhaft – herausfinden, wer die Gründer der frühen ortsfesten Kinos waren. Mit dieser Arbeit haben wir begonnen. Zweitens lassen sich die hier vorgestellten Ergebnisse der Kinoforschung nutzen, um die Entwicklung der Auswertungsformen von Filmen in anderen Ländern weiter zu erforschen. Da es bisher nur wenige Studien zu einzelnen Unternehmen gibt, steht nicht fest, ob die *traveling exhibitors* in den USA nicht doch wichtiger als die *Vaudevilles* für die Verbreitung und kulturelle Prägung des Films waren, auch wenn scheinbar gute Gründe dagegen sprechen. Darüber hinaus läßt sich die Entstehung ortsfester Kinos in den USA untersuchen, indem man die am deutschen Beispiel gewonnene These überprüft, ob der Gründungsboom nicht auch hier von Berufsgruppen getragen wurde, die in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht waren und die bisher mit dem neuen Medium nicht anders denn als Zuschauer in Berührung gekommen waren.

Anmerkungen

1 Der vorliegende Text beruht auf einem Vortrag, den der Autor am 2. 5. 2002 an der Universität Zürich gehalten hat. Allen Diskussionsteilnehmern sei an dieser Stelle gedankt.

2 Martin Loiperdinger, *Film & Schokolade: Stollwercks Geschäfte mit lebenden Bildern*, Stroemfeld Verlag, Frankfurt am Main, Basel 1999.

3 Eine ausführliche Darstellung der Forschungsergebnisse ist in einer Monographie geplant, die unter dem Titel *The Emergence of Cinema in Germany, 1895-1924* beim British Film Institute und zugleich in einer deutschen Ausgabe in der Reihe *KINtop Schriften* erscheinen wird. Vgl. auch ergänzend zum vorliegenden Text: Joseph Garncarz, »The Origins of Film Exhibition in Germany«, in: Erica Carter, Tim Bergfelder, Deniz Göktürk (Hg.), *German Cinema Book*, British Film Institute, London 2002, S. 112-120 [im Erscheinen].

4 Robert C. Allen, *Vaudeville and Film 1895-1915: A Study in Media Interaction*, Arno Press, New York 1980; Richard Abel, *The Red Rooster Scare: Making Cinema American, 1900-1910*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, Lon-

don 1999; Charles Musser, *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 1990; Douglas Gomery, *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*, British Film Institute, London 1992.

5 Corinna Müller, *Frühe deutsche Kinetographie: Formale, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen 1907-1912*, J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar 1994, Kap. 1; Joseph Garncarz, »Die Entstehung des Kinos aus dem Varieté: Ein Plädoyer für ein erweitertes Konzept der Intermedialität«, in: Jörg Helbig (Hg.), *Intermedialität: Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 1998, S. 244-256.

6 Schätzung für das Varieté: 240 Spieltage pro Jahr und Varieté; eine Vorstellung pro Tag; durchschnittliche Größe eines Varietés: 700 Plätze; Schätzung für das Wanderkino: 9 Spieltage pro Monat und Unternehmen; 16 Vorstellungen pro Tag; durchschnittliche Größe eines Wanderkinos: 250 Plätze.

7 *Der Komet*, Nr. 1125, 13. 10. 1906, S. 7.

8 *Der Komet*, Nr. 1042, 11. 3. 1905, S. 11.

- 9 Kinematograph Leilich, Programm für Samstag, den 19. September [1908], in: Polizei Direktions Akten zum Oktoberfest, Staatsarchiv München, Nr. 933 (1908).
- 10 Herbert Birett, *Das Filmangebot in Deutschland 1895-1911*, Filmbuchhandlung Winterberg, München 1991. Über den Film KINDERHEIM IN PARIS liegen keine Informationen vor.
- 11 Charles Musser, Carol Nelson, *High-Class Moving Pictures. Lyman H. Howe and the Forgotten Era of Traveling Exhibition, 1880-1920*, Princeton University Press, New Jersey 1991; Kathryn H. Fuller, *At the Picture Show: Small-Town Audiences and the Creation of Movie Fan Culture*, Smithsonian Institution Press, Washington, London 1996, Kap. 1; Edward Lowry, »Edwin J. Hadley: Traveling Film Exhibitor«, in: John L. Fell (Hg.), *Film Before Griffith*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 1983, S. 131-143.
- 12 Vgl. Brooks McNamara, *Step Right Up*, University Press of Mississippi, Jackson 1995.
- 13 Ernst Kieninger, *Das ›Klassische Wanderkino‹ 1896-1914: Filmkommunikation auf dem Weg zur Institution am Beispiel Niederösterreich und Umland*, Diplomarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien 1992 (unveröffentlicht); Blaise Aurora, *Histoire du Cinéma en Lorraine: Du cinématographe au cinéma forain 1896-1914*, Editions Serpenoise, Metz 1996; Guido Convents, *Van kinoscoop tot café-ciné: De eerste jaren van de film in België 1894-1908*, Universitaire Pers Leuven, Leuven 2000; Aldo Bernardini, *Cinema italiano delle origini: Gli ambulanti*, La Cineteca del Friuli, Gemona 2001.
- 14 Alexander Jason, *Der Film in Ziffern und Zahlen 1895-1925*, Deutsches Druck- und Verlagshaus, Berlin 1925, S. 22-23.
- 15 Polizeiakten der Stadt Kassel: Hessisches Staatsarchiv Marburg, Bestand 175, Nr. 549 f.
- 16 Herbert Birett (Anm. 10), Nr. 13564, Nr. 14882.
- 17 Richard Abel (Anm. 4), Kap. 2.
- 18 *Der Komet*, Nr. 2063, 8.II.1924, S. 13.
- 19 »Kinematographen in Berlin«, in: *Der deutsche Händler und Hausierer*, Jg. 1906, H. 13, 30. 12. 1906, S. 6.
- 20 Vgl. Käthe Lux, *Studien über die Entwicklung der Warenhäuser in Deutschland*, Gustav Fischer, Jena 1910, S. 189.
- 21 Otto Erich v. Wussow, *Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser*, Verlag für Sprach- und Handelswissenschaft, Berlin 1906, S. 33.
- 22 Johannes Steindamm, *Beiträge zur Warenhausfrage*, E. Ebering, Berlin 1904, S. 10-11.
- 23 *Jahrbuch und Welt-Adressbuch für Kauf- und Warenhäuser*, Verlag der Zeitschrift Deutsche Confection, Berlin 1909, S. 340-343.
- 24 Jason (Anm. 14), S. 31.
- 25 Wussow (Anm. 21), S. 50.
- 26 Schätzung für die ortsfesten Kinos: 30 Spieltage pro Monat und Unternehmen; 360 Spieltage pro Jahr und Unternehmen; 6 Vorstellungen pro Tag; durchschnittliche Größe eines Ladenkinos: 150 Plätze.
- 27 *Der Komet*, Nr. 1497, 29. II. 1913, S. 14.