

### **Nicolaus Schröder: Filmindustrie**

Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag 1995 (rororo special Handbuch, Bd. 6377), 125 S., ISBN 3-499-16377-2, DM 12,90

Gute Einführungen in die Filmwirtschaft findet man selten. Der Hamburger Filmjournalist Nicolaus Schröder versucht, mit seiner populärwissenschaftlich verfaßten Arbeit *Filmindustrie*, diesem Mißstand abzuhelpfen.

Er konturiert die Zäsuren in der Mediengeschichte vom Kinematographen als Jahrmarktsattraktion über den Aufbau profitabler nationaler Filmindustrien bis hin zur Vormachtstellung US-amerikanischer Major Companies. Letztere entwickelten sich sukzessiv zu multinational operierenden Medien-Imperien. Schröder interpretiert marktinnovative Unternehmensstrategien, die auf Freizeit- und Unterhaltungsaktivitäten zielen, als Reflex auf ein verändertes Kinoverständnis. Die große Beliebtheit solcher Konzepte korrespondiert mit dem Wandel von Zielgruppenprofilen. Der Autor prognostiziert, daß die Majors weiterhin auf Zukunftstechnologien setzen werden, um ihren Vorteil im Kampf um Networks, Systemstandards und Produktnormen auf dem weltweiten Medienmarkt zu behaupten. Die europäische Filmindustrie hingegen zeigt sich außerstande, den ökonomischen und kulturellen Entwicklungen des Marktes auch nur ansatzweise etwas entgegenzusetzen.

Schröders Übersicht über wichtige Aspekte des Filmgeschäfts zeichnet sich durch eine leicht verständliche Erörterung – auch komplexer Zusammenhänge – aus. Davon dürfte gerade ein Publikum ohne Vorkenntnisse profitieren. Bei aller gebotenen Bescheidenheit aufs Wesentliche in einer solchen Darstellung vermag der Autor insbesondere zwei Sachverhalte herauszuarbeiten: zum einen die Dialektik zwischen Film als Wirtschaftsgut und Film als Kulturgut, und zum zweiten die grundlegend verschiedenen Voraussetzungssysteme des Filmgeschäfts in den USA und in Europa. Mit Schröders Bändchen haben Filminteressierte eine zweckdienliche Einführung in die Ökonomie des Mediums zur Hand.

Christian Filk (Köln/Siegen)