

Jürgen Kasten; Philipp Stiasny

Gute Zeiten, schlechte Zeiten. Neuerscheinungen zum 100. Gründungsjubiläum der Ufa

2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/21594>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kasten, Jürgen; Stiasny, Philipp: Gute Zeiten, schlechte Zeiten. Neuerscheinungen zum 100. Gründungsjubiläum der Ufa. In: *Filmblatt*. Filmblatt 66, Jg. 23 (2018), Nr. 1, S. 88–97. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/21594>.

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/>

Review Essay

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Neuerscheinungen zum 100. Gründungsjubiläum der Ufa

Von Jürgen Kasten und Philipp Stiasny

Jubiläen sind Anlass zurückzuschauen, die Gegenwart als Gewordenes zu begreifen und Erwartungen für die Zukunft zu formulieren. Das gilt auch für das Jubiläum der Universum-Film AG (Ufa), die im Dezember 1917 auf Betreiben des Militärs als verdecktes Joint Venture des wilhelminischen Kaiserreiches mit Großindustriellen und Banken gegründet wurde. Wie kein anderes Unternehmen steht der Name Ufa für den Aufstieg der deutschen Filmindustrie, die es nach dem Ersten Weltkrieg mit den Weltmarktführern aufnehmen wollte. Dieser Mythos und die staatliche Instrumentalisierung in der NS-Zeit führten nach dem Zweiten Weltkrieg zur Zerschlagung durch die Alliierten. Übrig blieb der Name als Firmenmantel, er befindet sich seit 1964 im Besitz des Bertelsmann-Konzerns.

Mitten im Zweiten Weltkrieg erschienen zum 25. Firmenjubiläum zwei umfangreiche Schriften, der von Hans Traub herausgegebene Band *Die Ufa. Ein Beitrag zur Entwicklungsgeschichte des deutschen Filmschaffens* (Berlin 1943) und Otto Kriegk's *Der deutsche Film im Spiegel der Ufa* (Berlin 1943). Die Unternehmensgeschichte wurde darin aus nationalsozialistischer Perspektive auf ihre nationale und ideologische Bedeutung hin gedeutet. Während 1967/68 anscheinend niemandem zum Feiern zumute war und das 50. Jubiläum quasi ausfiel, markierte das 75. Jubiläum 1992 einen Wendepunkt: Als aktive Firma spielte die Ufa damals zwar keine größere Rolle, dafür strahlte der Mythos der alten, 1945 untergegangenen Ufa umso heller – und dieser Mythos wurde nun einer grundlegenden Revision unterzogen. Weit über den direkten Anlass hinausgehend, begann damit eine sehr produktive neue Phase der Erforschung der deutschen Filmgeschichte.

Neben der von Rainer Rother kuratierten Ausstellung „Die Ufa 1917–1945. Das deutsche Bilderimperium“ im Deutschen Historischen Museum in Berlin und der anstelle eines Katalogs erschienenen Kassette mit 22 Ufa-Magazinen zu paradigmatischen Filmen, legten Klaus Kreimeier mit *Die Ufa-Story* (München, Wien 1992) und Hans-Michael Bock und Michael Töteberg mit dem schwergewichtigen *Ufa-Buch* (Frankfurt a. M. 1992) zwei Publikationen vor, die ein breites Publikum erreichten und in ihrer Urteilskraft und Vielfalt bis heute Maßstäbe setzen. Auch international rückte die Ufa damals erneut in den Blick, etwa durch die Retrospektive beim Cinema Nuovo 1993 in Pesaro, begleitet von dem umfangreichen, von Giovanni Spagnoletti herausgegebene Begleitband *Schermi Gemanici. Ufa 1917–1933* (Venedig 1993). Seit dem Erscheinen von *Die Ufa-Story* und dem *Ufa-Buch*

sind viele Aspekte und Themenkomplexe, die dort am Rande auftauchten, genauer untersucht worden, so das Umfeld der Ufa-Gründung in Wolfgang Mühl-Benninghaus' *Vom Augusterlebnis zur Ufa-Gründung* (Berlin 2004), der Ufa-Kulturfilm in der mehrbändigen *Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland* (Stuttgart 2005), der Werbefilm in Ralf Forsters *Ufa und Nordmark* (Trier 2005) und die internationale Strategie der Ufa zwischen 1929 und 1939 in Chris Wahls *Sprachversionsfilme aus Babelsberg* (München 2009; englische Ausgabe Amsterdam 2016).

Die Geschichte einer Marke. Zum 100. Gründungsjubiläum der Ufa hat sich deren Werbeabteilung 2017/18 einen neuen Slogan einfallen lassen: „UFA 100 Years. The Future of Inspiring Entertainment“. Man zeigt sich zugleich geschichtsbewusst und innovativ. Tradition, Avantgarde und Unterhaltung, Dirndlrock und Laptop. Die Zukunft wird in Deutschland englisch geschrieben, und so unterstreicht der neue Slogan die internationale Einbindung eines Unternehmens, das den Markennamen Ufa als positive Bezugsgröße und Glamour-Faktor eigentlich erst im letzten Jahrzehnt wieder aktiviert hat. Der Ufa-Chef berichtet nicht nach Gütersloh, sondern an Fremantle in London.

Zum Geburtstag gab es einen Galaabend, an dem sich auch der Bundespräsident die Ehre gab, eine kleine Filmreihe auf Arte, die wenig ambitionierte Arte-Doku *MASCHINENRAUM DES DEUTSCHEN FILMS* (2017, R: Sigrid Faltin) und eine von Friedemann Beyer kuratierte Retrospektive mit 100 Ufa-Filmen im Kino Babylon. In der Deutschen Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen und im Zeughauskino fanden Symposien statt, und das Filmmuseum Potsdam wie auch die Deutsche Kinemathek zeigten Ausstellungen zur Ufa. Während das Filmmuseum Potsdam mehrere kleinere Foyer-Ausstellungen veranstaltete und sich dabei vor allem auf die klassische Ufa-Zeit zwischen 1917 und 1945 und Großprojekte wie *DIE NIBELUNGEN* (1924) und *F.P. 1 ANTWORTET NICHT* (1932) konzentrierte, schlug die Deutsche Kinemathek mit ihrer Ausstellung „Die Ufa – Geschichte einer Marke“ den Bogen bis in die Gegenwart: Weil hier der Akzent auf der Marke lag, konnte mit einiger Anstrengung aus vielen verschiedenen, keineswegs gradlinig verlaufenen Geschichten, die nach 1945 auch von langen Phasen des Niedergangs, der Auflösung und des Desinteresses am Erbe geprägt waren, im Jahr des Jubiläums wieder *eine* Geschichte werden. Was firmenpolitisch und werbestrategisch durchaus als Erfolg anzusehen ist, mag auf Historiker etwas irritierend wirken, weil von *METROPOLIS* (1927) wohl nur eine Häufung von Zufällen zu TV-Soaps wie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* und Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* führt, die der Katalog zu der von Peter Mänz und Klaudia Wick kuratierten Ausstellung als Erfolge der jüngeren Ufa-Geschichte beschreibt. Dieser Katalog, der – wie die Ausstellung – das Starwesen, den Unterhaltungsanspruch, die Internationalität und die Großproduktionen in den Fokus rückt, ist farbenprächtig illustriert, und die drei recht knappen Essays von Rainer Rother, Jörg Schöning und Klaudia Wick zu den Zeitabschnitten 1917–1949, 1949–1969 und 1970–2017 sind für sich genommen allesamt lesenswert. Man übersieht es gelegentlich: Die

Geschichte der Ufa nach 1945, ihrer Auflösung und Privatisierung hat durchaus das Zeug zu einem Wirtschaftskrimi.

So berechtigt man das Interesse des Unternehmens finden kann, seinen Markenwert nun auch in einer Ausstellung gewürdigt zu sehen, wird man einwenden, dass große und auch international durchaus vorzeigbare TV-Produktionen wie UNSERE MÜTTER, UNSERE VÄTER (2011/12) bei den Fernsehzuschauern kaum als Ufa-Produktionen wahrgenommen werden. Der Markenkern ist demnach recht weich und erreicht längst nicht die Strahlkraft der klassischen Ufa-Zeit. Was jene Teile des Katalogs betrifft, in denen jüngere Entwicklungen und Zukunftsprojekte vorgestellt werden, schleicht sich eine Perspektive ein, die allzu sehr an eine Selbstdarstellung der heutigen Ufa erinnert und zu wenig Abstand hat.

Filmfieber. Um eine Marke zu schaffen, deren Name positive Assoziationen auslöst, bedarf es nicht nur guter Produkte, sondern ebenso einer nachhaltigen Öffentlichkeitsarbeit. Im weiteren Sinne sind damit vor allem publizistische Anstrengungen gemeint, darunter die Firmen- und Verleihwerbung mitsamt Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Plakate, Aushangfotos und Pressematerialien, illustrierte Programmhefte, Bücher zum Film sowie Starpostkarten und andere Objekte für Fans und Sammler. Mit *Filmfieber. Deutsche Kinopublizistik 1917-1937* (Erfurt 2017) legt Patrick Rössler, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt, nun erstmals einen umfangreichen, ja monumentalen Band vor, der einen Überblick über das Thema vermittelt und eine Grundlage für weiteren Forschungen schafft. Sein Buch, das auf langjährigen Recherchen und ebenso langer Sammlertätigkeit basiert, gehört zu jenen Pionierarbeiten, die auch einen vermeintlichen Experten in Staunen versetzen: Da wohnt man seit Jahren im gleichen Haus und kennt sich aus – und eines Tages öffnet sich eine Tür, von deren Existenz man gar nicht wusste.

Aus dem über Jahrzehnte gewachsenen Bestand filmrelevanter Archivalien in der Erfurter Universitätsbibliothek hat Rössler 2.500 Drucksachen ausgewählt und im vorliegenden Buch reproduziert: Das Resultat ist einerseits ein wunderbares Bilderbuch mit vergleichsweise wenig Text und Erläuterungen, das vor allem die visuelle Komponente der Publizistik unterstreicht; andererseits ist es eine Quellensammlung von bleibendem Wert, die vor Augen führt, in welchem Umfang das Massenmedium des Kinofilms begleitet und öffentlichkeitswirksam unterstützt wurde durch enorm vielfältige, teilweise millionenfach vertriebene Drucksachen. Auch wenn sein Buch sich nicht auf die Ufa kapriziert, steht sie doch zu Recht im Zentrum, wie hunderte Abbildungen von Verleihkatalogen, Reklame-Ratschlägen, Souvenirprogrammen, Ufa-Magazinen und Starpostkarten beweisen. Sehr gelungen sind dabei jene Sektionen, in denen Rössler anhand unterschiedlicher Werbemittel zum gleichen Film die Facetten einer damaligen Kampagne vorstellt. Sein ausdrückliches Anliegen ist es, auch unbekannte, noch nicht andernorts abgebildete Objekte zu zeigen, darunter Broschüren und Bildmaterialien für die Auslandswerbung. Das gelingt ihm sogar bei METROPOLIS: Im

Band finden sich etwa Anzeigen aus Australien und Argentinien sowie die Umschlagseiten der britischen, japanischen und tschechischen Ausgaben des Romans von Thea von Harbou. Wer Erfurt noch nicht auf seiner Landkarte für filmhistorische Recherchen hatte, sollte das schleunigst ändern.

Die interne Kommunikation innerhalb des riesigen Ufa-Konzerns beleuchtet Rössler auch in einer weiteren Publikation, der Filmblatt-Schrift *Werben für Metro-polis* (Berlin 2018), die neben einem instruktiven Vorwort des Autors das Faksimile des 1926/27 erschienenen Zirkulars *Neues aus der Parufamet* enthält. Dieses in der Forschung auch aufgrund der spärlichen Überlieferung bislang weitgehend vernachlässigte Werbemittel richtete sich primär an Kinobetreiber und lieferte ihnen Handreichungen zur Bewerbung der Filme sowie Informationen über aktuelle Projekte der Ufa und der mit ihr im Parufamet-Verleih verbundenen amerikanischen Partner Paramount und Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Erinnerung an Vertriebene. Wie Rösslers *Filmfieber* ist auch Friedemann Beyers *Die Ufa. Ein Film-Universum* (München 2017) zuerst einmal ein Bildband, der sich der klassischen Ufa-Zeit bis 1945 widmet. Im Vergleich mit *Filmfieber* wirkt sein Buch allerdings schmal und beschränkt sich – von einigen Plakaten abgesehen – ganz auf Fotografien, viele davon bislang unveröffentlicht. Besonders schön und interessant sind hier die zahlreichen Werkfotos, die einen Eindruck von der Arbeit am Set und von der dabei eingesetzten Filmtechnik vermitteln. Beyer rahmt diese Fotos durch einen knappen Text – und es ist richtig und ehrenwert, dass er darin auch an die jüdischen Mitarbeiter der Ufa erinnert, die 1933 entlassen und vertrieben wurden. Ihnen gibt sein Buch nicht nur einen Namen, sondern auch ein Gesicht. Der Forschung bietet Beyers Buch dagegen wenig Neues – es richtet sich primär an Fans und nicht an die Fachöffentlichkeit.

Auch Wolfgang Jacobsen, der Erich Pommer, dem wichtigsten Produzenten der Ufa, anlässlich des Firmenjubiläums ein schmales Bändchen gewidmet hat, schreibt hier nicht für Fachleute. Sein Büchlein ist in der vom Centrum Judaicum in Berlin herausgegebenen Reihe „Jüdische Miniaturen“ erschienen und trägt den Untertitel *Filmproduzent zwischen Kunst, Industrie und Unterhaltung* (Berlin 2017). Jacobsen fasst darin die Ergebnisse seiner Monografie *Erich Pommer. Ein Produzent macht Filmgeschichte* (Berlin 1989) zusammen, die neben Ursula Hardts *From Caligari to California. Eric Pommers's Life in the International Film Wars* (Providence 1996) das wichtigste Buch zum Thema ist. Das Miniatur-Format der Reihe zwang den Autor, vieles wegzulassen – und so ist eine kondensierte Version entstanden, in der Pommers jüdische Herkunft, seine Erfahrungen mit dem Antisemitismus und die Emigration stärker in den Blick kommen als in dem Band von 1989.

Ausführlich zitiert Jacobsen aus Pommers empörtem Brief an Ludwig Klitzsch, den Generaldirektor der Ufa, vom November 1932, in dem er sich über „antisemitische Vorgänge“ innerhalb der Ufa beschwert und Klitzsch als Mitglied der antisemitisch eingestellten Deutschnationalen Volkspartei direkt anspricht: „Halten Sie es wirklich mit der Würde eines ehrlichen, aufrichtigen Mannes vereinbar, dass er durch

Partei-Örgane zu einem Deutschen 2. Ranges gestempelt wird, weil er es sein Leben lang abgelehnt hat, einen ‚Geburtsfehler‘ mit wenigen Tropfen Taufwasser zu korrigieren? Und halten Sie es [...] mit der Würde Ihrer Partei vereinbar, dass ein solcher, von derselben Partei zur ‚Zweitklassigkeit‘ verurteilter Mann Filme herstellt, die als Spitzenprodukte der Ufa, die nun einmal doch von dieser Partei nicht zu trennen ist, in das Deutsche Reich und darüber hinaus in die ganze Welt hinausgehen?“ (S. 51f).

Linientreu und populär. Pommer, der einige der berühmtesten Filme des Weimarer Kinos produzierte hatte, wurde im Frühjahr 1933 von der Ufa entlassen. Die Zeit nach ihm wurde bestimmt durch die Eingriffe der neuen Machthaber in das Filmwesen, die Einflussnahme des Propagandaministeriums, bei einem nach wie vor gültigen Bestreben, weiterhin international konkurrenzfähige Filme zu machen, durch die erst heimliche, dann unübersehbare Verstaatlichung und die enorme Expansion in die besetzten Gebiete während des Zweiten Weltkriegs. Anknüpfend an ein Symposium in der Deutschen Kinemathek über die Ufa im „Dritten Reich“, präsentiert der von Rainer Rother und Vera Thomas herausgegebene Band *Linientreu und populär. Das Ufa-Imperium 1933–1945* (Berlin 2017) neue Forschungen, unter anderem zu den Publikumspräferenzen und den im Zweiten Weltkrieg stark zurückgehenden Marktanteilen der Ufa (Joseph Garncarz), zur Ufa-Lehrschau und der Deutschen Filmakademie als Versuche, die Ausbildung eines neuen, künstlerisch und ideologisch geschulten Filmnachwuchses auf dem Gelände der Filmstadt Babelsberg zu konzentrieren (Rolf Aurich) und zur Baugeschichte der Filmstadt Babelsberg (Brigitte Jacob und Wolfgang Schäche). Neuland betreten auch zwei Beiträge zum Einsatz von Zwangsarbeitern bei der Ufa im Krieg (Almuth Püschel, Jens Westmeier). Darüber hinaus schließen Spezialstudien Wissenslücken zu bestimmten Ereignissen, Personen und Filmen; die Ergebnisse sind lesenswert, verändern den Blick auf die Ufa insgesamt jedoch nicht. Das gilt schon eher für jene Studien, die die Internationalität der Ufa genauer erforschen und damit an eine Kernfrage rühren: Wie konnte eine linientreue, in politischer Hinsicht nationalistisch und mitunter rassistisch ausgerichtete Produktionsfirma eigentlich Filme hervorbringen, die sogar im von deutschen Soldaten besetzten Ausland „populär“ waren? Wie weit ging hier das Verlangen, das von Goebbels gewünschte „zweite Hollywood“ zu werden und dessen Starsystem zu kopieren? Tobias Hochscherf stellt sich diese Frage am Beispiel von Hans Albers. In diesem Zusammenhang besonders interessante Beiträge, die hoffentlich weitere Forschungen anstoßen, legen Christophe Gauthier zur Alliance Cinématographique Européenne und Roel Vande Winkel zu den Verleihgesellschaften der Ufa im Ausland vor. Vande Winkel zeigt sehr deutlich, wie stark die Ufa-Auslandsabteilung von der Besetzung großer Teile Europas während des Krieges profitierte; im Geschäftsjahr 1943/44 erreichte der deutsche Spielfilmexport seinen Höhepunkt.

Der Fall des Eisbären. Die internationale Verquickung der Ufa wurde gerade nach der Verstaatlichung im Zweiten Weltkrieg sehr deutlich. Angelegt war sie

vom Beginn an. Bereits die Gründungsväter träumten von internationalem Erfolg, ob nun mit Blick auf die Propagandawirkung oder die Marktdominanz. Die europäische Dimension wird auch in Isak Thorsens neuer Gesamtdarstellung des dänischen Filmkonzerns Nordisk Filmkompagni (Nordisk) deutlich, die er unter dem Titel *Nordisk Film Kompagni 1906-1924. The Rise and Fall of the Polar Bear* (East Barnet, Bloomington 2017) vorgelegt hat; es ist die Druckfassung seiner Dissertation.

Für das kleine Dänemark ist die Nordisk wahrscheinlich von ähnlicher medienhistorischer Bedeutung wie die Ufa für Deutschland. Beide Konzerne sollten sich fast schicksalhaft begegnen, und dies von Anfang an, denn die deutsche Nordisk-Tochter war eine Kerngesellschaft bei der Ufa-Gründung. Beide Firmen waren 1917/18 Großkonzerne, die es mit den zeitgleich oder wenig zuvor entstandenen Major Studios jenseits des Atlantiks aufnehmen wollten. Für den dänischen Konzern markierten die Begegnungen mit der Ufa letztlich den Beginn einer ökonomischen Dauerkrise.

Thorsen zufolge ließ sich das „German Chaos“ (S. 214) auf der Ufa-Leitungsebene bis 1927 kaum beheben. Aufgrund der intensiven, zumeist wechselseitigen Handels- und Kapitalverflechtungen wurde auch die Nordisk ab 1918 davon infiziert. Ihre zunehmend enger werdende Anbindung an den deutschen Markt war um 1915 ein naheliegender Rettungsanker, brachen doch die offenen europäischen Exportmärkte weitgehend weg. Da die Ufa-Gründung recht gut erforscht ist, setzt Thorsen hier keinen Schwerpunkt, auch wenn die Andeutung, die Nordisk hätte ihrerseits versucht, um 1916 mit der Deutschen Bioscop eine wichtige deutsche Produktionsgesellschaft zu übernehmen, um sich gegen eine feindliche Übernahme aus Deutschland zu wappnen, eine interessante Variante darstellt, die bisher kaum bekannt war. Die Zusammenführung der Nordischen Filmgesellschaft (samt des Mitteleuropa-Geschäfts der Nordisk) mit Messter, der PAGU und anderen Film- und Theatergesellschaften zur Ufa erfolgte Ende 1917 zu einem Zeitpunkt, als die übrigen europäischen Märkte aufgrund von Kriegseinsparungen und dem wirtschaftlichen Chaos in Russland (dem zweiten wichtigen Exportmarkt der Nordisk) bereits weggebrochen waren. Das deutsche Ankaufsangebot für die Nordische Filmgesellschaft (samt dem Verleihgebiet Mitteleuropa) war gewissermaßen alternativlos. Versuche der Nordisk, unmittelbar nach Kriegsende eine europäische Filmtheater-Allianz zu gründen oder die 1919/20 mit Adolph Zukor und Ben Blumenthal von Famous Players-Lasky geführten geheimen Gespräche, die Ufa selbst zu übernehmen, waren Befreiungsanstrengungen, die letztlich misslangen, obwohl Nordisk-Chef Ole Olsen siebenstelligen Kronenbeträge dafür organisieren konnte. Für solche Übernahmen fehlte es in Dänemark dann doch an Mut, Kapital und wohl auch Durchsetzungswillen.

Isak Thorsen, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Kopenhagen, ist bemüht, den filmhistorischen Blick zu weiten und nimmt neben dem für die Zeit von 1910 bis 1924 zentralen Bereich der deutsch-dänischen Filmbeziehungen immer wieder die grundlegenden Veränderungen in der europäischen

Medienlandschaft ins Visier, die der Erste Weltkrieg mit sich brachte. Thorsen führt hier bewusst einen dialektischen Diskurs, wenn er die älteren dänischen Filmhistoriker, vor allem Marguerite Engberg und Ebbe Neergard, gegen die jüngere Garde um Thomas Christensen und Caspar Tybjerg setzt, die über ein an David Bordwell, Janet Staiger und Kristin Thompson geschultes Theoriegerüst verfügt. Beinahe mustergültig für eine theoriegestützte Mediengeschichtsschreibung greift Thorsen auch auf zeitgenössische Primär- und Sekundärquellen zurück: Das sind einerseits Briefe und Memos des die Nordisk-Direktion deutlich dominierenden Ole Olsen, einschließlich seiner späteren Interviews und Memoiren, andererseits die Vorstandsprotokolle der Nordisk, die in erstaunlicher Zahl und Dichte überliefert sind. Sorgfältig wird außerdem ein filmökonomischer Hintergrundprospekt gewoben, der die wirtschaftlichen Kennzahlen bereitstellt. Thorsen erweitert den Blick der „new film history“ durch Ansätze aus der neueren Wirtschaftsgeschichte, die sich langsam auch den Film- und Medienunternehmen der Frühzeit zuwendet. Sein Kronzeuge ist der in Deutschland noch relativ unbekannt Gerben Bakker, der mit *Entertainment Industrialized. The Emergence of the International Film Industry, 1890–1940* (Cambridge u. a. 2008) eine sehr instruktive Gesamtdarstellung vorgelegt hat.

Thorsen erzählt die Geschichte der Nordisk weitgehend chronologisch. Ihren Aufstieg in den frühen 1910er Jahren verdankt die Firma dem lange bestehenden Vorurteil, dänische Spielfilme würden eine besondere Erotik bereithalten. Eingelöst wurde diese Erwartung vor allem mit dem Genre des erotischen Melodramas, das mit Asta Nielsen den ersten europäischen Filmstar überhaupt hervorbrachte. Verbunden ist das mit Paradigmenwechseln in der Distribution, die zwar nicht von der Nordisk federführend ausgingen, aber schnell aufgegriffen wurden. Die Monopol-Auswertung der frühen Nielsen-Filme ist zumeist von deutschen Filmhandeshäusern ausgegangen: Nach ihrem kometenhaften Aufstieg drehte sie mehr Filme in Babelsberg als in Valby, dem Sitz und Studiogelände der Nordisk am Kopenhagener Stadtrand. Ole Olsen gab jedoch nie auf, und es gelang ihm, Nielsen regelmäßig auch für dänische Produktionen freizukaufen. Ähnliches war ihm bei seinem Versuch, mit Henny Porten den zweiten weiblichen Filmstar Mitteleuropas zumindest zeitweise nach Valby zu locken und damit der sich entwickelnden deutschen Filmindustrie ein Asset zu nehmen, nicht vergönnt. Porten unterzeichnete unbedarft einfach sowohl bei den Dänen wie bei Messter und wurde dann kontraktbrüchig. Die Kompensation, die Nordisk sowohl von Porten wie von Messter erhielt, entsprach allerdings nicht dem erwarteten Profit.

Die Nordisk hat sich in ihrer Expansionspolitik ab 1910 recht früh als vertikaler Konzern aufgestellt. Standbeine waren die Produktion und der Verleih. Ab 1911 gelang es ihr, industrielle Arbeitsstrukturen aufzubauen, so vor allem in der Serienproduktion, dazu gehörte auch ein konsequentes Rechtemanagement. In den besten Jahren zwischen 1910 und 1916 wurden bis zu 175 Filme pro Jahr hergestellt, darunter bis zu 100 lange Spielfilme. Die Nordisk hatte um 1914 in fast allen Ländern Europas Zweigstellen errichtet und warb dafür sehr geschickt Fach-

leute vor Ort ab (etwa Louis Albert in Paris oder David Oliver in Berlin). Weniger glücklich verlief die Expansion in die USA mit einem Büro in New York. Sie kam zu spät und zu halbherzig, der Zeitpunkt war darüber schlecht gewählt, fiel er doch mitten in die kraftvoll durchgezogene Industrialisierungsphase der amerikanischen Filmproduktion mit dem Aufbau großer Produktions- und eben auch Distributionseinheiten.

Die Nordisk hatte dieses Potential nicht. Die im Serienbereich entwickelten industriellen Fertigungsstrukturen konnten im Ersten Weltkrieg nicht weiterentwickelt werden, im Bereich des zunehmend kostenaufwändigen Großfilms der späten 1910er Jahre engagierte sich der Konzern kaum. Zwar wurde nach 1915 verstärkt versucht, die Kosten der Filmherstellung genauer zu kontrollieren, so etwa die hohen Gagen der Schauspieler. Wo immer es die Marktsituation zuließ, versuchte die Nordisk vor allem im Verleihbereich, die „terms of trade“ zu diktieren. Das ging so weit, dass schon vor 1914 Vertragsmuster üblich wurden, die dem örtlichen Verleiher das Zensurrisiko aufbürdeten. Er hatte für Filme selbst dann den vereinbarten Kaufpreis pro Filmmeter zu entrichten, wenn die örtliche Zensurbehörde den Film beschnitt oder sogar ganz aus dem Verkehr zog. Das zeugt in den Jahren 1910 bis 1915 von starkem Selbstbewusstsein, wohlwissend, dass man zu diesem Zeitpunkt in Europa zusammen mit Pathé und Gaumont Marktführer war. Die Dividenden bis 1914 waren entsprechend üppig und lagen zwischen 10 und 60 Prozent pro Jahr; Kapitalerhöhungen und die schleichend einsetzende Kriegsinflation nagten jedoch an diesen Gewinnen.

Der in Krisenzeiten betriebswirtschaftlich verständliche Versuch, die Kosten zu senken oder zu deckeln, hatte jedoch eine Kehrseite: Durch den starken Kostendruck gingen der Firma teilweise wichtige Innovationen und Talente verloren, etwa die Regisseure Urban Gad, Mauritz Stiller, Robert Wiene und später Benjamin Christensen und Carl Theodor Dreyer. Eine Geschäftspolitik, die mittel- oder langfristig die ästhetische Entwicklung bremste, was spätestens ab 1917 Einbußen in der Produktattraktivität und damit der Wettbewerbsfähigkeit nach sich zog, sparte am falschen Platz. Erschwerend kam hinzu, dass sich die Produkte der Nordisk ab Ende 1918 – wie alle anderen europäischen Filme auf dem kontinentalen Markt – mit amerikanischen Produktionen zu messen hatten. Die Filmdistribution in Europa verlief zwischen 1910 und 1917 nicht allzu schwierig, da die Nachfrage nach Filmen größer war als das Angebot. Bis 1914 gab es kaum Einfuhreinschränkungen. Das änderte sich nach dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs, kulminierte Ende 1914 in rigiden gegenseitigen Einfuhrverboten der kriegführenden Parteien, was den europäischen Filmaustausch weitgehend zum Erliegen brachte. Zwar lockerten sich die Einfuhrbeschränkungen ab 1919 wieder, doch daran partizipierte die Nordisk kaum noch. Innerhalb weniger Jahre hatte sich die Marktsituation für Filme in Europa zwei Mal völlig umgekehrt. Diesem radikalen Wandel war der dänische Konzern nicht gewachsen.

Deutschland war bereits vor 1914 neben Russland der wichtigste Markt der Nordisk in Europa. Die Umbrüche 1914 und 1918 zementierten ihre Abhängigkeit

von einem großen Exportland. Denn ab 1915 stand die Nordisk wegen diverser Ausnahmegenehmigungen, die der Konzern für die Einfuhr dänischer Filme nach Deutschland erstaunlicherweise immer wieder erhielt, auf der Schwarzen Liste der Entente-Staaten. Auch in Deutschland wurden diese Ausnahmegenehmigungen kritisch beäugt. Allein das geringe Angebot an Filmen für deutsche Kinos hielt die nationalen Ressentiments in Schach. Die Nordisk wurde anfällig für eine Übernahme, was sich dann 1917 durch die Zusammenführung der deutschen Tochter mit den anderen führenden deutschen Produktions- und Filmtheatergesellschaften zur Ufa zumindest teilweise ereignete.

Thorsen weist darauf hin, dass die drastischen filmwirtschaftlichen Marktveränderungen zwischen 1914 und 1918 im Verbund mit Investitionsfehlscheidungen sowie den entweder zu großen oder zu halbherzigen Expansions- und Abnabelungsversuchen von der Ufa wichtigere Gründe für den einsetzenden Niedergang darstellten als die Erlahmung filmästhetischer Innovationen. Innovative Regisseure wie Dreyer, Stiller und Christensen standen ja durchaus zur Verfügung, wurden aber nicht konsequent herangezogen. In dieser komplexen, durch politische und wirtschaftliche Unsicherheit und eine zwangsläufig einsetzende Inflation geprägten Nachkriegszeit brachen weitere Fehlscheidungen im Verleihbereich der Nordisk das wirtschaftliche Rückgrat. Besonders ins Kontor schlug die 50-prozentige Mithaftung an der Entrichtung des Kaufpreises für hunderte amerikanische Filme im Zuge des sogenannten DAFCO-Deals, den Ufa und Nordisk mit Ben Blumenthal abgeschlossen hatten. Den Deal schlossen Ufa und Nordisk auf Dollar-Basis ab, der sich aufgrund der Inflation in den Jahren 1920/21 merklich verteuerte. Zudem erwiesen sich die deshalb zu teuer angekauften US-Filme als nicht so zugkräftig wie erwartet. Erschwerend für die Nordisk kam hinzu, dass sich die Ufa mit der Überweisung des in stabiler Währung zu entrichtenden Baranteils aus der Übernahme der Nordischen Filmgesellschaft gemäß des Ufa-Gründungsvertrags von 1917/18 mehrere Jahre Zeit ließ. Das hielt die Ufa nicht davon ab, Mitte 1918 eine eigene dänische Verleihtochter aufzubauen. Offensichtlich hatte man bereits zu diesem Zeitpunkt wenig Zutrauen in die Entwicklung der Nordisk, deren Tochter man ja geheiratet hatte.

Pikant ist das auch, weil Ole Olsen und die Nordisk eine Zeit lang Hauptaktionäre der Ufa waren. Auch sie entwickelten eigene Fusions- und Übernahmeideen für den deutschen Großkonzern. Doch daran hätten sich Olsen und die Nordisk ohne eine kräftige Kapitalspritze aus den USA sehr wahrscheinlich verschluckt. Olsens Kontakte etwa zu Adolph Zukor (Famous Players-Lasky bzw. Paramount) waren noch nicht gut genug, und Ben Blumenthal war ein internationaler Spekulant, der 1922 mit der Europäischen Filmallianz (EFA) sogar gegen die Ufa Front machte. Nicht die Ufa übernommen zu haben, sollte sich später durchaus als richtige Entscheidung herausstellen. Zu ungeordnet erwies sich die Ufa nach der sprunghaften Expansion der Gründungsjahre bis 1926.

Olsen wählte auch noch einen schlechten Zeitpunkt, um sein beträchtliches Ufa-Aktienpaket abzustoßen: Er tat dies just, als die Deutsche Bank, die not-

gedrungen Hauptaktionär geworden war, verzweifelt versuchte, die inzwischen als Ladenhüter geltenden Ufa-Aktien loszuwerden. Der enttäuschend geringe Erlös aus dem Verkauf der Ufa-Aktien und die gleichfalls nicht sehr vorteilhafte Aufrechnung vielfältiger gegenseitiger Kapitalverflechtungen beendeten 1924 schließlich die Beziehungen der Ufa zur Nordisk und deren internationale Geschäftstätigkeit. Thorsen stellt das in seiner Gesamtdarstellung minutiös aus den in dieser Hinsicht offenbar umfassend erhaltenen und gut sortierten Vorstandsprotokollen dar. Die Einschätzung des Stellenwerts der Nordisk und des dänischen Films für die europäische Filmgeschichte muss nach seiner Studie zwar nicht grundlegend revidiert werden; Tiefe und Genauigkeit der Details dieser profunden Gesamtdarstellung eines europäischen Medienkonzerns sind gleichwohl beeindruckend und die filmwirtschaftlichen Folgerungen überzeugend.

■ Peter Mänz, Rainer Rother, Klaudia Wick (Hg.): **Die Ufa. Geschichte einer Marke.** Bielefeld, Berlin: Kerber Verlag 2017, 200 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-7356-0421-7, € 36,00

■ Patrick Rössler: **Filmfieber. Deutsche Kinopublizistik 1917–1937.** Erfurt: Universität Erfurt 2017, 400 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-9818938-0-9, € 30,00 (bestellbar beim Autor: patrick.roessler@uni-erfurt.de)

■ Patrick Rössler: **Werben für Metropolis. „Neues von der Parufamet“ 1926/27 – ein Zirkular für Kinobesitzer und die Presse.** Berlin: CineGraph Babelsberg 2018 (= Filmbblatt-Schriften; 9), 320 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-936774-II-5, € 18,00

■ Friedemann Beyer: **Die Ufa. Ein Film-Universum.** München: Morisel Verlag 2017, 171 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-943915-15-0, € 29,90

■ Wolfgang Jacobsen: **Erich Pommer. Filmproduzent zwischen Kunst, Industrie und Unterhaltung.** Berlin: Hentrich & Hentrich 2017, 88 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-95565-217-3, € 8,90

■ Rainer Rother, Vera Thomas (Hg.): **Linientreu und populär. Das Ufa-Imperium 1933–1945.** Berlin: Bertz + Fischer 2017, 220 Seiten, Abb.
ISBN 978-3-86505-255-1, € 17,90

■ Isak Thorsen: **Nordisk Film Kompagni 1906–1924. The Rise and Fall of the Polar Bear.** East Barnet, Bloomington: John Libbey Publishing, University of Indiana Press 2017 (= KINtop Studies in Early Cinema; 5), 250 Seiten, Abb.
ISBN 978-0-861-96731-5, \$ 29,00