



## **Xinemascope Special – Hollywood**

- *Traumfabrik und Monopolist*

Von

*Andreas Schwinger*

Sprecher

*Tina Frühwirth*

*Andreas Schwinger*

Aufnahme: 02.08.2005

Sendung: 05.08.2005

Radio X, Frankfurt am Main ,

Mit den großen Kinoproduktionen verbindet sich ein Name wie kein anderer: Hollywood. Aber wie kam es dazu, dass ein Ort im äußersten Südwesten Amerikas zu der bedeutendsten Filmmetropole wurde? Hollywood dominierte den Weltmarkt und hat zwischen 1930 und 1946 die französischen, italienischen, dänischen und deutschen Film-Industrien verdrängt.

Es sind vor allem technische, ökonomische und politische Faktoren, die einen ganz entscheidenden Einfluss auf die Produktionsweise von Filmen haben. Wie die verschiedenen Kräfte auf die Entwicklung des Mediums Film wirkten und wie Hollywood das wurde, was es heute ist, darum dreht sich das heutige Xinelescope-Special „Hollywood – Traumfabrik und Monopolist“

## **Musik**

Zu nächst einmal wirken in der Entwicklung des Mediums Film verschiedene Kräfte. Die sich teilweise auch gegenseitig beeinflussen. Es sind technische, ökonomische und politische Faktoren, die einen ganz entscheidenden Einfluss auf die Produktionsweise von Filmen haben. Um dies zu verdeutlichen gehen wir erst einmal zurück zu den Anfängen des Filmgeschäfts.

In Amerika beschäftigte sich hauptsächlich der bekannte Erfinder Thomas Edison mit den laufenden Bildern. Er hatte ein Konzept für ein Kamera-

Projektor-System entwickelt was bereits 1889 demonstriert wurde. Allerdings war in dieser technischen Lösung nur die Vorführung für Einzelpersonen vorgesehen. Edisons hatte einen Guckkasten entwickelt, den er „Kinetoscope“ nannte. Diese Guckkästen waren bald eine Attraktion auf den Jahrmärkten. Allerdings war in diesem Konzept keine Unterhaltung von Gruppen in einer Kinovorführung möglich. 6 Jahre später hatten Louis und Auguste Lumière in Frankreich und Thomas Armat in Amerika eine technische Lösung für die Vorführung von Filmen ohne Guckkasten gefunden. Das war im Jahre 1895.

## **Musik**

In den USA waren es vor allem erfindungsreiche und innovative junge Geschäftsleute, die das Filmgeschäft zur ersten Hochblüte trieben. Es waren Emigranten der ersten und zweiten Generation, denen Karriere und sozialer Aufstieg in vielen Bereichen verwehrt blieben, weil sie Juden waren und überwiegend aus Osteuropa kamen. Zu ihrer Enttäuschung mussten sie erfahren, dass religiöse Toleranz und Multikulturalität im Lande der Freien zwar gewissermaßen verbriefte Rechte für alle waren, aber nicht gesellschaftliche Wirklichkeit. Das antisemitische Element der us-amerikanischen Zivilreligion war eine der Ursachen dafür, dass jüdische Bürger wirtschaftlichen Erfolg und gesellschaftliche Anerkennung in kulturellen Nischen wie der Entertainment-

Industrie suchten. Sie produzierten Filme, vertrieben sie und führten sie auf. Dabei mussten sie einen Selbstbehauptungskampf gegen das New Yorker Filmkartell führen, das Thomas Alva Edison inzwischen errichtet hatte. Von 1909 - 1912 beherrschte die Motion Picture Patents Co. aufgrund von Patentlizenzen als Alleinanbieter das Filmgeschäft. Jedoch konnten schon bald andere Anbieter mit der MPPC in Konkurrenz treten, indem sie einfach ausländische Produktionsmittel (Kameras, Filmprojektoren und Filmtypen) verwendeten, die nicht für MPPC patentgeschützt waren. Darüber hinaus war die Gründung einer Produktionsfirma denkbar einfach, wenn man bedenkt, dass der Kapitalbedarf hierfür äußerst niedrig war. Für die Gründung der Produktionsfirma Keystone Comedies genügten bereits 3.000 Dollar. In dieser Zeit waren Kurzfilme von 15 Minuten Dauer üblich, was die Produktionskosten eines Films ebenfalls sehr niedrig hielt. Ein weiterer wesentlicher Grund dafür, dass die Konjunktur des Jahrmarkt-Kinos erlosch, war, dass die Filmindustrie realisierte, dass sich mit dem Verleih von Filmen erheblich mehr Geld verdienen ließ als mit ihrem Verkauf. Das Verleihwesen ebnete den Weg zu einer so genannten vertikalen Konzentration. Produktion, Verleih und Distribution konnten optimal kontrolliert werden, und Firmen mit starker vertikaler Konzentration schlossen sich zu Kartellen zusammen. Das Zeitalter des Oligopols in der Massenkultur konnte beginnen. Dieses Zeitalter dauerte, nach

dem sozio-historischen Phasenmodell des Frankfurter Medienwissenschaftlers Dieter Prokop, von 1909 bis 1929.

In den 20er Jahren findet man also die amerikanische Filmindustrie von mehreren Firmen beherrscht, die untereinander in intensiver Konkurrenz standen. Der Vorsitzende der MPPC, Jeremiah P. Kennedy, führte einen gnadenlosen Konkurrenzkampf, der auch vor Sabotageakten nicht zurückschreckte. Georges Sadoul schreibt dazu in Geschichte der Filmkunst: „In Entwicklungs-Becken geschüttete Säuren zerstörten die Negative, Aufnahme-Apparate flogen in die Luft, wirkliche Kugeln flogen den Cowboydarstellern um die Ohren, unter der Komparserie gab es provozierte Schlägereien und Todesfälle.“

Die Konkurrenten von MPPC hingegen warben dem Trust künstlerisches und technisches Personal ab. Um der Einflussnahme durch die, in New York sitzende, MPPC zu entgehen, ließ man sich in Hollywood nieder. Außerdem konnte man sich hier, falls man wegen eines Patentverstoßes verfolgt würde, schnell nach Mexiko absetzen. Hier liegt also der Grund für die Produktionsstätte Hollywood. Es war die räumliche Distanz zu New York und die Nähe zur Landesgrenze. Zwar war das Edison-Kartell, das die Ostküste und das Landesinnere der USA beherrschte, durch gerichtliche Intervention

zerschlagen worden, aber da waren die kreativen und ökonomisch kraftvollen Köpfe der Branche, die vom Kartell unten gehalten worden waren, schon an die Westküste übergesiedelt.

Hier, frei von unlauteren Wettbewerbsverzerrungen und von kulturellen Vorurteilen des urbanen Establishments. Sie waren frei von hohen Grundstückspreisen und beleuchtet von der kalifornischen Sonne. Hier schuf eine gute Handvoll Geschäftsleute, die vom Mainstream-Amerika abgelehnt worden waren, den amerikanischen Traum: Adolph Zukor, Marcus Loew, Jesse Lasky, Carl Laemmle, Louis B. Mayer, Jack und Harry Warner und Harry Cohn.

Adolph Zukor beispielsweise führte 1912 einen europäischen Film in den USA ein. Das war „La Reine Elisabeth“ mit Sarah Bernhardt. Das besondere an diesem Film war, dass er 4 Spulen lang war, statt der in den USA üblichen 1 Spulen Filmen. Dieser Film wurde für Zukor ein großer Erfolg. Dieser Erfolg ermöglichte es ihm zusammen mit Jesse Lasky die Famous Players - Lasky Company zu gründen. Zukor und Lasky entschloss sich, zum einen längere Filme auf 5 Spulen zu produzieren und zum anderen Stars durch Exklusivverträge an den Konzern zu binden. Unter der Formel „berühmte Darsteller, berühmte Stücke“ schaffte Famous Players es innerhalb von 4 Jahren sich zum Alleinanbieter von Stars zu machen. Famous Players hielt 75% der

großen Stars unter Vertrag und hatte sich somit eine bedeutsame Position im amerikanischen Filmmarkt geschaffen.

Warum funktionierte „berühmte Darsteller, berühmte Stücke“ so gut. Die Funktionsweise eines solchen Systems in der damaligen Konkurrenzsituation kann man so darstellen:

Die Verfügungsgewalt über Schauspieler, die eine große Publikumswirkung haben, war zur Grundlage von Marktanteilen geworden. Stars erfordern zunächst zwar hohen Investitionen ermöglichen aber auch hohe und vor allem auch kontinuierliche Gewinne. Ein weiterer Punkt ist das die Produktionsfirmen jetzt durch Blockbuchen oder Blindbuchen einen Teil des Produktionsrisikos auf die Filmtheater abwälzen können. Diese beiden Systeme sind noch heute gebräuchliche Vorgehensweisen. Beim Blockbuchen stellt der Anbieter ein Saisonprogramm zusammen, das dann vom Filmtheater komplett gebucht werden muss. So bekommt das Filmtheater zwar erfolgversprechende, teure Produktionen, aber muss auch gleichzeitig qualitativ nicht so hochwertige Filme abnehmen, da man das ganze Paket bekommt.

Beim Blindbuchen nimmt die Produktionsfirma Buchungen nach Prospekt an, oft noch bevor der Film überhaupt zu Ende gedreht ist und trägt somit auch einen Teil des Produktionsrisikos mit.

## Musik

Die wachsenden Profite ermöglichten die Erschließung eines weiteren Marktes: Des Ausstattungsfilms. Dieser zeichnet sich durch teure Dekorationen, ferne Drehorte und große Komparserie aus. So konnte man die Produktionen in A-Movies und B-Movies gliedern. Zur Kategorie A gehören teure Filme mit Produktionskosten meist über 500.000 Dollar. Die Kategorie B beinhaltete billige und schnell zu drehende Filme, die man durch die Block Buchungen mit verkaufte.

Das Star- und das Ausstattungsfilmprinzip hatte auch auf die Filminhalte Auswirkungen. Beim Starprinzip stand nicht die Idee eines Films im Vordergrund, sondern man webte eine Handlung nach dem „Mythos“ der den entsprechenden Schauspieler umgab.

Die teuren Ausstattungsfilme führten ab etwa 1923 zu einer Vereinheitlichung der Filme nach einem marktgängigen Muster. Standardisierung ist ja auch ein Teil einer industrialisierten Produktionsweise.

Dieter Prokop stellt dies in seinem Buch „Soziologie des Films“ folgendermaßen dar:

„Ein Film musste [...] folgende Ingredienzen enthalten:



- 1.) Names (berühmte Stars);
- 2.) Production values (publizierte Produktionskosten und demonstrative Ausstattung als Prestigefaktor);
- 3.) Story values (der Preis, der für die literarische Vorlage gezahlt worden war und ihr Ansehen beim Publikum);
- 4) Picture sense (Einmaligkeit);
- 5) box office value (Kassenwert, Prestigewert aufgrund des Firmennamens, der Flüsterpropaganda etc.) und
- 6.) appeal (Publikumswirksamkeit aufgrund früherer Erfolge).“

Diese Maßnahme sollte die Produktion auf einen breiten und kaufkräftigen Teil des Publikums ausrichten. So gab es jetzt eine Reihe von Konzernen wie Paramount, Famous Players - Lasky, Loew's, Fox, Warner usw., die „(1) den Markt der teuren Stars und der Ausstattungsfilme beherrschen und (2) dominante Marktanteile am Absatzmarkt erwerben konnten. Die Produzenten investierten einen großen Teil ihrer Profite in die Modernisierung des Produktionsapparates. Rationellere Produktionsmethoden vergrößerten ihre Marktanteile.“

## **Musik**

Wie schon erwähnt zeichnete sich schnell ab, dass das Hauptgeschäft nicht in der Produktion von Filmen lag, sondern im Verleih. Die Bruttoeinnahmen der amerikanischen Kinos wurden 1919 auf etwa 800 Millionen Dollar prognostiziert. Die Produzenten hingegen konnten nur 90 Millionen Dollar verbuchen. So wurde es wichtig, den Zwischenhandel möglichst auszuschalten und eigene Vertriebsfirmen zu gründen. So gründeten mehrere Produzenten und ein Besitzer einer Kinokette die Paramount. Diese Firma sollte den Verleih und die Auswertung der eigenen Prestigefilme übernehmen. Diese Firma nahm eine mächtige Position im Vertrieb von Filmen ein, wenn man bedenkt, dass es für unabhängige Produzenten nötig war, ihre Filme über die Paramount zu vertreiben um an einen Bankkredit heranzukommen. Das lag an einer Risikoabsicherung auf Seiten der Banken. Paramount konnte durch seine Kinos eine Aufführungsgarantie geben. Die Paramount gewährleistete also durch ihren Einfluss auf die Kinos einen Absatz der Filme, verlangte aber 35% der Nettoeinnahmen.

Als Gegenreaktion auf die Politik der Paramount gründeten 26 Filmtheater eine eigene Produktions- und Verleihfirma, die First National Exhibitors Circuit. Diese konnte über Exklusivrechte 639 Kinos kontrollierte. Durch das Abwerben von Stars konnten sie der Paramount einen großen Teil des Absatzmarktes streitig machen. Um sich den Absatzmarkt wieder zu sichern, musste die

Paramount luxuriöse, zentrale und damit teure Erstaufführungskinos errichten. Das hatte den Sinn eine neue Käuferschicht anzusprechen, die kaufkräftige Mittelschicht. Durch den Ankauf von Aktien der Theaterketten gelang es die First National zu zerschlagen.

Niedrige Produktionskosten erlaubten dem technischen und künstlerischen Personal noch größere Entscheidungsbefugnisse, was Flexibilität bedeutete. Ästhetische oder inhaltliche Experimente waren möglich. Doch die immer größer werdenden Kapitalsummen, die notwendig waren um Filme zu produzieren, zwang das Management und die Kapitalgeber zu einer Kontrolle über die Gestaltung des Films. Die Produktionen wurden auf den Markt hin zugeschnitten. Das führte zu einer standardisierten Produktionsweise. Die Betriebe wandelten sich zu arbeitsteiligen, hierarchisch gegliederten Unternehmen.

## **Musik**

Die amerikanischen Firmen wurden immer kapitalstärker und bedrohten durch Filmexporte auch den europäischen Markt. Die europäischen Firmen gaben den Anstoß zu einer Kampagne, die sich gegen die Unsittlichkeit des amerikanischen Films richtete. Diese Kampagne wurde auch von einflussreichen

amerikanischen Verbänden unterstützt. So richteten sich zwischen 1920 und 1922 beispielsweise die Southern Baptist Conference, die Central Conference of American Rabbies, die General Federation of Women's Clubs und die katholische Kirche gegen die Hollywoodfilme. Solche einflussreichen Gruppen werden üblicherweise als Pressure Groups bezeichnet. Die Filmindustrie war natürlich darauf angewiesen, die aufgewendeten Produktionskosten durch die erwirtschafteten Erträge decken zu können. Dadurch mussten sie auf diese Entwicklung Rücksicht nehmen. Weiterhin wurden bis 1921 in 37 Staaten unterschiedliche Zensurgesetze beantragt und erlassen. Die Produktionen sollten aber nicht nur in einem Bundesstaat gezeigt werden, sondern mussten möglichst breit im ganzen Land gezeigt werden können. Die amerikanischen Filmunternehmen, die ja in gegenseitiger Konkurrenz standen, sahen sich in ihrer Existenz bedroht und beschlossen, sich in einer Organisation zu verbinden: Anfänglich diente diese nur der Selbstzensur. 1922 wurde die Motion Picture Producers and Distributors of America Inc. gegründet. Sie wurde 1945 in Motion Picture Association of America umbenannt.

Innerhalb dieser Organisation gab es eine Arbeitsgemeinschaft, die nach ihrem Präsidenten Will H. Hays benannt wurde. Die so genannte Hays Office. Diese hatte in der Filmindustrie vorwiegend zwei Funktionen.

Erstens sollte eine generalisierte Unterstützung der Pressure Groups gewonnen werden, d. h. die Unterstützung soll allgemein gehalten sein, „um auf diese Weise notwendige und weit reichende Entscheidungen Verantwortlich in dem Sinne zu machen, dass die davon betroffenen Elemente der Bevölkerung deren Konsequenzen akzeptieren werden.“<sup>1</sup> Dies war im Interesse langfristiger Gewinnkalkulation das Hauptinteresse von Hays. Hays wusste genau, dass das Publikum nicht als ein ganzes ungegliedertes Objekt zu verstehen war. Er hatte es mit Menschen zu tun, „[...] die ihre Interessen und Neigungen in Klubs und Vereinigungen pflegen. Folgerichtig bediente er sich der bestehenden Organisationen, um seine Ziele zu erreichen. [...] Auf diese Art war die Association in der Lage, allen Kritikern, die möglicherweise zu Unannehmlichkeiten hätten führen können, ihren Stachel zu nehmen.“<sup>2</sup> Hays konnte während seinem politischen Wirken, er war Postminister, schon die Erfahrung gewinnen, dass es wichtig ist organisierten Gruppen Vergünstigungen zu gewähren. Ein Konzept, das die Wünsche der Pressure Groups widerspiegelte, konnte entworfen werden.

Der zweite Punkt war, es musste die Unterstützung der Produzenten und unabhängigen Ateliers gewonnen werden. Dies erwies sich als ein etwas längerer Prozess. Als erstes wurde mit der so genannten Formel erreicht, dass

---

<sup>1</sup> PARSON, Talkot; Voting. S.228

<sup>2</sup> INGLIS, Ruth A.; Der amerikanische Film. S. 185 ff.

sowieso schon gewagte literarische Vorlagen erst gar nicht adaptiert wurden. Die Formel sollte eine Anleitung sein aus der man ersehen konnte, wie sich grobe Investitionsfehler vermeiden lassen. Als nächstes war es notwendig, die Produzenten über die Ansprüche, die das Publikum an den Film stellte, zu informieren. Zu diesem Zweck sandte man Colonel Joy nach Hollywood. Er war der Direktor des Public Relation Department's. Joy versuchte den Atelierbesitzern zu vermitteln, dass es im Interesse einer langfristigen Investitionssicherung notwendig war, die Unterstützung der organisierten Verbände, also das Publikumskonzept zu nutzen. Zunächst konnte er es erreichen, dass einige Produzenten ihn als Ratgeber hinzuzogen. Es wurden sich dort Produktionen angesehen und über Stellen diskutiert, die nicht seinen Vorstellungen entsprachen. Das geschah noch bevor der Film in den Verleih ging. Dann fanden sich auch Hersteller die bereit waren, schon im Vorfeld einer Produktion sich über bestimmte Themen seinen Rat einzuholen. Hierfür wurden die Drehbücher benutzt. Es stellte sich dann allmählich heraus, dass wenn man Joy's Ratschlägen folgte, die Zensurbehörden weniger Ablehnungen aussprachen. Dieses Publikumskonzept wurde 1927 in einer Liste von Don'ts and Be Carefuls niedergeschrieben.

Der Film sollte moralisch einwandfrei sein. Soziale Normen stellten den Rahmen von Darstellungen eines Films. So sollte beispielsweise keinesfalls eine Darstellung von unanständiger Nacktheit vorkommen, oder religiöse Ausdrücke

oder Symbole sollten nur mit entsprechender Ehrerbietung gezeigt werden. Von der Darstellung geschlechtlicher Beziehungen zwischen Angehörigen der weißen und der schwarzen Rasse war auch Abstand zu nehmen. Weiterhin gab es eine Liste, die Themen führte, bei denen besondere Vorsicht nötig war. Die Verwendung der Flagge oder Kriminalität und Brutalität waren ebenso mit Sorgfalt zu behandeln wie auch Darstellungen von Brautnachtszenen und Männer und Frauen in einem Bett.

## **Musik**

Leider liegen über die Publikumsstrukturen der 10er und 20er Jahre keine exakten Studien vor. Jedoch war es durch die hohen Kosten der Konzerne notwendig die kaufkräftige Mittelschicht mit ihren Produktionen zu erreichen. Was sie unter anderem auch durch die Errichtung von luxuriösen Kinos zu erreichen versuchten. Nach einer Studie von 1925<sup>3</sup> gingen die Mitglieder der Mittelschicht häufiger in die Kinos als die Arbeiter. Die Studie bezog sich auf eine nichtexistente repräsentative Stadt, die Middletown genannt wurde. In einer weiteren Studie von 1935<sup>4</sup> konnte man eine deutliche Verschiebung der Filmtheater in Richtung der Bedürfnisse der Mittelschicht feststellen. Die Investitionen gingen in Richtung der luxuriösen Kinos, während die

---

<sup>3</sup> LYND, Robert S. und Hellen Marell Lynd; Middeltown, S. 264 ff.

<sup>4</sup> LYND, Robert S. und Hellen Marell Lynd; Middeltown in transition. S. 260

Nickelodeons, die Kinos der Unterschicht, bis 1917 ihren betrieb fast völlig einstellten.

Diese Ausrichtung auf eine Zielgruppe ließ auch die Filminhalte nicht unberührt. Sowohl die Konkurrenzsituation im Oligopol, die die Konzerne zu dem Prestigefilmkonzept schreiten ließ, als auch die Einschätzung des Geschmacks der Mittelschicht veranlasste die Produktionsfirmen die Filme zu phantastischen Geschichten werden zu lassen. Für das neue Mittelschichtpublikum spielten die Stars der 30er Jahre Abenteurer, Verführer oder Vamps in der Umgebung von phantastischen Häusern, Kleidern, Wagen etc.. Vor 1914 war die Umgebung die der Unterschicht. Die Filme waren auf den Geschmack von Arbeitern ausgelegt.

## **Musik**

Um ihre Amortisationsbasis zu verbreitern, versuchten die Großkonzerne Massenproduktionen auf den Markt zu werfen. Sie erhofften sich dadurch ihre fixen Kosten senken zu können. Das jedoch führte zu einem Überangebot und endete damit, dass der Markt gesättigt war. Das Publikumsinteresse ging stark zurück und konnte auch durch Prestigefilme nicht mehr aufgefangen werden. Diese Entwicklung hatte 1926 ihren Tiefpunkt erreicht. Der Entwicklung des



Tonfilms, wurde bis dahin keine Beachtung geschenkt, weil die Erforderliche Umstellung der technischen Apparaturen zu hohe Kosten bargen.

Warner Brothers, die dem Bankrott nah waren, nahmen eine Investition von 800.000 Dollar auf sich und erwarben eine Einjahreslizenz für Tonfilmapparaturen von der Bell Telephon Company. 1926 drehten sie den Gesangsfilm Don Juan der ein akzeptabler Erfolg wurde. Warner Brothers entschloss sich den Sänger Al Johnson zu engagieren und den Film The Jazz Singer zu drehen, was ihnen einen großen Gewinn einbrachte (2.500.000 Dollar bei 500.000 Dollar Produktionskosten). Das Publikumsinteresse stieg, so dass die anderen Anbieter nicht auf den Tonfilm verzichten konnten. Nach einem Jahr konnte die Bell Telephon Company die Rechte wieder an sich bringen und 90% der Produzenten unter Vertrag nehmen ausschließlich ihre Apparaturen zu verwenden.

Die Kosten, die durch die Tonfilmproduktion entstanden war, veranlassten die Anbieter sich in eine Monopolsituation zu begeben. Da durch Shermans Anti Trust Gesetz ein Monopol mit einem Konzern als Alleinanbieter ausgeschlossen war, vermieden sie es als ein offenes Kartell aufzutreten. Die Großfirmen Paramount Pictures Inc., Low's Inc., Radio Keith Orpheum Corporation und Twentieth Century Fox sowie drei kleinere Firmen die Columbia Pictures, Universal Pictures Company Inc. und die United Artists Corporation

beherrschten Produktion, Verleih und die Filmtheater. Unter ihnen bestand eine Reihe von Verträgen und Übereinkünften, die den Wettbewerb wie zwischen Abteilungen eines Großkonzerns aussehen ließ. Es gab auch noch eine Reihe von unabhängigen Anbietern, die in der Society of Independent Motion Pictures Producers zusammengeschlossen waren. Allerdings konnten diese nur ein Zehntel des Gesamtgewinns erwirtschaften.

Der Schwerpunkt des Monopols bestand in der Verleih- und Theaterebene. Durch dieses Verleihkartell konnten sie den Filmvertrieb monopolisieren. Selbst wenn die Großfirmen nur 40% aller Filme produzierten, dadurch das sie im Besitz der Erstaufführungskinos waren und der Kassenerfolg in diesen Kinos ausschlaggebend war für den Erfolg eines Films, war eine große Hürde für die unabhängigen Anbieter aufgebaut. Es war eine Machtmöglichkeit geschaffen worden, die den Wettbewerb in der Verleihebene unterbinden kann. Dies ist ein Mechanismus um die Monopolsituation aufrecht zu erhalten.

Die sieben Großfirmen stellten zwischen 1934 - 35 und 1938 - 39 62.2 % aller Spielfilme her. Absprachen zwischen den Firmen sind natürlich nicht durch Schriftstücke zu belegen, aber es gibt bestimmte Indikatoren, die auf Übereinkünfte schließen lassen. Solch ein Indikator ist beispielsweise das gegenseitige Ausleihen von künstlerischem und technischem Personal. So liehen

sich die Großfirmen gegenseitig, zwischen 1933 und 1940, 2005 Personen aus, während die Unabhängigen nur mit 180 Personen zu Buche stehen.

Ein weiterer Indikator ist auch die Lage der sich im Besitz der einzelnen Konzerne befindlichen Filmtheater. Die geographische Verteilung der Kinos war so angeordnet, dass der Wettbewerb ausgeschaltet wurde. Paramount hatte seine Kinos im Süden der USA, in Neuengland und in den Städten des Mittelwestens etc..

Der Verleihmarkt war schon vor dem Verleihkartell in den Händen dieser Konzerne. Sie kontrollierten 90 - 95% des Verleihs von höherklassigen Filmen und erhielten 95% aller Verleihmieten in den USA. 1939 kontrollierten die Firmen 2.800 (16%) von den insgesamt 17.000 Kinos der USA. Das erscheint nicht gerade viel aber es befanden sich mehr als 70% der Erstaufführungskinos in den 92 größten Städten darunter. Dies zeigt, wie entscheidend die Erstaufführungskinos für den Verleih waren, wenn man sonst nur knapp nur 1/8 der Kinos braucht um den Markt zu beherrschen.

Die technischen Neuerungen des Tonfilms und die Produktion der Prestigefilme trieben die Kosten weiter in die Höhe. Diese Kostensteigerung machte sich vor allem auf dem Sektor der A - Filme bemerkbar. So war die Differenz der Kosten zwischen A - Filmen und anderen Produktionen im Jahr 1932 - 33 bei

durchschnittlich 101.800 Dollar während sie im Jahr 1939 - 40 bereits auf 753.300 Dollar gestiegen war. Dies zeigt wie wichtig das Mittel Prestigefilm zur Aufrechterhaltung, der aus Kapital gebildeten, Position im Markt war.

Wie schon beim Punkt über die Unternehmensstruktur angesprochen, war mit den steigenden Kosten eine Einflussnahme des Bankkapitals auf die filmischen Inhalte einhergegangen. Die Standardisierung des Films wurde so groß, dass es sich auf die Publikumsresonanz negativ auswirkte. Durch diese Einbußen mussten die Konzerne ihre Produktionsmittel und Kinos reduzieren. Die immer weiter steigenden Kosten brachten die Produzenten in eine starke Abhängigkeit von zwei Großbanken, die diese Finanzierung noch übernehmen konnten. So kann man sagen, dass die Morgan und die Rockefeller Finanzgruppen durch eine direkte finanzielle Kontrolle über die sieben führenden Filmkonzerne verfügten. Das erklärt weiterhin die konkurrenzfreie Situation seit etwa 1934.

Die Anfälligkeit der Filmwirtschaft ließ es sinnvoll erscheinen, die Amortisationbasis auf internationaler Ebene zu erweitern. Dies geschah durch den Waren- sowie durch den Kapitalexport. Die amerikanischen Konzerne hatten beim Warenexport einen entscheidenden Vorteil auf ihrer Seite. Durch die Tatsache, dass die Kosten der amerikanischen Filme schon zu einem erheblichen Teil in den USA gedeckt wurden, konnten sie ihre Produktionen zu Preisen anbieten, bei denen die Konkurrenten nicht mithalten konnten. Das

bedeutete, die amerikanischen Hersteller konnten den europäischen Markt mit billigen Produktionen überschwemmen. 65% der auf der Welt konsumierten Filme stammten 1939 aus Hollywood. Der Zweite Weltkrieg trennte die amerikanischen Firmen allerdings von ihren europäischen Märkten. Als Reaktion wurden weniger Produktionen hergestellt und der Warenexport suchte sich in Südamerika neue Märkte.

Der Kapitalexport sollte einerseits den Absatzmarkt auf dem Produktionssektor sichern und andererseits sollte dadurch der internationale Talentmarkt unter Kontrolle gebracht werden. Dies funktionierte in dem Kredite an ausländische Filmproduktionsfirmen gegeben wurden, die dann im Gegenzug amerikanische Produktionen vertrieben und die Hälfte des Programms ihrer Kinos mit amerikanischen Filmen besetzte. Die große Kapitalstärke ließ sich auch auf dem Talentsektor ausnutzen. Hollywood konnte viel ausländisches Personal abwerben, die in ihren Produktionen mitwirkten. 1938 stammten ein Viertel der Regisseure und Schauspieler aus dem Ausland. So wurde die Konkurrenz auch auf der qualitativen Seite beschränkt.

Die, durch zu starke Standardisierung entstandene, schlechte Absatzlage von 1933 führte zu einer weiteren Wandlung der Betriebe zu arbeitsteiligen, hierarchisch gegliederten Unternehmen. Die Banken beauftragten Organisationsfachleute die fixen Kosten der Produktionen zu senken. Für diese Fachleute lag das finanzielle Desaster vor allem an mangelnder bürokratischer

Rationalität. Funktionalere Produktionen sollten in Zukunft durch eine effektive Arbeitsweise erreicht werden. Um dies zu erreichen wurde die letzte Entscheidungsgewalt dem Management in New York zugelegt. Die Manager waren hoch bezahlt. Die sieben monopolistischen Firmen zahlten ihren Exekutiven fast 19% ihres Reingewinns. Die Rekrutierung des Führungsnachwuchses und der ihnen untergeordneten Produzenten und Herstellungsleiter bildete sich meist aus verwandtschaftlichen Beziehungen. Diese Beobachtung über das Management konnten auch Paul A. Baran und Paul M. Sweezy<sup>5</sup> machen, die diese Verfahrensweise sogar als typisches Merkmal für einen monopolistischen Konzern sehen. Das Management in Hollywood, das Front Office war dem New Yorker Management untergeordnet. Die Hierarchie gestaltete sich weiter im Herstellungsleiter, der die Verantwortung über Filmvorhaben trug und damit Vorgesetzter von den Producers, den Produktionsleitern, war. Diese waren in Hollywood damit beschäftigt die einzelnen Filmvorhaben zu betreuen, wobei sie dies keinesfalls durch Fachwissen, sondern mehr durch organisatorisches Können, zu bewerkstelligen versuchten. Sie kontrollierten die Positionen, die etwas vom Handwerk des Films verstanden. Die Organisationsform lies die Filme mehr und mehr auf einen schnellen finanziellen Erfolg abzielen und nicht auf einen künstlerischen. Ein weiteres Beispiel für die neue arbeitsteilige Organisation in der

---

<sup>5</sup> BARAN, Paul A.; a.a.O., S. 24 - 25

Filmindustrie ist die Position des Drehbuchautors. Er hatte die Aufgabe die Auffassung des Publikums zum bearbeiteten Stoff, die Vorschriften des Production Codes und dem Mythos der Stars in eine Drehbuch Vorversion zusammenzubringen. Um das Drehbuch fertig zu stellen arbeiteten meist viele weitere Spezialisten mit (Fachleute für witziges oder für Dialoge etc.). Trotz allem lagen die Koordination und die letztliche Entscheidung beim Management.

## **Musik**

Die Pressure Groups übten zu Beginn der 30er Jahre wieder zunehmend Druck auf die Filmwirtschaft aus und die Interessen der Bankhäuser Morgan und der Rockefeller Finanzgruppe mussten auch berücksichtigt werden, was wieder zu einem Rückgang des Publikumsinteresses führte. Diese Krise veranlasste die monopolistischen Konzerne zur Gründung der Production Code Administration (PCA) die einen Motion Picture Production Code (MPPC) entwarf, der Normen von Pressure Groups berücksichtigte. So sagte ein Sprichwort in Hollywood, der Filmbösewicht ist am besten „nicht beschäftigt, weiß und ohne religiöse, berufliche, gewerkschaftliche und andere Bindungen.“<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> METZGER, Charles R.; Pressure Groups and the Motion Picture Industrie. S. 112

Die Production Code Administration bescheinigte den Produzenten die Einhaltung der MPPC - Regeln, was ihn berechtigte den Film zu zeigen. Ohne die Bescheinigung drohte eine Geldstrafe von 250.000 Dollar. Diese Zensurregeln sicherten den Produzenten im Monopol sowie auch schon im Oligopol den breiten Absatzmarkt ihrer Produktionen. Es kommt aber noch ein entscheidender Faktor hinzu, der als Mechanismus zur Aufrechterhaltung des Monopols diente. Die Konzerne, die ja 70% aller Erstaufführungskinos kontrollierten, schlossen eine Vereinbarung, nach der keine Filme ohne das MCA - Siegel gezeigt werden durften. Da die anderen Kinobesitzer nur Filme aufführten, die sich in den Erstaufführungskinos als Erfolg erwiesen haben, übten die Großkonzerne also eine Zensur der gesamten Filmwirtschaft aus. Unabhängige Produzenten, die mit sozialkritischen Filmen zu Namen und Geschäft kommen wollten, wurden mittels des MCA Siegels vom Markt ferngehalten.

Um Konkurrenz auf qualitativer Ebene zu machen fehlte den Unabhängigen die Kapitalkraft der Großkonzerne, die Stars mit Gagen unter Vertrag hielten, die zu hoch waren, als das sie von kleineren Anbietern aufgebracht werden konnten. Somit war ihre Produktionspalette auf billige unbedeutende Serienfilme beschränkt.



1946 wurde nach mehrjährigem Prozess das Entflechtungsurteil bzw. die Anti Block Booking Decision gegen die Großkonzerne gesprochen. Das Urteil befand die Firmen auf der Ebene des Filmvertriebes für schuldig. Um den Tatbestand zu verdeutlichen wird die Situation des Vertriebs nochmals zusammengefasst dargestellt. Die Großfirmen Paramount Pictures Inc., Low's Inc., Radio Keith Orpheum Corporation und Twentieth Century Fox sowie drei kleinere Firmen die Columbia Pictures, Universal Pictures Company Inc. und die United Artists Corporation beherrschten Produktion, Verleih und die Filmtheater. Unter ihnen bestand eine Reihe von Verträgen und Übereinkünften, die den Wettbewerb wie zwischen Abteilungen eines Großkonzerns aussehen ließ. Das Monopol konnte nur in der Verleih- und Theaterebene nachgewiesen werden. Durch dieses Verleihkartell konnten sie den Filmvertrieb monopolisieren. Selbst wenn die Großfirmen nur 40% aller Filme produzierten, dadurch das sie im Besitz der Erstaufführungskinos waren und der Kassenerfolg in diesen Kinos ausschlaggebend war für den Erfolg eines Films, war eine große Hürde für die unabhängigen Anbieter aufgebaut. Auf der Produktionsebene konnten den Firmen keine illegalen Verflechtungen nachgewiesen werden.

Die standardisierten Produktionsweisen der Industrie wirkten sich auch auf dem kulturellen Sektor aus. Die Kultur wurde zur Ware, mit deren Angebot neue Bedürfnisse erzeugt wurden. Max Horkheimer und Theodor W. Adorno führten

hierfür den Begriff der Kulturindustrie ein. Die monopolistischen Marktformen der amerikanischen Filmindustrie spielten dabei eine entscheidende Rolle.

Zum Schluss sollen hier noch zwei Bücher zum Thema empfohlen werden. Zum einen das sehr lesenswerte Buch „Film verstehen“ von James Monaco. Monaco gibt einen Überblick über zahlreiche Aspekte des Mediums Film. In unserem Zusammenhang ist vor allem das Kapitel über die Ökonomie des Films wissenswert. Erschienen ist „Film verstehen“ bei rororo. Das zweite Buch nähert sich dem Thema aus soziologischer Sicht. Passenderweise heißt es dann auch „Soziologie des Films“ und wurde von Dieter Prokop geschrieben. Erschienen im Hermann Luchterhand Verlag.