

UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Wintersemester 2006/07

Hausarbeit
im Hauptseminar
Ökonomie des Filmgeschäfts

Dozent: Dr. Michael Kölmel

eingereicht von
Florian Treiß
Matrikel-Nr. XXXXXXXX
am 06.03.2007

Thema: Deutsche Filme im Ausland

Gliederung:

1. Einleitung
2. Die Anfänge – Deutschland als Nachzügler
3. Weimarer Republik – Goldene Zeiten
4. Tonfilm & Hakenkreuz – Das Ende einer Ära
5. Nachkriegszeit – Binnenorientierung
6. 1960er/70er – Neuer Deutscher Film schafft Renommee
7. 1980/90er – Deutsche Großproduktionen
8. Der Deutsche Film heute – Zwei Oscars und Das Parfüm
9. Fazit

Anlage: Literaturverzeichnis

1. Einleitung

Der Deutsche Film hat es im Ausland schon seit Jahrzehnten nicht leicht: Während die US-amerikanische Filmindustrie auf dem deutschen Markt einen Hit nach dem Anderen landet, können die Macher des Streifens „Das Leben der Anderen“ sich schon freuen, wenn der Film überhaupt einen US-Vertrieb findet. Selbst wenn Deutsche Filmemacher ihre Werke extra auf Englisch drehen und auf Schauspieler aus dem Ausland setzen, so sind die Einspielergebnisse abseits des Heimatmarkts dennoch meist dürftig: *Das Parfum* etwa, der in Deutschland von 5,5 Millionen Zuschauern gesehen wurde und hierzulande 50 Millionen Dollar einspielte, hat innerhalb der ersten acht Wochen in den USA gerade mal 2,2 Millionen Dollar erzielt.¹ Während der Deutsche Film es gerade in den USA also besonders schwer hat, scheint im europäischen Ausland seine Beliebtheit zu steigen: So rief jüngst die französische Zeitung *Le Monde* eine „Nouvelle vague du cinéma allemand“ aus und der deutsche Arthousefilm *Pingpong* kam in Frankreich mit mehr Kopien auf den Markt als in Deutschland.²

Doch 30 Kopien sind genauso wie 19 Kopien nicht die Welt – schließlich haben Kassenschlager in Deutschland um die 1000 Kopien, in den USA hat ein Blockbuster sogar 3000 Kopien. Und so scheint sich zwar der Ruf des deutschen Films im Ausland zu bessern, wie sich auch auf Festivals zeigt und daran, dass deutsche Filme immer häufiger für den Oscar nominiert werden. In diesem Jahrzehnt gibt es erstmals seit den 1950er Jahren wieder drei aufeinander folgende Nominierungen mit *Der Untergang* (2004), *Sophie Scholl* (2005) und *Das Leben der Anderen* (2006).³ Und nicht nur letzter Film war vor wenigen Tagen bei der Preisverleihung siegreich, sondern zudem auch Caroline Links *Nirgendwo in Afrika* (2002).

Aber wirtschaftlich sind deutsche Filmproduzenten nach wie vor auf den Heimatmarkt angewiesen – nur selten spielt ein deutscher Film 50 Prozent oder mehr im Ausland ein. Doch zu vernachlässigen ist der Export auch nicht: „The German film industry, in order to have a return on investment, has always had to rely on exports (30 to 40%).“⁴ Auf den folgenden Seiten will diese Hausarbeit zeigen, wie es

¹Vgl. <http://www.imdb.com/title/tt0396171/business> und <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=intl&id=perfume.htm>, abgerufen am 05.03.07

²Vgl. Sander, Daniel (2007): Die Welle. In *Kulturspiegel* 02/2007, siehe <http://www.spiegel.de/kultur/kulturspiegel/0,1518,463372,00.html>, abgerufen am 11.02.07

³Vgl. http://www.german-films.de/app/filmarchive/oscar_features.php, abgerufen am 11.02.07

⁴Garnarcz, Joseph (1999): Export (Companies). In: Elsaesser/Wedel (Hrsg.): *The BFI Companion to German Cinema*, London, S. 82

dazu kam, dass das Deutsche Filmgeschäft heute hauptsächlich binnenorientiert ist und welche Filme in den vergangenen Jahren im Ausland am Besten ankamen – und dabei soll es allenfalls sekundär um die Akzeptanz bei Kritikern und Festivals gehen. Doch vor allem sollen die ökonomischen Folgen dargestellt werden: Wie kommen deutsche Filme bei der breiten Masse an? Wieviel Geld spielen die Streifen im Ausland ein? Wie profitabel ist also der Export? Die Arbeit chronologisch aufgebaut und bezieht vor allem im ersten Abschnitt nicht nur die deutsche, sondern auch die restliche europäische Filmindustrie ein. Auch wenn es im Kern um die finanziellen Erfolge und Misserfolge an den ausländischen Kinokassen gehen soll, so unterliegt diese Arbeit aber leider einer großen Limitation: Vergleichbare Einspielergebnisse liegen erst ab den 1980ern regelmäßig vor, so dass in den Jahrzehnten zuvor leider an dieser Stelle kaum ökonomische Details genannt werden können.

2. Die Anfänge – Deutschland als Nachzügler

Amerikas Meister: So nennt der britische Filmwirtschaftsexperte Gerben Bakker die europäische Filmindustrie. Doch damit meint er mitnichten die Gegenwart – vielmehr bezieht er sich auf die Zeit von 1900 bis Mitte der 1910er Jahre, in der die Amerikaner bei den Europäer in die Lehre gingen, um später selbst die Meisterprüfung abzulegen: „European film companies not only held the largest market shares in their home markets, but they also were the major film suppliers in the United States. In some years, they supplied half of the films shown in America.“⁵ Doch mit Ende des 1. Weltkriegs war die europäische Dominanz in den USA, also dem heute weltweit größten Filmmarkt⁶, vorbei: „Never since have European companies managed to obtain a lasting presence in America.“⁷ Hollywood und das Studiosystem hatten es zu diesem Zeitpunkt also schon geschafft – man hatte das Beste aus Europa kopiert und perfektioniert und sich somit eine Marktmacht herausgearbeitet, die bis heute niemand hat brechen können. Danach mag Europa selbst nicht ganz unschuldig sein (siehe unten).

Doch zunächst ein Schritt zurück in der Chronologie: Anfang des 20. Jahrhunderts galt die französische Filmfirma Pathé Frères als der größte Filmproduzent und

⁵Bakker, Gerben (2005): America's Master. The European film industry in the United States, 1907-1920. In: Sedgwick, John (Hrsg.): An economic history of film. London, S. 25

⁶Klein, Christina (2004): Why does Hollywood dominate US Cinemas? In: YaleGlobal, 17.08.2004, siehe <http://yaleglobal.yale.edu/display.article?id=4370>, abgerufen am 15.02.2007

⁷Bakker (2005): S. 25

-vertrieb der Welt: „I didn't invent cinema, but I did industrialize it“⁸, sollte Charles Pathé später sagen: Nur etwas mehr als zehn Jahre nach dem Beginn der bewegten Bilder 1895 hatte sich eine Industrie herausgebildet. „Léon Gaumont followed Pathé's example in 1905, and quickly the two companies rose to become the world leaders of the young industry“⁹. Beim ewigen Rennen zwischen Europa und den USA um in die Vorherrschaft im Filmgeschäft stand es zu diesem Zeitpunkt also 1:0 für Europa. Und auch andere französische Filmfirmen lebten vom Exportgeschäft und gründeten eigene Studios in den USA, wie Éclair, und Méliès. Italienische Filmfirmen wie Itala und Milano produzierten große Historienspektakel wie Troja oder Dante's Inferno, die auch in Amerika erfolgreich waren. Auch die dänische Firma Nordisk gehörte zu den größten Spielern der Branche.

Doch mit Beginn des 1. Weltkriegs wendete sich das Blatt – Léon Gaumont stellte noch während des Kriegs im April 1916 fest: „This war was made for America.“¹⁰ Denn durch den Krieg wurde die Entwicklung der Filmbranche in Europa gedämpft, während die Filmindustrie in den USA rasch expandieren konnte: „European film companies were never able to recapture the markets and were doomed for the rest of the century“, schreibt Bakker.¹¹ Doch nicht nur der Krieg hatte die Expansion der europäischen Firmen blockiert und sie so ins Hintertreffen gegenüber den Amerikanern gebracht – die hatten in der Zwischenzeit den Markt vertikal integriert; Oligopole hatten sich ausgebildet¹². Auch nach dem Krieg wurde die Expansion behindert: Der europäische Markt war auch in den 1920ern nicht integriert. Die europäischen Regierungen haben, spekuliert Bakker, durch Protektionismus in Form von Importverboten oder -quotierungen den europäischen Unternehmen ins eigene Fleisch geschnitten haben: „German films were not allowed to be shown in France and Britain until the early 1920s, and Germany responded with a similar policy.“¹³ Und da die Filme überhaupt nur in wenige andere Länder exportiert werden konnten, waren auch dadurch die Produktionsbudgets entsprechend niedriger.

„Germany seemed to be the only major European country, which emerged from the war with a relatively strong industry.“¹⁴ Und das lag wohl vor allem daran, dass

⁸Zitiert nach Houcken, Robin (1999): The International Feature Film Industry, Potsdam, S. 16

⁹Ebd. S. 16

¹⁰Zitiert nach ebd., S. 19

¹¹Bakker (2005): S. 30

¹²Vgl. Houcken (1999): S. 19

¹³Bakker (2005): S. 38

¹⁴Houcken (1999): S. 21

die deutsche Filmwirtschaft gegenüber Frankreich und Dänemark eher als Nachzügler zu sehen war: „Kulturell bedingter Widerstand und ökonomischer Konservatismus führten dazu, dass die Filmproduktion bis etwa 1912/13 in einem prä-industriellen Stadium stagnierte.“¹⁵ Bis dahin wurde die Filmproduktion vor allem von Familienunternehmen bestritten, die den Absatz ihrer optischen Geräte fördern wollten; es gab kaum künstlerisches, sondern eher Aktualitäten wie Straßenszenen aus Berlin zu sehen oder auch Varieté- und Akrobatiknummern. Zudem war es Theaterschauspielern seit 1911 vertraglich verboten, Filme zu drehen. 1913 sollte sich das dann radikal ändern – mittlerweile hatte sich der drei- bis fünfaktige Langfilm international durchgesetzt und auch Deutschland sollte sich nun einen Namen als Filmproduzent machen: Thriller, Detektiv- und Autorenfilme brachten neuen Schwung in die Branche, Theaterschauspieler- und regisseure setzten sich endlich über das Filmverbot hinweg. So begann die Deutsche Filmwirtschaft ihre Expansion, Film wurde endlich als Kulturgut verstanden. Der Markt war geprägt von vielen kleinen einheimischen Produktionsfirmen, die oft unterkapitalisiert waren – Fusionen und Kooperationen mussten her. Auch der 1. Weltkrieg konnte den Expansionsdrang der jungen deutschen Filmindustrie nicht bremsen. 1916 schlossen sich in der vom Krupp-Direktor Alfred Hugenberg angestoßenen Deutschen Lichtbild-Gesellschaft e.V. viele kleine Produzenten zusammen.¹⁶ Dennoch wurde das Filmgeschäft hierzulande bis 1917 vor allem von der dänischen Firma Nordisk Film bestimmt, die sowohl eigene skandinavische Filme importierte als auch in Deutschland produzierte. Im Dezember 1917 dann wurde, nach langer geheimer Vorbereitung, die Universum Film AG, kurz UFA, gegründet, in der sich mehrere Filmfirmen zusammen schlossen – ein riesiger, vertikal integrierter Konzern sollte entstehen. Die dänische Firma Nordisk wurde gezwungen, seine deutschen Tochterfirmen in die UFA einzubringen und erhielt dafür ein Drittel der UFA-Aktien.¹⁷ Gleichzeitig galt in Deutschland während des Krieges ein Importverbot für Filme mit Ausnahmen für skandinavische Werke – das stärkte während des Krieges die einheimischen Produzenten. Während noch 1914 25 deutsche Firmen mit 47 ausländischen konkurrierten, drehte sich das Verhältnis 1918 auf 130 deutsche Firmen zu 10 ausländischen um.¹⁸ Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Deutsche Filmbranche am Ende des Krieges besser da stand als je zuvor – im

¹⁵Elsaesser, Thomas (1998): Das Weimarer Kino. In: Nowell-Smith, Geoffrey (Hrsg.): Geschichte des internationalen Films, Stuttgart, S. 130

¹⁶Vgl. ebd.

¹⁷Bakker (2005): S. 31

¹⁸Vgl. Elsaesser (1998): S. 133

Gegensatz zu den anderen europäischen Ländern: „Apart from Germany and its vertically integrated conglomerate UFA, 'no European country survived World War I with a film *industry*.'“¹⁹

3. Weimarer Republik – Goldene Zeiten für den deutschen Film

1918 war der 1. Weltkrieg vorbei und die noch junge, aber schon sehr potente Ufa war am Erblühen: „Ziel des neuen Konzerns war es, auf dem einheimischen wie auf dem europäischen Filmmarkt führend zu werden.“²⁰ Und tatsächlich schaffte es Deutschland nun, gleich mehrere internationale Erfolge zu erzielen: Robert Wiens Film *Das Cabinet des Dr. Caligari* (1920) „marks the beginning of Expressionist cinema as well as Germany's entry into the European and world cinema market.“²¹ Während *Caligari* vor allem in Europa zum Hit wurde, schaffte es Ernst Lubitschs *Madame Dubarry* auch über den Großen Teich. Und dafür mussten durchaus Vorurteile überwunden werden – so urteilte die New York Times über den Streifen (in den USA am 12. Dezember 1920 unter dem Titel *Passion* ange laufen): „Die Herkunft von *Passion* darf als entschuldigt gelten, weil sein Star eine Polin ist und sein Sujet französisch.“²² Und das war, als der Film angelaufen war: Zuvor hatte die UFA wochenlang versucht, überhaupt einen Verleih zu finden, doch keiner wollte den Kostümschinken haben. Nachdem aber *Passion* zum Überraschungserfolg geworden war, kam eine ganze Schwemme von deutschen Filmen auf den US-Markt. Als in einer einzigen Woche im April 1921 in New York 46 deutsche Filme an den Start gingen, war die Motion Picture Directors' Association drauf und dran, eine Krisensitzung wegen der „foreign menace“, der ausländischen Bedrohung abzuhalten, während Lobbyisten in Washington versuchten, Strafzölle verhängen zu lassen. Innerhalb von nur wenigen Wochen eskalierte die Situation immer mehr. Im Mai 1921 kam es dann in Hollywood sogar zu einer Demonstration von hunderten von Weltkriegsveteranen und mehr als 2000 anderen Menschen gegen Deutsche Filme, was dazu führte, dass das Kino Miller's Theatre den deutschen Film *Dr. Caligari* im Programm durch einen amerikanischen Film ersetzte. Im Juni beruhigte sich die Situation dann wieder, angeblich deshalb, weil Samuel Goldwyn gesagt hatte, dass nur zwei Prozent der deutschen Filme, die er

¹⁹Jäckel, Anne (2003): European Film Industries, London, S. 5

²⁰Elsaesser (1998): S. 135

²¹Kaes, Anton (2004): Weimar Cinema: The Predicament of Modernity. In: Ezra, Elizabeth (Hrsg.): European Cinema, Oxford, S. 60

²²Zitiert nach Prinzler, Hans-Helmut (1995): Chronik des deutschen Films: 1895-1994, Stuttgart, S. 50

in Übersee gesehen habe, überhaupt für den amerikanischen Markt tauglich wären.²³

Ausgehend von diesen beiden Filmen, entwickelte der UFA-Produzent Erich Pommer „sein Konzept der Produktdifferenzierung mit dem Versuch, zwei Märkte zu bedienen: Das internationale Massenpublikum (...) und den internationalen Markt für den künstlerischen Film.“²⁴ Doch nicht nur die Qualität der Filme, die die Zuschauer in die Kinos trieb, ließ die Kassen klingeln: Anfang der 1920er Jahre sorgten auch die galoppierende Inflation und Wechselkurse dafür, dass dies die wirtschaftlich wohl erfolgreichste Phase deutscher Filme im Ausland war: „Between 1920 and 1924, enormous profits were made by exploiting the gap between domestic hyper-inflation and currency earnings“²⁵. Gleichzeitig hatten ausländische Filme in Deutschland durch das Währungsrisiko kaum eine Chance und Import-Beschränkungen taten ihr übriges.²⁶ Es war geschafft – Deutschland hatte dank der UFA selbst Frankreich überholt und war nach den USA zur zweitgrößten Filmindustrie der Welt geworden. Hilfreich auf diesem Weg war gewesen, dass man sich für die UFA das amerikanische System zum Vorbild genommen hatte: „As vertically integrated as its strong overseas competitors, UFA controlled the largest chain of theaters in Germany.“²⁷

Und Erich Pommer, ab 1923 UFA-Chef und schon vorher einer der wichtigsten deutschen Produzenten, hatte einen noch größeren Traum: Er wollte Hollywood Paroli bieten – und damit war er nicht der einzige: Bereits 1921 hatte der renommierte Filmkritiker Hans Siemsen in der Zeitung „Die Weltbühne“ den „deutsch-amerikanischen Filmkrieg“ ausgerufen.²⁸ Nachdem Erich Pommer aber erkannt hatte, dass die UFA trotz vertikaler Integration (Besitz großer Filmateliers, eigene Kinos etc.) den Wettbewerb alleine nicht gewinnen würde, hatte er eine andere Idee: Er wollte 1923 ein „Film-Europa“ erschaffen, eine paneuropäische Filmindustrie mit Vorherrschaft der UFA, die noch mächtiger sein sollte als die Hollywood-Studios. Doch dieser Traum ging letztlich nicht in Erfüllung, stärkte aber immerhin die Kooperation der europäischen Filmemacher untereinander.²⁹

²³Vgl. Segrave, Kerry (2004): *Foreigns Films in America – A History*, Jefferson NC, S. 22f

²⁴Elsaesser (1998): S. 138

²⁵Garnarcz (1999): S. 83

²⁶Vgl. Silberman, Marc (2000): *Germany*. In: Kindem, Gorham (Hrsg.): *The international movie industry*, Southern Illinois, S. 210

²⁷Houcken (1999): S. 21

²⁸Vgl. Loskant, Alexander (2005): *Der neue europäische Großfilm*, Frankfurt am Main, S. 9

²⁹Vgl. Elsaesser (1998): S. 138

Auch während des restlichen Jahrzehnts sollte die deutsche Filmwirtschaft weiter sehr exportorientiert bleiben – sogar stärker als der Rest Europas „A 1931 account said that German films were the only foreign ones in U.S. Showings, with one or two exceptions (...) Six were on view in New York that week.“³⁰ Doch war das Geschäft nun nicht mehr so profitabel wie noch Anfang der 1920er: „In the years between 1926 and 1929, when about 71% of the German film industry's annual output was exported (while only 41% of European countries' annual output was imported) the earnings ratio nonetheless deteriorated“³¹ Und eine weitere Anmerkung von 1931 scheint den Erfolg ebenfalls zu mindern – die Zeitung *The Nation* bewertete, dass in New York in einer Woche 15 amerikanische und sechs deutsche Filme starteten, so: „Probably the entire daily audience of the six little theaters exhibiting the German films does not reach a quarter of the number visiting the Roxy alone.“³² Die Rede ist vom Roxy Theatre, einem Kino mit 6214 Sitzplätzen, das Hollywood-Filme spielte.³³ Ab 1931 und 1932 versuchte die UFA dann sogar, eine eigene Kinokette in den USA aufzubauen, um endlich die Filme in größeren Sälen zeigen zu können. Doch der Versuch scheiterte nach nur einem Jahr. Immerhin: Noch Anfang der 1930er Jahre liefen 70 deutsche Filme pro Jahr in den USA, und zwar vor allem in deutschen Exklaven in New York, Milwaukee und einigen anderen Städten.³⁴

Doch was war der Grund für den Auslandserfolg deutscher Filme zur Weimarer Zeit? Zunächst muss man sich vergegenwärtigen, dass dies noch das Zeitalter des Stummfilms (bis ca. 1928) war. Es gab also keinerlei Sprachbarrieren, die später (siehe unten) zum Hemmschuh werden sollten. Zudem gab es unglaublich viele Talente, die ins Filmgeschäft strebten – der deutsche Kino-Expressionismus wurde zur Avantgarde. Davon wollte auch Hollywood profitieren - früher oder später wurde die deutschen Talente von den Amerikanern abgeworben: Regisseure wie Ernst Lubitsch und F.W. Murnau, Produzent Erich Pommer und die Schauspielerin Pola Negri sind nur einige der Namen, die hier genannt werden können.

4. Tonfilm und Hakenkreuz – Das Ende einer Ära

³⁰Segrave (2004): S. 50

³¹Garnarcz (1999): S. 83

³²Zitiert nach Segrave (2004): S. 51

³³Vgl. http://en.wikipedia.org/wiki/Roxy_Theater, abgerufen am 5. März 2007

³⁴Vgl. Segrave (2004): S. 51f

Anfang der 1930er Jahre war es mit dem internationalen Boom des deutschen Films langsam vorbei: „In den USA fand man am deutschen Film auszusetzen, daß starke Plots, klare Konflikte und – vor allem – Stars fehlten.“³⁵ Doch gerade am letzten Problem waren natürlich die Amerikaner nicht ganz unbeteiligt. Denn wie oben schon erwähnt: Wenn sich ein Star in Deutschland etablierte, wurde er meist von den Amerikanern abgeworben – genauso wie eben auch die kreativsten Regisseure auswanderten. Und die Gründe waren dafür zunächst nur beruflicher oder persönlicher Natur.

Aber es sind auch noch andere Faktoren zu nennen, die entscheidend waren für den Niedergang des deutschen Films im Ausland. Zum einen kam ab 1927 der Faktor Ton dazu. Denn waren die Streifen bislang Stummfilme, kam nun der Tonfilm auf und setzte sich in kurzer Zeit durch. Was bedeutete das für den deutschen Film? Zunächst wurde der Trend verschlafen – während in den USA im Oktober 1927 mit *Jazz Singer* der erste lange Tonfilm herauskam, erschien der erste deutsche Tonfilm im März 1929 (*Melodie der Welt*).³⁶ Erschwerend kam aber noch ein viel entscheidender Faktor hinzu: Die deutsche Sprache ist keine Weltsprache und so war es nun um so schwieriger für den deutschen Film, im Ausland zu bestehen. „At last the German industry could abandon the illusion of producing for export to an imaginary American audience (...) and concentrate on the domestic audience that seemed to prefer Hollywood fare in any case.“³⁷ Das Deutsche Kino versuchte sich – aber nicht nur wegen des Exports, sondern auch weil künstlerische Filme oft defizitär waren und die UFA fast in den Ruin getrieben hätten³⁸ – nun ganz auf Unterhaltungskino zu konzentrieren: „Musikfilme und Komödien wurden zur Hauptstütze des international orientierten Films: Superproduktionen wie *Der Kongress tanzt* (1931), Starvehikel wie *Die Drei von der Tankstelle* (1930)“³⁹ etc. Während sich das europäische Publikum daran gewöhnen konnte, ausländische Filme in ihre Muttersprache synchronisiert zu bekommen, gelang dies vice versa auf dem US-Markt nicht.⁴⁰

Um 1933 herum kam es dann – mit Machtergreifung der Nazis – zu einer neuen Abwanderungswelle von Filmschaffenden: Bald musste die deutsche Filmbranche

³⁵Elsaesser (1998): S. 140

³⁶Vgl. Silberman (2000): S. 213

³⁷Ebd.: S. 212f.

³⁸Vgl. ebd. S. 212; man musste 1926 mit dem „Parufamet“-Arrangement sogar amerikanische Retter ins Haus bitten, die ihrerseits aber Interesse daran hatten, den deutschen Expansionsdrang zu bremsen

³⁹Elsaesser (1998): S. 141

⁴⁰Vgl. Houcken (1999): S. 25

auch auf Talente wie Fritz Lang, Billy Wilder und Marlene Dietrich verzichten, die teils flüchten mussten, teils nichts mit Nazi-Deutschland zu tun haben wollten.⁴¹ So war die Blütezeit des deutschen Films in Bezug auf den Übersee-Export bald gänzlich vorbei: „In Nazi Germany filmmaking was politically monopolized and increasingly isolated from the international market.“⁴² Zwar schreibt Thiermeyer, dass die Deutschen Filme nach Machtübernahme der Nazis noch bis 1941 an der Spitze der ausländischen Filme in den USA standen.⁴³ Segrave schreibt allerdings, dass bereits im Mai 1933 nur noch sechs Kinos in den USA regelmäßig deutsche Filme zeigten, im Vergleich zu 100 Filmtheatern ein Jahr zuvor.⁴⁴

Die verstaatlichten deutschen Filmunternehmen unter Aufsicht des Propagandaministeriums konzentrierten sich spätestens ab Kriegsbeginn auf den Binnenmarkt, der aber geographisch immer größer geworden war. So zählten bald große Filmstudios in Wien und Prag zum Imperium des Goebellschen Filmreichs genauso wie auch neue Absatzmärkte in Polen, Frankreich, Belgien und den Niederlanden, die ja während des Kriegs besetzt worden waren.⁴⁵

5. Nachkriegszeit – Binnenorientierung

Auch nach Ende des 2. Weltkrieg gelang es Film-Deutschland erst einmal nicht, an früheren Export-Erfolge anzuknüpfen. Viele Filmateliers waren in den letzten zwei Kriegsjahren zerstört worden. Die westlichen Alliierten hatten zudem wenig Interesse daran, einen neuen, mächtigen Monopolbetrieb zu gründen – „the movie industry (...) was explicitly planned from the outset as a decentralized, commercial entertainment enterprise.“⁴⁶ Grund dafür war wohl nicht unbedingt, dass man die US-Studios vor neuer deutscher Konkurrenz schützen wollte. Vielmehr ging es darum, kein neues Medien- und damit Meinungs- bzw. Propagandamonopol entstehen zu lassen. Doch natürlich war es mit diesem Konstrukt eines großen Markts mit vielen kleinen Produktionsfirmen schwierig, jemals wieder international eine große Rolle zu spielen – schließlich war das Kapital bei den kleinen Firmen dafür kaum da. Ab 1948 war der deutsche Film auch wieder auf dem US-Markt

⁴¹Vgl. Mast, Gerald (2000): A short history of the movies, Boston, S. 160

⁴²Houcken (1999): S. 25

⁴³Vgl. Thiermeyer, Michael (1994): Internationalisierung von Film und Filmwirtschaft, Köln, S. 217

⁴⁴Vgl. Segrave (2004): S. 52

⁴⁵Vgl. Silberman (2000): S. 215

⁴⁶Ebd.: S. 217

präsent – aber „deutlich schwächer als die Produktionen der anderen drei großen europäischen Filmländer Großbritannien, Frankreich und Italien.“⁴⁷

Verständlicherweise hatte es der Deutsche Film im Ausland nach dem Krieg aber auch dadurch schwer, dass durch die schrecklichen Ereignisse zwischen 1933 und 1945 alles Deutsche im Ausland nun erstmal verhasst war.⁴⁸ Und so war es wohl eine Mischung aus diesem Faktor und der schwachen Kapitalausstattung der Produktionsfirmen, dass man sich auf den Binnenmarkt konzentrierte: „Unable to compete in the international export market, they withdrew to one of the few free spaces left, the Heimat film“, schreibt Silberman.⁴⁹ Und tatsächlich wurden *Schwarzwaldmädel* und Co. so erfolgreich, dass das Genre 1955 ein Drittel der deutschen Jahresproduktion ausmachte. Das Urteil der ausländischen Kritiker zum Zustand des deutschen Films war in den 1950ern dementsprechend hart: Die Cahiers du Cinéma sprachen vom „schrecklichen Westdeutschen Film“. Und auch im Inland kam der Film schlecht weg. 1965 schrieb der Filmologe Peter Pleyer retrospektiv : „Eine scharfsinnige und sinnfällige Analyse der politischen und gesellschaftlichen Gegebenheiten hat es im Filmschaffen der Bundesrepublik nicht gegeben.“⁵⁰ Ein kurzer Blick in die USA zeigt zudem, dass die Filme dort ebenfalls nicht ankamen: 1958 wurden 20 der 114 produzierten Filmen in die USA verkauft, doch nur ein Drittel davon spielte mehr als 50.000 Dollar ein. Und das noch bevor der US-Verleih seinen Anteil abgezogen hatte.⁵¹

Nach den anfänglichen kommerziellen Erfolgen im Inland setzte – durch das Fernsehen bedingt – das große Kinosterben ein, Filmverleiher und -produzenten gingen pleite: „Der spektakulärste Fall war die Pleite der UFA AG im Jahr 1962. Diese damals größte Produktionsgesellschaft Westdeutschlands ging im Jahr 1964 an den Bertelsmann-Konzern über.“⁵² Dementsprechend ging auch der Ausstoß der Filmproduzenten zurück: Wurden 1958 noch 98 deutsche Filme gedreht, waren es 1962 – also nur vier Jahre später – 43 deutsche Streifen.⁵³ Die, die überlebten, setzen zunächst vor allem auf leichte Unterhaltung, maßgeschneidert für den deutschen Markt: Winnetou und Edgar Wallace dominierten das Kino der 1960er Jahre. Doch bis Anfang der 1960er Jahre brach der Export immer weiter ein: „Die

⁴⁷Thiermeyer (1994): S. 223

⁴⁸Schlöndorff, Volker (2003): Schluss mit der Anpasserei! In: Die Zeit, 22/2003

⁴⁹Silberman (2000): S. 218

⁵⁰Zitate nach: Der Spiegel 53/1967: Bubis Kino: Ach, der Papili, S. 86ff

⁵¹Vgl. Segrave (2004): S. 100f

⁵²http://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Filmgeschichte, abgerufen am 27.02.2007

⁵³Vgl. Der Spiegel 53/1967

Exporterlöse aus dem Verkauf deutscher Spielfilme werden für das Jahr 1963 auf etwa 15 Millionen DM geschätzt. Seit 1961 sind die Nettoeinnahmen (...) um etwa 40 Prozent geschrumpft.“ Und weiter heißt es in „Die Zeit“: „Selbst in den Glanzzeiten der deutschen Spielfilmproduktion deckten die im Ausland erzielten Erlöse nur ausnahmsweise 30 Prozent der Herstellungskosten. In den letzten Jahren waren es im Durchschnitt bestenfalls 15 Prozent.“⁵⁴ Interessant war zu diesem Zeitpunkt auch der Vergleich zwischen deutschem und italienischem Export: Während die Bundesrepublik 1960 Filme im Wert von 27,1 Millionen DM exportierte, kam Italien im selben Jahr auf 120 Millionen DM.

Kommerzielle internationale Erfolge gab auch Mitte der 1960er wenn dann nicht durch genuin deutsche Filme, sondern allenfalls dadurch, dass deutsches Geld in internationale Koproduktionen im Bereich Italowestern gepumpt wurde. So wurde z.B. der Klassiker „Für ein paar Dollar mehr (1965)“ mit Beteiligung der deutschen Constantin Film gedreht.⁵⁵ Silberman konstatiert, dass es bis in die 1960er Jahre hinein in Deutschland ein kreatives Vakuum gab, dass schließlich den Raum für den „Neuen Deutschen Film“ schaffen sollte.⁵⁶

6. 1960er/70er – Neuer Deutscher Film schafft Renommee

Am 28. Februar 1962 geht ein Ruck durch die Filmbranche: Bei den 8. Westdeutschen Kurzfilmtagen in Oberhausen erklären 26 deutsche Filmemacher: „Papas Kino ist tot.“ Unter den Unterzeichnern waren namhafte Regisseure wie Alexander Kluge und Edgar Reitz. Sinn dieses Oberhausener Manifests war es, eine Trendwende im Deutschen Film zu schaffen, in dem man sich von der reinen Unterhaltungstendenz des US-Kinos mit seinen Happy Ends löste und sich an europäischen Vorbildern wie der Nouvelle Vague orientieren wollte. Und der „Junge Deutsche Film“ bzw. „Neue Deutsche Film“ sollte sich in den nächsten Jahren tatsächlich auch international durchsetzen – wenn auch mit bescheidenem kommerziellem Erfolg. So hält Burkhard Dreher 1978 – also 16 Jahre nach dem Manifest – fest: „Bei derart engem Binnenmarkt sind deutsche Unternehmen zwar insbesondere auf das Auslandseinspiel angewiesen. Die Exporterlöse sind indes äußerst gering. Sie erreichen kaum mehr als 10vH des Kinoeinspiels der Produzenten, während die Amerikaner – sicher auch sprachlich und kulturell begünstigt – auf

⁵⁴Die Zeit 11/1964: Kranker Filmexport.

⁵⁵http://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Filmgeschichte, abgerufen am 27.02.2007

⁵⁶Silberman (2000): S. 218

dem Weltmarkt ähnlich hohe Einspielergebnisse erzielen wie auf dem nordamerikanischen Markt“.⁵⁷

Doch auch wenn der Neue Deutsche Film kein großer wirtschaftlicher Erfolg ist – er trägt doch dazu bei, dass das cineastische Ansehen im Ausland wieder steigt: Es dauert zwar von Oberhausen bis zum Startschuss für den ersten Neuen Deutschen Film drei Jahre, da die Finanzierung der Projekte erst ab 1965 mit Hilfe des „Kuratoriums junger deutscher Film“ subventioniert wurde. Doch dann kam es zum erneuten Paukenschlag: 1966 wird Volker Schlöndorffs *Der junge Törleß* in Cannes gezeigt und Alexander Kluges *Abschied von Gestern* erhält in Venedig den Silbernen Löwen. Der italienische Meisterregisseur verrät dem Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 1967: „In zwei bis drei Jahren liegt der deutsche Film an der Spitze der internationalen Filmkunst.“⁵⁸ Doch es sollte anders kommen: Das 1967 erlassene Filmförderungsgesetz hofierte v.a. „schnell amortisierbare St.Pauli-, Heintje-, Pauker- und „Report“-Ware“, wie „Der Spiegel“ anmerkte.⁵⁹ Denn das sogenannte Referenzfilm-System sorgte dafür, dass faktisch fast nur Produzenten in den Genuß der Förderung gelangten, die schon zuvor kommerzielle Erfolge verzeichnen konnten. Bezug nehmend darauf, schilderte 1971 dann ein deutscher Hollywood-Korrespondent die Lage auf dem US-Markt so: „Praktisch gesprochen, ist der deutsche Film in den USA ein schwarzer Schimmel, ein weißer Rappen, ein Ding das es nicht gibt.“⁶⁰ Und der Neue Deutsche Film war sowohl im Inland wie auch im Ausland wirtschaftlich erfolglos und sprach allenfalls die Eliten an.

Mitte der 1970er besserte sich die Lage zunehmend: Das Ausland nimmt wieder verstärkt Notiz, die französische Zeitung „Le Monde“ rezensiert Werner Herzogs *Aguirre, der Zorn Gottes* auf ihrer Titelseite und in den USA tauft man die Deutschen gar „Cinema's New Wunderkinder“.⁶¹ Die 2. Generation der neuen Filmemacher rund um Rainer Werner Fassbinder, Werner Herzog und Wim Wenders wird im Ausland noch mehr bewundert als ihre Kollegen in den 1960ern; Wenders *Der amerikanische Freund* wird 1977 für die Goldene Palme nominiert und muss wohl auch in den USA erfolgreich gewesen sein.⁶² Allerdings wird mit diesem Film auch eine Tendenz klar, die sich in den nächsten Jahrzehnten noch verdeutlichen sollte (siehe unten): Große kommerzielle Erfolge im Ausland können deutsche Filme fast

⁵⁷Dreher, Burkhard (1978): Zur Lage und Entwicklung der deutschen Filmwirtschaft, Berlin, S. 9

⁵⁸Der Spiegel 53/1967: Bubis Kino: Ach, der Papili, S. 86

⁵⁹Der Spiegel 51/1972: Verlorene Generation, S. 139

⁶⁰Bert Reisfeld von Filmecho/Filmwoche, zitiert nach Thiermeyer (1994): S. 227

⁶¹Vgl. Der Spiegel 47/1975: Lorbeer für die Wunderkinder, S. 182ff.

⁶²Verlässliche Daten zu US-Einspielergebnissen gibt es leider erst ab den 1980er Jahren

immer nur dann haben, wenn sie auf Englisch gedreht wurden und in der Besetzung auf amerikanische Stars setzen: Und so spielte Dennis Hopper die Hauptrolle, Nicholas Ray und Samuel Fuller waren ebenfalls dabei.⁶³ Wim Wenders drehte nach diesem internationalen Durchbruch seine Filme hauptsächlich in den USA. Es wurden v.a. zwei Gründe für den cineastischen Auslandserfolg genannt: Es gäbe einen immer größeren Markt für das deutsche Autorenkino mit nationaler Eigenart und Atmosphäre, also mit spezifisch deutschen Themen und Machart. Dennoch sahen Kritiker einen noch viel größeren Grund für den Erfolg darin, dass es in Europa einfach keine Konkurrenz mehr gab: Der französische und der italienische Film waren in einer kreativen (Frankreich) bzw. strukturellen (Italien) Krise, von der die Nachzügler aus Deutschland profitieren konnten.⁶⁴ Aber auch der viel gepriesene Erfolg wurde in Frage gestellt – schließlich würden die jungen Filmemacher am Publikum vorbei produzieren, so 1978 der Regisseur Hark Bohm in einem Spiegel-Pamphlet: „In der Bundesrepublik liegt der Gral des Cinéasmus, der Lehre vom publikumsbefreiten, vom künstlerischen Film. In New York, in Paris, in London werden die Gebildeten des Mittelstandes von ihren Priestern, den Feuilleton-Kritikern, für die cinéastischen Botschaften aus dem Land der Dichter und Denker gelenkt. Wo sich die Cinéasten weniger ballen, sagen wir mal in Little Rock, der Hauptstadt von Arkansas, wird der neue deutsche Film sowenig wie in Freyung, der Kreisstadt des Bayerischen Waldes, zu sehen sein.“⁶⁵ Und in der FAZ hieß es dazu bereits 1975: „Selbst in den zahlreichen Kunstkinos New Yorks (...) finden sich nur wenige Zuschauer ein, wenn die Filme von Fassbinder oder Herzog, die unter hiesigen Cineasten inzwischen als Kultfiguren gelten, vorgeführt werden. Auf der kommerziellen Kinoszene konnten deutsche Regisseure bislang nicht Fuß fassen. Ihre Filme spielen oft nicht einmal die Werbekosten ein.“⁶⁶ Segrave schreibt dazu: „By the end of the 1970s, it was still true that no postwar German film had ever grossed more than \$ 200.000 in American art houses.“⁶⁷ Auch wenn keine Details dazu vorliegen, so deutet dies doch darauf hin, dass der Neue Deutsche Film demnach im Ausland wie im Inland kommerziell nicht erfolgreich war, sondern nur die Eliten ansprach – sei es mit oder ohne Zutun der Filmkritiker. Doch auch nach dieser Schelte ging es zunächst weiter bergauf: Den größten Auslandserfolg der deutschen Filmgeschichte hatte 1979 dann Volker Schlöndorff

⁶³Vgl. <http://german.imdb.com/title/tt0075675/>, abgerufen am 1. März 2007

⁶⁴Vgl. Der Spiegel 25/1975: Deutscher Film – ein neuer Optimismus, S. 178

⁶⁵Bohm, Hark (1978): Lauter Erfolge ohne Publikum. In: Der Spiegel 32/1978, S. 133

⁶⁶Zitiert nach Thiermeyer (1994): S. 228

⁶⁷Segrave (2004): S. 169

mit *Die Blechtrommel*. Der Film gewann nicht nur zahlreiche kleinere Preise im Ausland, sondern vor allem auch die Goldene Palme in Cannes und als erster deutscher Streifen auch den Oscar als bester nicht-englischsprachiger Film.⁶⁸ Und immerhin spielte der Film in den USA wie auch Fassbinders *Die Ehe der Maria Braun* mehr als 2 Millionen Dollar ein – das zehnfache dessen also, was bislang üblich gewesen war.⁶⁹ Doch danach wurde es langsam ruhig um den Neuen Deutschen Film – das Publikum verlangte nach Unterhaltungsfilm, die nicht nur in Hollywood, sondern zunehmend auch wieder in Deutschland produziert wurden.⁷⁰ Als Rainer Werner Fassbinder 1982 stirbt, ist zudem sein größter und produktivster Vertreter tot.

7. 1980/1990er – Deutsche Großproduktionen

Die 1980er Jahre läuteten ein neues Zeitalter im deutschen Film ein: Man war wieder selbstbewusst und wollte nun voll auf den Export setzen. Der Schlüssel zum Auslandserfolg: Deutsche bzw. Europäische Großproduktionen, die auf strikte Unterhaltung setzten. Die Budgets waren für deutsche Verhältnisse enorm, auch wenn sie noch immer nicht ganz an Hollywood-Niveau heran ragten. Der erste Film dieser Art war 1981 Wolfgang Petersens *Das Boot*, produziert von der Bavaria Film für 32 Millionen DM.⁷¹ Der Film errang „phänomenale internationale Erfolge, die nicht nur Petersens Hollywood-Karriere begründeten, sondern auch zu einer Reihe spektakulärer Großproduktionen aus Deutschland führten, die auf die internationalen Märkte abzielten“, schreibt Loskant.⁷² Der Film wurde in den USA zum bis dahin erfolgreichsten fremdsprachigen Film aller Zeiten, spielte dort 11 Millionen US-Dollar ein (also allein in den USA ein Box Office von mehr als der Hälfte der Produktionskosten) als die und wurde sogar für sechs Oscars nominiert.⁷³ Auch wenn der Streifen keinen einzigen Oscar gewinnen konnte, so zeigen allein die Nominierungen, u.a. für die beste Regie, beste Kamera und das beste Drehbuch, in welcher Liga der Film spielte. Eine Nominierung für den „Auslandssoscar“ blieb dagegen aus – wohl weil *Das Boot* als gleichrangig zu den amerikanischen Filmen galt.

⁶⁸Vgl. <http://german.imdb.com/title/tt0078875/awards>, abgerufen am 1. März 2007

⁶⁹Vgl. Segrave (2004): S. 169

⁷⁰Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Neuer_Deutscher_Film, abgerufen am 1. März 2007

⁷¹Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Das_Boot, abgerufen am 2. März 2007

⁷²Loskant, Alexander (2005): S. 40

⁷³Vgl. Stresau, Norbert (1996): Der Oscar, München, S. 379

Für das nächste Großprojekt holte sich Bavaria-Chef Günther Rohrbach einen zweiten Produzenten ins Boot – Bernd Eichinger von Constantin Film. Denn *Die unendliche Geschichte* stand auf dem Programm, ebenfalls unter der Regie von Wolfgang Petersen und mit dem bis dahin größten Produktionsbudget aller Zeiten für einen deutschen Film: Der Streifen kostete über 50 Millionen DM. Denn Eichinger und Rohrbach waren der Meinung, „dass nur zwei Arten von Filmen erfolgversprechend waren: entweder komplett auf den jeweiligen nationalen Markt abgestimmte Stoffe oder aber die Orientierung am Weltmarkt und somit qualitativ wie ökonomisch an Hollywood.“⁷⁴ Die beiden setzen auf den Weltmarkt – Konsequenz dieser Strategie: Es wurde zwar in Deutschland gedreht, aber mit einem internationalen Ensemble und komplett auf Englisch. Und die Strategie ging auf: Der Film wurde selbst von den amerikanischen Kinobetreibern als Weltniveau eingeschätzt und ging mit (bis heute von keinem anderen genuin deutschen Film getoppten) 950 Kopien in den USA an den Start. Der Film spielte dort auch tatsächlich über 20 Millionen Dollar ein und lief auch sonst international überaus erfolgreich – Schätzungen gehen von einem weltweiten Einspiel von 100 Millionen US-Dollar und damit einem vierfachen der Produktionskosten aus.⁷⁵

Eichinger landet mit der selben Strategie noch einen weiteren großen Erfolg: *Der Name der Rose* (1986) mit Sean Connery in der Hauptrolle spielt bei 47 Millionen DM Budget weltweit 77 Millionen Dollar ein.⁷⁶ Auch danach setzt Eichinger weiter auf diese Strategie mit Filmen wie *Last Exit to Brooklyn*, *Salz auf unserer Haut*, *Das Geisterhaus* und *Fräulein Smillas Gespür für Schnee* (1997). Doch die Filme, die teilweise pan-europäische Koproduktionen waren, konnten nicht an die früheren Erfolge Eichingers anknüpfen, sondern wurden teilweise sogar zu finanziellen Flops (*Brooklyn*).⁷⁷ Aber abschließend bleibt festzuhalten, dass es in den 1980ern bis Mitte der 1990er der Deutsche Film gerade durch diese Projekte tatsächliche Publikums- und damit wirtschaftliche Erfolge im Ausland erzielen konnte. Das unterscheidet Eichingers Werke deutlich vom Neuen Deutschen Film, der zwar ein Liebling der Kritik war, aber eben nur Eliten ansprach.

8. Der Deutsche Film heute – Zwei Oscars und das Parfüm

⁷⁴Loskant (2005): S. 40

⁷⁵Vgl. <http://german.imdb.com/title/tt0088323/business>, abgerufen am 2. März 2007

⁷⁶Vgl. <http://german.imdb.com/title/tt0091605/business>, abgerufen am 2. März 2007

⁷⁷Vgl. Loskant (2005): S. 40

Abgesehen von den international angelegten Filmen Eichingers war es also seit Anfang/Mitte der 1980er im Ausland wieder recht ruhig geworden um den Deutschen Film. Im Gegensatz zu Eichinger finden genuin deutsche Stoffe, die zu Zeiten des Neuen Deutschen Films auch das Ausland begeisterten, in der Literatur kaum Erwähnung. Eine mögliche Begründung – speziell in den 1990ern wird der Deutsche Film von Komödien wie *Der bewegte Mann* dominiert. Was den „Spiegel“ 1999 resümieren ließ: „Unterhaltung machen die Amerikaner besser (...). Ganz untauglich für den Export ist die deutsche Witzschick: Jede Nation lacht anders. Darum kann der Comic-Chaot *Werner* in Deutschland noch so kesseln, fürs Ausland reicht der Sprit nicht.“⁷⁸

Doch Ende der 1990er Jahre kam ein Streifen heraus, der den Deutschen Film verändern sollte: Tom Tykwers *Lola rennt* wurde 1999 zum ersten deutschen Film seit Jahren (abgesehen von Eichingers Projekten), der ein großer internationaler Erfolg wurde und eben gerade keine Komödie war und zudem visuell etwas ganz Neues war. In Deutschland wurde der Streifen von 2 Millionen Zuschauern gesehen, im europäischen Ausland von 500.000 Menschen und in den USA von 1,4 Millionen Besuchern (über 7,2 Millionen Dollar US-Einspiel). Der US-Erfolg mag aber auch daran liegen, dass bei der Werbekampagne des Verleihs bewusst verschwiegen wurde, dass der Film nicht auf englisch ist.⁷⁹ Insgesamt wurde der Film sogar in 46 Länder verkauft.⁸⁰

Dies im Hinterkopf, meinte die Filmförderungsexpertin Nikola Mirza damals, die Deutsche Regisseure „müssten Geschichten erzählen, die man als deutsche Geschichten erkennt. Das reizt die Zuschauer letztlich am meisten: Geschichten über den Mauerfall, über NS-Vergangenheit, über deutsch-deutsche Probleme.“⁸¹ Und sie sollte Recht behalten: Im neuen Jahrtausend sind im Ausland v.a. die Filme erfolgreich geworden, die sich mit der Deutschen Geschichte befassen. Dies wurde 2002 daran deutlich, dass Caroline Links *Nirgendwo in Afrika* den Auslandsoscar gewann – eine Geschichte über eine jüdische Familie, die in den 1930ern vor den Nazis nach Afrika flieht. Der Film spielte in den USA 6 Millionen Dollar ein und wurde in 70 Länder verkauft.⁸² Bis heute bleibt die von Nikola Mirza benannte

⁷⁸Sobolla, Bernd/Weingarten, Susanne/Wolf, Martin (1999): *Lola drückt aufs Tempo*. In: *Der Spiegel* 49/1999, S. 261f

⁷⁹Vgl. Jäckel (2003): S. 121f

⁸⁰Vgl. Sobolla/Weingarten/Wolf (1999): S. 262

⁸¹Zitiert nach ebd.

⁸²Vgl. Kurp, Matthias (2004): *Umsatzrückgang an den Kinokassen*. Siehe http://www.medienmaerkte.de/artikel/kino/040502_kino_bilanz.html, abgerufen am 2. März 2007

Strategie das Erfolgsrezept für den Auslandserfolg. Man muss sich nur die vier deutschen Vorschläge für den Fremdsprachen-Oscar anschauen, die nach *Nirgendwo in Afrika* kamen: *Good Bye Lenin* (2003, vorgeschlagen, aber nicht durch die Academy nominiert), *Der Untergang* (2004, nominiert), *Sophie Scholl* (2005, nominiert) und *Das Leben der Anderen* (2006, Oscar-Gewinner). Zwei deutsche Oscars also innerhalb von fünf Jahren nach fast 25 Jahren Flaute – allein das zeugt davon, dass Film-Deutschland momentan auf dem richtigen Weg, im Ausland zu punkten. Und es sind nicht nur die Auszeichnungen, die dafür sprechen – auch wirtschaftlich waren die genannten Filme im Ausland erfolgreich: Das Hitler-Drama *Der Untergang* bspw. wurde im Ausland von 6,75 Millionen Menschen gesehen – von mehr Menschen also als im Inland (4,6 Millionen). Größte Auslandsmärkte waren hierbei Frankreich, Nordamerika und Spanien.⁸³

Doch noch einmal zum US-Markt zurück: Immer wieder denkt man, dieser Markt sei so enorm wichtig für den deutschen Film – wie ja auch Bernd Eichingers oben erwähnte Strategie suggeriert. Doch faktisch ist der US-Anteil für den Deutschen Filmexport eher marginal – zumindest in den 1990ern trug er nur 1,5 Prozent der gesamten Auslandserlöse ein. Insgesamt hat der europäische Film dort nur einen Marktanteil von 0,5 Prozent, ausländische Filme insgesamt einen Anteil von einem Prozent.⁸⁴ Faktisch laufen Deutsche Filme nämlich, wenn sie überhaupt in den USA laufen, meist nur in New York und Los Angeles in Arthouse-Kinos: „In America, your cinema is incredibly protected. It's quite impossible for a foreign movie to be released, and if it is released it's a very small release,“ beschwerte sich der französische Regisseur Gilles Mimouni 1997 in der Zeitschrift *Box Office*.⁸⁵

Auch der deutsche Oscar-Gewinner *Das Leben der Anderen* läuft momentan (Anfang März 2007) nur als Small Release in New York und L.A. - in die Multiplexe wird er auch nicht so schnell kommen. Und dennoch gilt der Film schon jetzt als riesiger US-Erfolg – German Films, Nachfolger der Export-Union des Deutschen Films, merkt stolz an: „The best US theatrical opening for a German film in a subtitled print with a box office of US\$ 277,000 on the opening weekend.“⁸⁶ Und das auf nur 9 Leinwänden – am dritten Wochenende nach Erscheinen, dem Oscar-Wochenende, lief der Film dann immerhin schon auf 58 Leinwänden und eine Woche später mit 112 Kopien – bis zum 4. März spielte der Film 2,32 Millionen Dollar

⁸³ Auskunft von Beta Cinema, der Firma, die den Weltvertrieb von *Der Untergang* organisiert hat

⁸⁴ Vgl. Sobolla/Weingarten/Wolf (1999): S. 262 sowie Klein (2004)

⁸⁵ http://www.boxoffice.com/boxoffice_scr/boxoffice_story.asp?terms=2326, abgerufen am 3. März 2007

⁸⁶ http://www.german-cinema.de/app/news/news_view.php?pressrelease_id=566, abgerufen am 3. März 2007

ein.⁸⁷ Damit ist klar – der genuin Deutsche Film ist und bleibt in den USA ein absolutes Nischenprodukt. Auch Erfolgsfilme wie *Nirgendwo in Afrika* (78 Kopien), *Der Untergang* (174 Kopien) *Lola rennt* (172 Kopien) und *Good Bye Lenin* (125 Kopien) laufen dort weiterhin nur auf wenigen Leinwänden und kommt nicht einmal ansatzweise an die Marke von 11 Millionen Dollar ran, die noch *Das Boot* einspielte. Letztlich kann man dies nur so interpretieren: Die Metropolen L.A. und New York sind der Testmarkt, ob ein deutscher Film vielleicht noch in andere amerikanische Millionenstädte getragen werden sollte. Doch das ein Film im schon 1978 von Hark Bohm angesprochenen Little Rock (siehe oben) oder noch kleineren Orten läuft, ist sehr unwahrscheinlich.

Zudem wiederholt sich ein anderes Muster – ist ein deutscher Film erfolgreich, so werden oft Rufe nach einem Remake laut. So geschehen bei *Bella Martha*, der in den USA mit 143 Kopien 4,1 Millionen US-Dollar einspielte und damit sogar deutlich mehr als in Deutschland (ca. 2,5 Millionen Dollar) erzielte.⁸⁸ Allein der Fakt, dass Top-Star Catherine Zeta-Jones beim Remake *No Reservations* (Start Sommer 2007) die Hauptrolle spielt, deutet darauf hin, dass der US-Abklatsch ein vielfaches Einspielergebnis des deutschen Originals einspielen wird. Und kaum hatte *Das Leben der Anderen* den Oscar gewonnen, so deutet sich auch hierbei ein Remake an, an dem nun Oscarpreisträger Sydney Pollack arbeitet – mit einer Bände sprechenden Begründung: „We would just desperately love for that film to be something that reaches more people.“⁸⁹ Schließlich sind die deutsche Sprache und fehlende internationale Stars einfach zu große Hemmnisse, dass der Film außerhalb der Arthouse-Kinos punkten könnte. Doch ob die Story tatsächlich nach Amerika übertragbar ist, steht noch völlig in den Sternen, so Regisseur Florian Henckel von Donnersmarck: „Bei der naheliegenden Umdichtung auf das Amerika der Gegenwart unter dem 'Patriot Act' stößt man allerdings schnell auf sehr große Probleme. Das haben wir schon nach den ersten Gesprächen gemerkt. USA 2007 und DDR 1984 sind halt doch nicht ganz das gleiche.“⁹⁰

Soviel als zum genuin deutschen Film im Ausland – in der Zwischenzeit sind natürlich auch Bernd Eichinger und seine Constantin Film nicht untätig geblieben.

⁸⁷Vgl. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=weekend&id=livesofothers.htm>, abgerufen am 6. März 2007

⁸⁸Vgl. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=mostlymartha.htm>, abgerufen am 3. März 2007

⁸⁹Zitiert nach:

http://www.starpulse.com/news/index.php/2007/03/01/german_oscar_winner_the_lives_of_others_, abgerufen am 3. März 2007

⁹⁰Zitiert nach: http://www.focus.de/kultur/kino_tv/das-leben-der-anderen_nid_45692.html, abgerufen am 3. März 2007

Auch im neuen Jahrtausend setzt er weiterhin darauf, Filme auf Englisch zu drehen – sein bislang größtes Projekt aller Zeiten ist der Film *Das Parfüm*. Sein Budget beträgt diesmal 50 Millionen Euro – mehr als doppelt soviel wie *Der Name der Rose*. Und die Investition rechnet sich: Der Film hat bis heute, rund ein halbes Jahr nach seiner Weltpremiere, 116 Millionen Dollar weltweit eingespielt – davon allein 50 Millionen Dollar in Deutschland, gefolgt von Spanien und Russland (je über 9 Millionen Dollar) sowie Frankreich (über 6 Millionen Dollar). In den USA flopte der Film hingegen – mit stolzen 280 Kopien gestartet, sank die Anzahl der Leinwände schon zwei Wochen später auf 69. Der Film holte an den US-Kassen in den ersten zwei Monaten nur 2,2 Millionen US-Dollar rein – weniger also als *Das Leben der Anderen* in vier Wochen (2,32 Millionen).⁹¹ Doch da *Das Parfüm* ganz klar auf ein weltweites Publikum ausgerichtet war, ist der Misserfolg in den USA angesichts des Erfolgs im Rest der Welt wohl nicht allzu tragisch. Geradezu umgekehrt stellt es sich bei anderen Eichinger-Produktionen dar, die sich komplett auf das amerikanische Multiplex-Publikum konzentriert haben: *Resident Evil* (2002) wurde auf 2528 Leinwänden in den USA gestartet und spielte dort 40 Millionen Dollar ein. Das deutsche Einspiel von gerade mal 5 Millionen Dollar ist da vergleichsweise mikrig – weltweit spielte der Film im Kino 102 Millionen ein – bei 33 Millionen Dollar Produktionskosten immer noch ein schöner Erfolg.⁹² Und noch mal deutlich erfolgreicher war dessen Fortsetzung *Resident Evil: Apocalypse*, ebenfalls von Eichingers Constantin Film produziert. In allen Auswertungsstufen zusammengerechnet (also inkl. Kino, DVD, Fernsehrechte etc.), generierten allein diese beiden Filme einen Umsatz von 700 Millionen Euro.⁹³ Constantin war zudem als Co-Produzent an *Fantastic Four* beteiligt, der 2005 allein in den USA 155 Millionen und weltweit insgesamt 330 Millionen Dollar an den Kinokassen einspielte.⁹⁴ Mittlerweile setzt nicht mehr nur die Constantin auf das Prinzip Dreh auf englisch mit US-Stars, auch andere Produzenten versuchen so ihr Glück. Zwar handelt es sich dabei weiter um Einzelfälle, aber wenn heißt natürlich klotzen statt kleckern. So NFP, die bis dato vor allem für TV-Serien wie Praxis Bülowbogen statt, dann aber den 20 bis 30 Millionen Dollar teuren Film *Luther* mit Joseph Fiennes in der

⁹¹Vgl. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=perfume.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007

⁹²Vgl. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=residentevil.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007

⁹³Vgl. Constantin Film Quartalsbericht 3/2006, siehe <http://www.constantin-film.de/cms/upload/pdf/investor/CFS306D.pdf>, Seite 5, abgerufen am 5. März 2007

⁹⁴Vgl. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=fantasticfour.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007

Hauptrolle co-produzierte.⁹⁵ Auch der Film *Die drei ??? - Das Geheimnis der Geisterinsel* ist ein Beispiel hierfür – der 2007 erscheinende Streifen wurde von Studio Hamburg und dem Medienfonds GFP mit einem Budget von 11,5 Millionen Euro produziert sowie englischsprachig gedreht und soll auch in den USA zum Erfolgsweltmeister werden.⁹⁶ Mittlerweile hat Studio Hamburg vom Land Berlin eine Bürgschaft erhalten, um mehrere weitere englischsprachige Produktionen nach Berlin-Adlershof zu holen.⁹⁷

9. Fazit

Vom Boom des Deutschen Films im Ausland in den 1920er Jahren ist die Branche heute weit entfernt – Demonstrationen gegen die Übermacht Film-Deutschlands in Hollywood werden wohl ein Unikum bleiben. Denn gerade das Mutterland des Films, die USA, ist seit den 1930er Jahren von deutscher Filmware nur sehr schwer zu erobern. Zumindest wenn man vom deutschsprachig gedrehten Film mit deutscher Besetzung spricht. Denn nur einmal in der Deutschen Filmgeschichte konnte ein Film dieser Machart in den US-Kinos mehr als 10 Millionen Dollar einspielen – *Das Boot* Anfang der 1980er Jahre. Aber am US-Markt sollte sich die deutsche Branche sicher sowieso nicht allein messen lassen – letztlich gilt beim Export der Ansatz der „longtail economics“. Auf deutsch: Kleinvieh macht auch Mist! Und so ist es heute durchaus möglich, dass ein Film in allen anderen Ländern der Welt zusammengerechnet mehr Geld einspielen kann als in Deutschland allein – siehe beispielsweise *Der Untergang*. Dabei kommen die genuin deutschen Filme vor allem in Frankreich, Italien und Spanien sowie oft auch in Skandinavien gut an. Und Filme wie *Der Untergang* finden nicht nur in Europa, sondern auf allen Kontinenten ihre Zuschauer.

Das Prestige des Deutschen Films im Ausland hat in den letzten Jahren auf jeden Fall zugenommen – siehe die zwei deutschen Oscars der letzten fünf Jahre. Doch ökonomisch ist deutsche Filmware im Ausland meistens noch attraktiver, wenn Sie gerade nicht als Deutsch erkennbar ist: Bernd Eichingers *Resident Evil*-Filme sind dafür das Beste Beispiel – sie wurden sowohl von Kinobetreibern- als auch -besu-

⁹⁵Vgl. EPD (2003): Rebell gegen Rom. Siehe <http://www.ekd.de/martinluther/rezensionen.html>, abgerufen am 5. März 2007

⁹⁶Vgl. Conrad, Andreas (2006): Jenseits von Rocky Beach. In: Der Tagesspiegel vom 3. April 2006, siehe <http://www.tagesspiegel.de/berlin/archiv/03.04.2006/2423614.asp>, abgerufen am 5. März 2007

⁹⁷Vgl. Der Tagesspiegel vom 2. Februar 2007: Berlin bürgt für Studio Hamburg. Siehe <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/archiv/02.02.2007/3056878.asp>, abgerufen am 5. März 2007

chern wie ein echter amerikanischer Blockbuster behandelt und spielten international unglaublich hohe Beträge ein, während sie in Deutschland flopten. Aber selbst bei Eichingers international ausgelegten Filmen sind Unterschiede zu erkennen – während *Das Parfüm* vor allem in Europa funktionierte, generierten *Resident Evil* und *Fantastic Four* den meisten Umsatz in den USA und Japan.

Bislang ist zu der hier geschilderten Situation keine wesentliche Veränderung erkennbar. Allenfalls lässt sich konstatieren, dass die genuin deutsche Filmware seit *Lola rennt* wieder etwas kontinuierlicher in den ausländischen Arthouse-Kinos vertreten ist. Doch auch wenn es seitdem quasi einen deutschen Auslandshit pro Jahr gibt, so wird der Deutsche Film wohl weiterhin ein Nischenprodukt bleiben. Und eins sollte man dabei auch nicht vergessen – natürlich können deutsche Produzenten wie Bernd Eichinger auch Ware nach Hollywood-Muster stricken, nur kostet dies auch ein Vielfaches des Budgets eines genuin deutschen Films. Und wenn dann doch mal Filme mit 50 Millionen Euro Budget floppen sollten, kann der Schaden gleich immens sein. Wohl auch deshalb überlassen die meisten Deutschen Produktionsfirmen Eichinger freiwillig das Feld für solche Mega-Projekte. Denn auch mit typischen deutschen Low- oder Mid-Budget-Produktionen lässt sich beim Export gutes Geld verdienen, vor allem wenn sich der Film gleich in mehrere Länder verkaufen lässt. Und das ist mit den richtigen Zutaten, durchaus möglich: Gerade gut umgesetzte Stoffe zu deutschen Vergangenheit bzw. speziell deutschen Problem kommen gut an: Sie *Nirgendwo in Afrika*, *Good Bye, Lenin*, *Der Untergang*, *Sophie Scholl* und jüngst *Das Leben der Anderen*.

LITERATURVERZEICHNIS

- Bakker, Gerben (2005): America's Master. The European film industry in the United States, 1907-1920. In: Sedgwick, John (Hrsg.): An economic history of film. London
- Bohm, Hark (1978): Lauter Erfolge ohne Publikum. In: Der Spiegel 32/1978
- Conrad, Andreas (2006): Jenseits von Rocky Beach. In: Der Tagesspiegel vom 3. April 2006, siehe <http://www.tagesspiegel.de/berlin/archiv/03.04.2006/2423614.asp>, abgerufen am 5. März 2007
- Constantin Film Quartalsbericht 3/2006, siehe <http://www.constantin-film.de/cms/upload/pdf/investor/CFS306D.pdf>, Seite 5, abgerufen am 5. März 2007
- Der Spiegel 25/1975: Deutscher Film – ein neuer Optimismus
- Der Spiegel 47/1975: Lorbeer für die Wunderkinder
- Der Spiegel 51/1972: Verlorene Generation
- Der Spiegel 53/1967: Bubis Kino: Ach, der Papili
- Der Tagesspiegel vom 2. Februar 2007: Berlin bürgt für Studio Hamburg. Siehe <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/archiv/02.02.2007/3056878.asp>, abgerufen am 5. März 2007
- Die Zeit 11/1964: Kranker Filmexport.
- Dreher, Burkhard (1978): Zur Lage und Entwicklung der deutschen Filmwirtschaft, Berlin
- Elsaesser, Thomas (1998): Das Weimarer Kino. In: Nowell-Smith, Geoffrey (Hrsg.): Geschichte des internationalen Films, Stuttgart
- EPD (2003): Rebell gegen Rom. Siehe <http://www.ekd.de/martinluther/rezensionen.html>, abgerufen am 5. März 2007
- Garnarcz, Joseph (1999): Export (Companies). In: Elsaesser/Wedel (Hrsg.): The BFI Companion to German Cinema, London
- Houcken, Robin (1999): The International Feature Film Industry, Potsdam
- Jäckel, Anne (2003): European Film Industries, London
- Kaes, Anton (2004): Weimar Cinema: The Predicament of Modernity. In: Ezra, Elizabeth (Hrsg.): European Cinema, Oxford

- Klein, Christina (2004): Why does Hollywood dominate US Cinemas? In: YaleGlobal, 17.08.2004, siehe <http://yaleglobal.yale.edu/display.article?id=4370>, abgerufen am 15.02.2007
- Kurp, Matthias (2004): Umsatzrückgang an den Kinokassen. Siehe http://www.medienmaerkte.de/artikel/kino/040502_kino_bilanz.html, abgerufen am 2. März 2007
- Loskant, Alexander (2005): Der neue europäische Großfilm, Frankfurt am Main
- Mast, Gerald (2000): A short history of the movies, Boston
- Prinzler, Hans-Helmut (1995): Chronik des deutschen Films: 1895-1994, Stuttgart
- Sander, Daniel (2007): Die Welle. In Kulturspiegel 02/2007, siehe <http://www.spiegel.de/kultur/kulturspiegel/0,1518,463372,00.html>, abgerufen am 11.02.07
- Schlöndorff, Volker (2003): Schluss mit der Anpasserei! In: Die Zeit, 22/2003
- Segrave, Kerry (2004): Foreigns Films in America – A History, Jefferson NC
- Silberman, Marc (2000): Germany. In: Kindem, Gorham (Hrsg.): The international movie industry, Southern Illinois
- Sobolla, Bernd/Weingarten, Susanne/Wolf, Martin (1999): Lola drückt aufs Tempo. In: Der Spiegel 49/1999
- Stresau, Norbert (1996): Der Oscar, München
- Thiermeyer, Michael (1994): Internationalisierung von Film und Filmwirtschaft, Köln

Internetquellen ohne Angabe des Autoren

- http://de.wikipedia.org/wiki/Das_Boot, abgerufen am 2. März 2007
- http://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Filmgeschichte, abgerufen am 27.02.2007
- http://de.wikipedia.org/wiki/Neuer_Deutscher_Film, abgerufen am 1. März 2007
- http://en.wikipedia.org/wiki/Roxy_Theater, abgerufen am 5. März 2007
- <http://german.imdb.com/title/tt0075675/>, abgerufen am 1. März 2007

- <http://german.imdb.com/title/tt0078875/awards>, abgerufen am 1. März 2007
- <http://german.imdb.com/title/tt0088323/business>, abgerufen am 2. März 2007
- <http://german.imdb.com/title/tt0091605/business>, abgerufen am 2. März 2007
- http://www.boxoffice.com/boxoffice_scr/boxoffice_story.asp?terms=2326, abgerufen am 3. März 2007
- <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=fantasticfour.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007
- <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=mostlymartha.htm>, abgerufen am 3. März 2007
- <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=perfume.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007
- <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=residentevil.htm> und Unterseiten, abgerufen am 5. März 2007
- <http://www.boxofficemojo.com/movies/?page=weekend&id=livesofothers.htm>, abgerufen am 6. März 2007
- http://www.focus.de/kultur/kino_tv/das-leben-der-anderen_nid_45692.html, abgerufen am 3. März 2007
- http://www.german-cinema.de/app/news/news_view.php?pressrelease_id=566, abgerufen am 3. März 2007
- http://www.german-films.de/app/filmarchive/oscar_features.php, abgerufen am 11.02.07
- <http://www.imdb.com/title/tt0396171/business>, abgerufen am 05.03.07
- http://www.starpulse.com/news/index.php/2007/03/01/german_oscar_winner_the_lives_of_others_, abgerufen am 3. März 2007