

Bedeutung der Filmwirtschaft historisch und aktuell

Die Ufa-Filmproduktion stand im Blickpunkt eines Abends des Berlin-Brandenburgischen Wirtschaftsarchivs

Die Zukunft der Ufa entscheidet sich durch ihre Fähigkeit, aus den Fehlern der Vergangenheit zu lernen.“ So lautete ein Fazit von Dr. Rolf Giesen, einem der renommiertesten Filmwissenschaftler Deutschlands, in seinem Vortrag vor den Mitgliedern des Berlin-Brandenburgischen Wirtschaftsarchivs e.V., das zu einem Industriekulturabend in Kooperation mit der Landesgeschichtlichen Vereinigung für die Mark Brandenburg geladen hatte. Als Veranstaltungsort stellte das Haus der Brandenburgisch-Preussischen Geschichte seinen Saal im historischen Kutschstall in Potsdam zur Verfügung.

Giesens Ausführungen standen unter dem Thema „Die Ufa (Universum Film Aktiengesellschaft) als Wirtschaftsunternehmen“, wobei in erster Linie die historische Entwicklung der Ufa im Vordergrund stand. Von der Gründung 1917 über die beiden Kardinalfehler „Verkennen des Tonfilms“ und „Widerstand ge-

gen das Fernsehen“ bis hin zur Übernahme durch Bertelsmann informierte Giesen. Auf Basis dieser Entwicklung stehe die Ufa laut Giesen vor einer weiteren Grundlagen-Entscheidung: „Das Fernsehen ist ein sterbendes Medium, das Internet übernimmt dessen Rolle.“

Zusammen mit dem Anreiz der Interaktion und der mobilen Möglichkeiten schlug Giesen u. a. die Produktion von aufwendigen Imagefilmen für Dax-Unternehmen als neues Geschäftsmodell vor. Jedoch räumte er ein, dass es für die Zukunft der Filmwirtschaft keine Garantie und keine Handlungsrichtlinien gebe. Auch wenn es wie ein Widerspruch klinge, sei nach Giesens Auffassung die sog. Disneymethode das Erfolgsrezept: Eine kreative Plattform ohne vorherige Rentabilitätsbedenken sowie ein multidisziplinärer Dialog bringe erfolgreiche Filme hervor.

Wie „Film als Unternehmung“ funktionieren kann, zeigte Kirsten Niehuus, Geschäftsführerin des Medienboards Ber-

lin-Brandenburg. Mit anschaulichen Beispielen aus aktuellen Produktionen wie „The Grand Budapest Hotel“ oder „Monuments Men – Ungewöhnliche Helden“ hob sie die große Beliebtheit des Filmstandorts Berlin-Brandenburg hervor. Seit zehn Jahren trägt das Medienboard durch Entwicklung, Produktion, Verleih und Vertrieb, Weiterbildung, Stipendienförderung und die Digitalisierung von Kinos einen wesentlichen Teil zu dieser Popularität bei.

In diesem Zusammenhang unterstrich Niehuus die gute Zusammenarbeit von Berlin und Brandenburg und sah darin ein Vorbild für eine funktionierende Länderfusion. In wirtschaftlicher Hinsicht lohnten sich die Investitionen des Medienboards vierfach: denn jeder Euro Förderung erziele vier Euro Umsatz. Zudem sorgten Stars wie Brad Pitt, Halle Barry oder Quentin Tarantino als inoffizielle Markenbotschafter dafür, dass Berlin weltweit in aller Munde sei. Mit einer regen Fragen- und Diskussionsrunde zwischen Vortragenden und Publikum ging der Abend zu Ende. ◀ LARA KEILBART



„Die Zukunft der UFA entscheidet sich durch ihre Fähigkeit, aus den Fehlern der Vergangenheit zu lernen.“ **Rolf Giesen**



FOTOS: BBWA

Aufnahme von den Dreharbeiten für Fritz Langs „Metropolis“ von 1927. Kleines Foto: Kirsten Niehuus (Medienboard) mit Filmwissenschaftler Rolf Giesen