

1 Einleitung

Veränderungswille und Veränderungsvermögen sind die übergreifenden und herauszustellenden Stärken der Bavaria Film. Hinzu kommt von der ersten Stunde bis heute die Leidenschaft für das Erzählen von Geschichten in bewegten Bildern, sei es für die große Leinwand, den Fernseher oder mittlerweile die mobilen Endgeräte. Wir produzieren unsere eigenen Geschichten mit dem gleichen Engagement, mit dem wir die Gesamtheit unseres Studiogeländes stets auch anderen Produzenten zur Verfügung stellen. »Welcome to Geiselgasteig« wurde nach dem Zweiten Weltkrieg zum Inbegriff von Fachkompetenz und Gastfreundschaft. Dies gilt bis heute und darüber hinaus.¹

Mit diesen Worten stellten die Geschäftsführer Dr. Christian Franckenstein und Achim Rohnke 2019 die Bavaria Film GmbH im Rahmen der Feierlichkeiten zum 100-jährigen Jubiläum der Geiselgasteiger Filmstudios vor und fassten damit ihren persönlichen Blick auf die wesentlichen Stärken und die Identität des Unternehmens knapp zusammen.

Die vorliegende Untersuchung, die bereits einige Jahre vor diesem Jubiläum begonnen wurde, hat zum Ziel, sich eingehender und auf wissenschaftlicher Basis mit der Geschichte des größten Filmstudiodirektors in Süddeutschland zu befassen und sich dabei vor allem auf die Entwicklung des Unternehmens seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs bis in die frühen 90er-Jahre zu fokussieren.

Die Wahl dieser Periode basiert dabei auf der Entscheidung, die nun über 100-jährige Geschichte des Unternehmens in zwei Arbeiten aufzuteilen, die parallel im Rahmen eines koordinierten Promotionsverfahrens entstanden sind. Der erste Teil, der sich mit der Darstellung der Anfangsjahre des Betriebs bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs befasst, wurde 2018 von Dr. David Friedmann fertiggestellt.²

Diese Untersuchung greift die nachfolgende Historie der Bavaria-Film-Studios nach Kriegsende auf und betrachtet die Entwicklung des Unternehmens aus einer unternehmensgeschichtlichen Perspektive bis in die frühen 90er-Jahre. Die jüngste Geschichte der Bavaria Film in den vergangenen 25 Jahren wurde unter anderem aufgrund einer angemessenen analytischen Distanz und auch möglicher Bedenken in Bezug auf noch bestehende Vertraulichkeitsanforderungen seitens des Unternehmens als Forschungsgegenstand ausgeklammert.

1 Vorwort der Bavaria-Film-Geschäftsführer Dr. Christian Franckenstein und Achim Rohnke im Rahmen einer Festschrift zum 100. Jubiläum der Bavaria Film GmbH, in: (Neudecker & Femerling, 2019), S. 10.

2 Vgl. (Friedmann, 2018).

1 Einleitung

Auch mit dieser zeitlich eingeschränkten Betrachtungsperiode über einen Zeitraum von knapp 50 Jahren bietet die Bavaria³ einen reichhaltigen Untersuchungsgegenstand. Wohl kaum ein anderes Medienproduktionsunternehmen spiegelt in seiner Historie, seiner Struktur, seinen Akteuren⁴ und seinen Programmen die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen in der bundesdeutschen Medienlandschaft seit dem Zweiten Weltkrieg so tiefend wider und vermag die Entwicklungen der Branche auf der gesamtwirtschaftlichen Makroebene als Unternehmen *paris pro toto* zu illustrieren.

Nach dem Krieg wurde die Bavaria 1956 als erster großer westdeutscher Studiokomplex, der mit seiner Lage im Münchner Vorort Geiselgasteig zu dieser Zeit als das »schönste Studio Europas«⁵ galt, aus dem reichseigenen UFI-Komplex reprivatisiert. Doch anstatt die damit verbundenen Hoffnungen auf eine tiefgreifende Wiederbelebung der deutschen Filmwirtschaft zu erfüllen, geriet die Bavaria mitten in die deutsche Kinokrise der 50er-Jahre, nur um dann unverhofft »gerettet« zu werden – vom damals größten Rivalen des Kinos, dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Als privatwirtschaftlich geführtes Unternehmen in öffentlich-rechtlichem Mehrheitseigentum orientierte sich das Studio neu und wurde zum Wegbereiter und bedeutendsten Produktionsunternehmen der deutschen Fernsehwirtschaft in den 60er- und 70er-Jahren. Anfang der 80er-Jahre konnte die Bavaria mit internationalen Großproduktionen wie *DAS BOOT* und *Die UNENDLICHE GESCHICHTE* an die Kinotradition der 20er- und 30er-Jahre anknüpfen und partizipierte damit an der weltweiten Wiederbelebung des Kinos in der »Blockbuster-Ära«. Unter anderem durch die Einführung des privaten Rundfunks und dem daraus resultierenden tiefgreifenden ökonomischen Umbruch in der Medienbranche entwickelt sich der bis dato durch die öffentlich-rechtlich dominierte Gesellschafterkonfiguration marktwirtschaftlich weitgehend geschützte Betrieb zu einem diversifizierten Medienkonzern.

Die wechselvolle Geschichte ist dabei reich an großen Erfolgen und schmerzhaften Flops und geprägt von einem konstanten Bestreben nach der eigenen Posi-

3 Die Filmstudios in Geiselgasteig bei München wurden im Laufe ihrer Geschichte mit wechselnden Firmierungen und in unterschiedlichen gesellschaftsrechtlichen Konfigurationen betrieben. Da ab dem Ende des Zweiten Weltkriegs alle Firmierungen die Bezeichnung »Bavaria« enthielten, wird im Sinne der Lesbarkeit dieser Name im Rahmen der Arbeit periodenübergreifend für das Unternehmen verwendet. Umgangssprachlich wird das Unternehmen in der Medienbranche auch üblicherweise als die »Bavaria« bezeichnet. Alternativ wird für periodenunabhängige Beschreibungen auch der aktuelle Firmenname »Bavaria Film« verwendet, neben den korrekten Firmierungen der einzelnen Perioden.

4 Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im Text das generische Maskulinum verwendet. Gemeint sind jedoch immer alle Geschlechter.

5 Vgl. (Der Spiegel, 1959b), S. 58.

tionierung zwischen wirtschaftlichem Überleben durch die Fernsehproduktion und dem immer wiederkehrenden Traum vom großen Kino. Die Untersuchung stellt den ersten Versuch dar, diese Unternehmensgeschichte der Bavaria-Filmstudios von der Nachkriegszeit bis Anfang 1994 aufzuarbeiten und die Entwicklung des Unternehmens vom klassischen Filmstudio zum integrierten Medienproduzenten nachzuzeichnen. In besonderer Weise werden die Eigenheit der Bavaria als klassisch marktwirtschaftlich orientiertes Unternehmen unter Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland sowie der Einfluss dieser Konstellation auf die Entwicklung des Unternehmens untersucht. Dabei ist das Forschungsinteresse stark auf die ökonomische Dimension der Unternehmensentwicklung eines Studiobetriebs fokussiert, eine Perspektive, die in der deutschen Mediengeschichtsschreibung zu Unrecht bisher zugunsten filmhistorischer und filmzentrierter Betrachtungen stark vernachlässigt wurde.

Der aktuelle wissenschaftliche und mediengeschichtliche Forschungsstand im Bereich der großen deutschen Medienunternehmen ist vor allem im Bereich der Filmstudios noch stark ausbaufähig und beschränkt sich fast ausschließlich auf die Ufa,⁶ und hier vor allem auf deren Entwicklung vor 1939 und während des Zweiten Weltkriegs. Zur Geschichte der Bavaria-Studios selbst existieren nur wenige Bearbeitungen. Die vorliegenden Werke haben entweder frühere Epochen zum Forschungsgegenstand,⁷ fokussieren sich nur auf eng umrissene Teilbereiche wie etwa den (film-)technikgeschichtlichen Aspekt,⁸ wurden außerhalb eines wissenschaftlichen Analyserahmens erstellt⁹ oder von der Bavaria selbst interessensgeleitet als Selbstdarstellungen des Unternehmens in Auftrag gegeben.¹⁰

Im Gegensatz dazu ist etwa die US-amerikanische Studiogeschichte umfangreich bearbeitet worden. Diese Untersuchungen zeichnen sich überwiegend durch einen vornehmlich akteursorientierten Ansatz aus, der die fast mythisch wirkenden Heldengeschichten der Unternehmer und Manager der Hollywood-Studios in den Vordergrund stellt.¹¹ Insofern soll im Folgenden ein eigener Ansatz zu einer (Unternehmens-)Geschichtsschreibung der Bavaria Film entwickelt werden.

⁶ Vgl. (Kreimeier, 2002) und (Bock, 1992).

⁷ Vgl. (Putz, 1996).

⁸ Vgl. die vor allem auf die Entwicklung der Filmtechnik fokussierte Arbeit von (Webers, 2009).

⁹ Vgl. unter anderem (Keller, 1988).

¹⁰ Vgl. unter anderem (Neudecker & Femerling, 2019) und (Vester & Dohmen, 2009).

¹¹ Vgl. unter anderem etwa (Schatz, 2010) und (Gomery, 2005).