

# Inhalt

<b>1 Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>2 Ansätze zur Geschichtsschreibung der Bavaria Film</b>	<b>14</b>
2.1 Die Bavaria Film im Blickpunkt der Filmgeschichte	15
2.2 Die Bavaria Film im Blickpunkt der Mediengeschichte	18
2.3 Die Bavaria Film im Blickpunkt der Unternehmensgeschichte	21
2.4 Unternehmensgeschichte in der Filmwirtschaft	26
<b>3 Ökonomische Grundlagen der Film- und Medienwirtschaft</b>	<b>30</b>
3.1 Film als Wirtschaftsgut	30
3.2 Wirtschaftliche Besonderheiten in der Fernsehprogrammproduktion	36
3.3 Unternehmen der Filmherstellung	39
<b>4 1945–1956: Die Treuhandphase und die Reprivatisierung der Bavaria</b>	<b>43</b>
4.1 Die Filmpolitik der Alliierten und die Bavaria	43
4.2 Die wirtschaftliche Situation der Bavaria in der frühen Nachkriegszeit	47
4.2.1 Die ersten Produktionstätigkeiten nach dem Krieg	48
4.2.2 Der Ausbau der Produktionskapazitäten in der Bavaria	50
4.2.3 Die erste Krise der Bavaria nach dem Krieg	55
4.2.4 Das bayerische Filmbürgschaftsprogramm und die FIFI	59
4.3 Die Lex UFI und das politische Ringen um die Reprivatisierung der deutschen Filmwirtschaft und der Bavaria	62
4.4 Die Gründung der Bavaria Filmkunst AG und die Reprivatisierung	71
4.5 Die betriebswirtschaftliche Analyse der Bavaria als Unternehmen während der Treuhandphase	73
4.5.1 Die Filmrechteauswertung nach dem Krieg	76
4.5.2 Spielfilmproduktionen bei der Bavaria während der Treuhandphase	79
4.5.3 Eigenproduktion	83

4.5.4	Dienstleistungen für außerhalb der Bavaria hergestellte Spielfilmproduktionen und andere Filmwerke	84
4.5.5	Investitionen und Anlagevermögen der Bavaria in der Treuhandphase	87
4.5.6	Fazit der betriebswirtschaftlichen Analyse der Bavaria während der Treuhandphase	91
<b>5</b>	<b>1956–1959: Von der UFI in den öffentlich-rechtlichen Besitz</b>	<b>93</b>
5.1	Die reprivatisierte Bavaria Filmkunst AG	94
5.1.1	Ausgangssituation und die Ziele der reprivatisierten Bavaria Filmkunst AG	95
5.1.2	Die Eigenproduktionen der Bavaria Filmkunst AG	96
5.1.3	Die Bestrebungen zur vertikalen Reintegration der Bavaria Filmkunst AG	100
5.1.4	Die Dienstleistungssparte der Bavaria Filmkunst AG	104
5.1.5	Die Krise der reprivatisierten Bavaria Filmkunst AG	108
5.2	Betriebswirtschaftliche Analyse der Bavaria Filmkunst AG während der Phase der Reprivatisierung	111
5.2.1	Eigenproduktion und vertikale Konzentration als Unternehmensziel	112
5.2.2	Der Beginn der deutschen Kinokrise in den 50er-Jahren	113
5.2.3	Die Rentabilität der Bavaria-Eigenproduktionen	116
5.2.4	Ausgleich der Belegungsschwankungen durch die Eigenproduktion	120
5.2.5	Verschärfung des regionalen Wettbewerbs	122
5.2.6	Fehlende Produktionsbürgschaften in der Reprivatisierungsphase	124
5.2.7	Fazit der betriebswirtschaftlichen Analyse der Bavaria Filmkunst AG	125
<b>6</b>	<b>1959–1969: Die Bavaria Atelier GmbH als Produktionsarm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks</b>	<b>127</b>
6.1	Die Übernahme der Bavaria Filmkunst AG durch die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten	128
6.1.1	Erste Fernsehproduktionsaktivitäten der Bavaria vor der Übernahme	129
6.1.2	Hintergründe der Übernahme der Bavaria durch die Rundfunkanstalten	132

<b>6.1.3</b>	<b>Kapazitätsengpässe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten</b>	<b>134</b>
<b>6.1.4</b>	<b>Die Verhandlungen mit der Bavaria Filmkunst AG</b>	<b>134</b>
<b>6.1.5</b>	<b>Reaktionen auf die Übernahme der Bavaria Filmkunst</b>	<b>137</b>
<b>6.1.6</b>	<b>Rechtliche Herausforderungen der Gründung der Bavaria Atelier GmbH</b>	<b>140</b>
<b>6.1.7</b>	<b>Die weitere Tätigkeit der Bavaria Filmkunst AG</b>	<b>143</b>
<b>6.2</b>	<b>Die Neuorganisation der Bavaria Atelier GmbH</b>	<b>145</b>
<b>6.2.1</b>	<b>Der Aufbau der Fernsehproduktion</b>	<b>146</b>
<b>6.2.2</b>	<b>Die Entwicklung der Beteiligungen an der Bavaria Atelier GmbH</b>	<b>150</b>
<b>6.2.3</b>	<b>Die Zusammenarbeit der Bavaria mit den Gesellschaftersendern</b>	<b>155</b>
<b>6.2.4</b>	<b>Erste Konflikte mit den Gesellschaftersendern</b>	<b>161</b>
<b>6.3</b>	<b>Die Produktionstätigkeit der Bavaria Atelier 1959–1969</b>	<b>165</b>
<b>6.3.1</b>	<b>Produktionstätigkeit für die Sendeanstalten</b>	<b>165</b>
<b>6.3.2</b>	<b>Umfang der Fernsehproduktionsaktivitäten der Bavaria Atelier</b>	<b>169</b>
<b>6.4</b>	<b>Spielfilmproduktionen in den Studios der Bavaria Atelier GmbH</b>	<b>175</b>
<b>6.4.1</b>	<b>Dienstleistungsproduktionen der Bavaria Atelier im Spielfilmreich</b>	<b>176</b>
<b>6.4.2</b>	<b>Helmut Jedeles persönliches Engagement in der Kino-koproduktion und die Übernahme der Maran Film</b>	<b>178</b>
<b>6.5</b>	<b>Die Auslandsabteilung der Bavaria Atelier</b>	<b>182</b>
<b>6.6</b>	<b>Aufbau der Infrastruktur und Technik für die Fernsehproduktion</b>	<b>186</b>
<b>6.7</b>	<b>Die betriebswirtschaftliche Analyse der Bavaria Atelier GmbH 1959–1969</b>	<b>191</b>
<b>6.7.1</b>	<b>Die Fernsehproduktion</b>	<b>196</b>
<b>6.7.2</b>	<b>Das Dienstleistungsgeschäft</b>	<b>208</b>
<b>6.7.3</b>	<b>Personalentwicklung der Bavaria Atelier</b>	<b>217</b>
<b>6.7.4</b>	<b>Fazit der betriebswirtschaftlichen Analyse der Bavaria Atelier in den Jahren 1959–1969</b>	<b>218</b>

<b>7 1969–1979: Von der Krise zum Weltkino – das zweite Jahrzehnt der Bavaria Atelier</b>	<b>220</b>
7.1 Veränderungen im Film- und Fernsehmarkt Anfang der 70er-Jahre	220
7.1.1 Marktsättigung im Bereich Fernsehproduktion	221
7.1.2 Neue technologische Entwicklungen im audiovisuellen Bereich	223
7.1.3 Verstärkte Potenziale im Bereich der internationalen Koproduktion im Kinobereich	225
7.2 Besondere Herausforderungen der Bavaria Atelier als Tochterunternehmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten	228
7.3 Reaktion der Bavaria Atelier auf die unternehmerischen Herausforderungen der 70er-Jahre	230
7.4 Die Pläne der Bavaria zum Einstieg in den audiovisuellen Markt	232
7.5 Die Pläne der Bavaria zum Zusammenschluss Studio Hamburg	238
7.6 Bemühungen zur Verstärkung der Koproduktion	243
7.7 Eskalierende Konflikte zwischen der Bavaria Atelier und ihren Gesellschaftern – ein neuer Konsortialvertrag	245
7.8 Ansätze zur regionalen Expansion – geplante Übernahme der Rhewes Film	250
7.9 Technische und wirtschaftliche Schwierigkeiten im Kopierwerk der Bavaria	252
7.10 Die Fernsehproduktion der Bavaria Atelier in den 70er-Jahren	258
7.10.1 Veränderungen im Bereich fiktionale Fernsehproduktionen	259
7.10.2 Nonfiktionale Fernsehproduktionen in den 70er-Jahren	268
7.11 Hollywood zu Gast in Bayern – vom Produktionsdienstleister zum internationalen Spielfilmproduzenten	270
7.11.1 Ein Oscar für die Bavaria – die Produktion CABARET von Bob Fosse	270
7.11.2 Koproduktionen mit Abschreibungsgesellschaften	272

7.11.3	Abschreibungsproduktionen im Dienstleistungsbereich	288
7.11.4	Die Produktion <i>Das Boot</i> der Bavaria Atelier Gesellschaft	290
7.12	Die betriebswirtschaftliche Analyse der Bavaria Atelier 1969–1979	304
7.12.1	Die Fernsehproduktion	312
7.12.2	Das Dienstleistungsgeschäft	321
7.12.3	Entwicklung der Personalstruktur	333
7.12.4	Fazit der betriebswirtschaftlichen Analyse der Bavaria Atelier in den Jahren 1969–1979	335
<b>8</b>	<b>1979–1994: Die Bavaria auf dem Weg zum diversifizierten Medienkonzern</b>	<b>337</b>
8.1	Die neue Kinostrategie	339
8.1.1	Hintergrund: Die »Blockbuster«-Ära und die Veränderungen im Kinomarkt international und in Deutschland	340
8.1.2	Die Produktion <i>DIE UNENDLICHE GESCHICHTE</i>	343
8.1.3	Weitere internationale Kinoproduktionen in den 80er-Jahren	350
8.1.4	Kinoproduktionen für den deutschen Markt	352
8.2	Die Fernsehproduktion der Bavaria in den 80er-Jahren	363
8.2.1	Externe Herausforderungen im Bereich Fernsehproduktion	363
8.2.2	Die fiktionale Fernsehproduktion der Bavaria	370
8.2.3	Nonfiktionale Fernsehprogramme bei der Bavaria in den 80er-Jahren	385
8.3	Interne unternehmerische Herausforderungen der Bavaria Atelier	390
8.3.1	Veräußerung des »Waldgrundstücks« der Bavaria Atelier GmbH	392
8.3.2	Der Freistaat Bayern beteiligt sich an der Bavaria	395
8.3.3	Der WDR entzieht der Bavaria den Auslandsvertrieb	406
8.4	Die Diversifikation der Bavaria in den 80er-Jahren	408
8.4.1	Die Bavaria FilmTour	409
8.4.2	Die Gründung der Bavaria Sonor GmbH	412
8.4.3	Die Gründung der EuroVideo Bildprogramm GmbH	414
8.4.4	Einstieg in die Videokopierung	421

8.4.5	Gründung des Geschäftsbereichs Bavaria Video	424
8.4.6	Der Kopierwerkszusammenschluss mit den Geyer-Werken	428
8.4.7	Die »Marke« Rolf Zehetbauer und das Bavaria Design Center	431
8.4.8	Die Expansion der Bavaria nach Nordrhein-Westfalen	435
8.4.9	Der Filmpark Bottrop-Kirchhellen	440
8.5	Die betriebswirtschaftliche Analyse der Bavaria Atelier 1980–1994	446
8.5.1	Der Geschäftsbereich Produktion	457
8.5.2	Das Dienstleistungsgeschäft	473
8.5.3	Die Auswertung	478
8.5.4	Die Nebenaktivitäten	486
8.5.5	Entwicklung der Personalstruktur	490
8.5.6	Fazit der betriebswirtschaftlichen Analyse der Bavaria Atelier / Film 1980–1993	493
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung und abschließende Betrachtung</b>	<b>495</b>
9.1	Untersuchungsperspektive	495
9.2	Quellsituation	496
9.3	Methodik	497
9.4	Überblick: 1945–1956: Die Treuhandphase und die Reprivatisierung der Bavaria Filmkunst GmbH	498
9.5	Überblick: 1956–1959: Die reprivatisierte Bavaria Filmkunst AG	501
9.6	Überblick: 1959–1969: Die Bavaria Atelier als Produktionsarm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	502
9.7	Überblick: 1969–1979: Von der Krise zum Weltkino – Das zweite Jahrzehnt der Bavaria Atelier	505
9.8	Überblick: 1979–1994: Die Bavaria auf dem Weg zum diversifizierten Medienkonzern	507
9.9	Gesamtfazit der Entwicklung der Bavaria Film im Untersuchungszeitraum	514
<b>10</b>	<b>Dank</b>	<b>518</b>
<b>11</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>520</b>
<b>12</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>547</b>