



# Wollt Ihr das totale Kino?

\_ von Marita und Gernot Waage

**Die Digitalisierung des Filmvertriebs ermöglicht eine umfassende Steuerung von Lichtspielhäusern durch das hegemoniale Hollywood. Europäische Eigenproduktionen werden dadurch erschwert, die Vielfalt bleibt auf der Strecke.**

Hollywood ist überall: Der Welt droht eine kaum mehr überschaubare Überschwemmung mit pseudo-kultureller Billigeinheitsware hauptsächlich aus den USA. Wie strategisch diese Planungen sind, zeigen die Ausführungen von Zbigniew Brzezinski, Berater US-amerikanischer Präsidenten von Jimmy Carter bis Barack Obama, von Mitte der 1990er Jahre: «Die kulturelle Komponente der Weltmacht USA ist bisweilen unterschätzt worden. Doch was immer man von ihren

ästhetischen Qualitäten halten mag – Amerikas Massenkultur besitzt, besonders für die Jugendlichen in aller Welt, eine geradezu magnetische Anziehungskraft. Ihre Attraktion mag von dem hedonistischen Lebensstil herrühren, den sie entwirft; ihr weltweit großer Anklang ist jedenfalls unbestritten. Amerikanische Fernsehprogramme und Filme decken etwa drei Viertel des Weltmarktes ab. Die amerikanische Popmusik ist ein ebenso beherrschendes Phänomen, während Amerikas Marotten, Essgewohnheiten, ja sogar seine Mode zunehmend imitiert werden.»

Auch Europa ist eine Kulturkolonie Hollywoods: Die US-amerikanische Filmindustrie ist mit 50 Prozent wichtigster Lieferant für das europäische Fernsehen und mit 60 Prozent für das Kino. Schon 1992 stamm-

*Marketing made in Hollywood.  
Foto: Disney*



en 83 Prozent der Kinoeinnahmen in Deutschland aus Blockbustern made in Hollywood. Und in Zeiten von Multimedia bleiben die Bilder und Botschaften es Unterhaltungskinos nicht auf der Leinwand. Die inopremiere wird von Videos, DVDs und TV-Austrahlungen flankiert. Action wird in Computerspiele mgesetzt. Die Musik-CD und das Buch zum Film sind bligat.

### ie digitale Erpressung

Ein Transmissionsriemen für die Amerikanisierung der deutschen Kinolandschaft ist die Filmföreranstalt (FFA). Als Anstalt des öffentlichen Rechts ann sie «von Filmtheaterbetreibern und Videoprogrammanbietern eine Filmabgabe» erheben, um damit «Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films nd zur Verbesserung der Struktur der deutschen ilmwirtschaft» durchzuführen. Deutscher Film? eutsche Filmwirtschaft? Mit ihren Gebühreneinahmen fördert die FAA die digitale Umrüstung der ichtspielhäuser, die vorzugsweise amerikanischen

Produktionen zu Gute kommen. «Der Wandel vom klassischen, analogen Kino mit großen Filmspulen und dem Surren der Projektoren zum digitalen High-Tech-Vorführrort hat bereits begonnen. Es stellt sich letztlich nicht mehr die Frage "ob" oder "wann", sondern "wie" das digitale Kino stattfinden wird», freut sich die FAA. Die Zauberformel lautet «Digital Cinema Initiatives» oder kurz DCI. «DCI-konformes Kino impliziert, dass der DCI-Systemspezifikation entsprochen wird und die Geräte den DCI Compliance Test Plan (...) bestehen, um Hollywood-Produktionen im Kino präsentieren zu können,» schreibt das mit der technischen Umsetzung befasste Fraunhofer-Institut. Die FFA nennt die Profiteure dieser Umrüstung ganz offen: «[Die DCI] ist ein Zusammenschluss der großen Hollywood-Majors: Disney, Fox, MGM, Paramount, Sony Pictures, Universal und Warner Bros. Studios, die sich (...) zu einem gemeinsamen technischen Standard bekennen.» Tatsächlich wurde dieser zwecks Marktbeherrschung willkürlich festgelegt!

Man köderte Kinobesitzer auch damit, dass bei der Umstellung auf Digitalisierung die Kopierkosten für die Filmrollen wegfallen sowie eine viel höhere Bildauflösung erreichbar ist. Allerdings hat das menschliche Auge ohnedies nur eine beschränkte Auflösungsfähigkeit, und speziell 3-D ist für Auge und Gehirn nicht unproblematisch. Vor allem aber wird der Einbahnstraßencharakter der neuen Technologie zu wenig berücksichtigt: Bei der traditionellen Projektion über Filmrollen konnten die Filme aufgrund des weltweit gültigen Projektorenstandards für 16 beziehungsweise 35 Millimeter international verbreitet, ausgetauscht und abgespielt werden. Wer die Filmspulen zur Verfügung hatte, konnte loslegen, das gab den Kinobesitzern eine gewisse Autonomie. Das neue digitale System ähnelt dagegen dem «video on demand», wie es heute schon speziell amerikanische Hotelketten eingerichtet haben. Hier entscheidet der Besitzer der technischen Vertriebswege beziehungsweise der digitalen Schlüssel, was überhaupt an Angebot eingespeist wird, und der Kunde – in diesem Fall der Kinobesitzer – ist in einer «Friss-oder-stirb»-Situation.

Die Digitalisierung bietet den Herren von Hollywood ein erhebliches Druckpotential, da deren DCI-Filmangebote ab einem bestimmten Zeitpunkt nur noch über Satellit übermittelt werden könnten beziehungsweise über US-Codes geschützt werden. Mit anderen Worten: Sollten in Deutschland Verleiher, Kinobesitzer oder Politik sich beispielsweise gegen gewisse demokratiefeindliche, gewalt- oder kriegsverherrlichende Filme verwahren, könnte gewissermaßen ein Knopfdruck genügen und die Kinoleinwände blieben für Produkte aus den USA (oder für auf Basis von US-Formaten oder US-Codes aufbereitete Filme) dunkel.

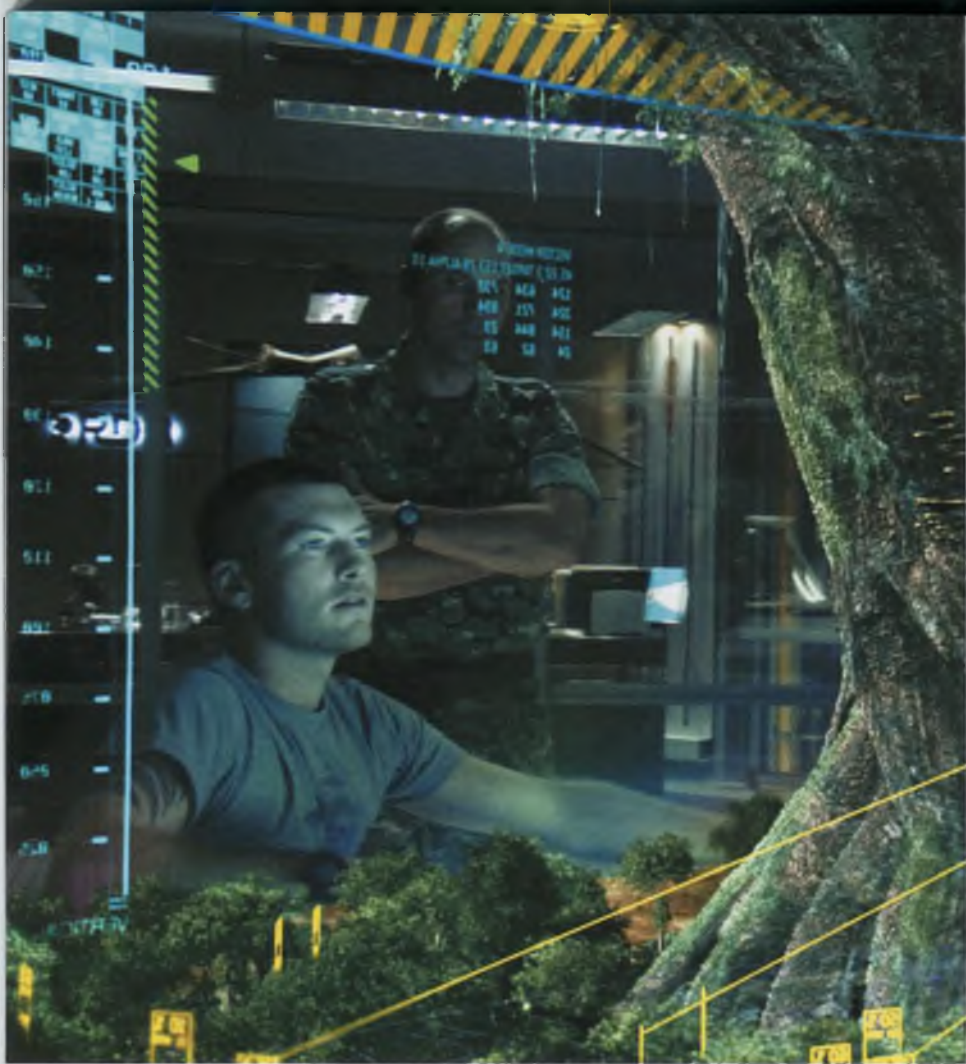
Schon 1992 stammten 83 Prozent der Kinoeinnahmen in Deutschland aus Blockbustern made in Hollywood.

### Militainment

Durch äußerst cleveres Marketing sorgte und sorgt eine Allianz von Unterhaltungsindustrie, Politik und Militär dafür, dass das Konzept der sogenannten humanitären Intervention als kriegsfreundliches Kulturdiktat bei Medienkonsumenten geradezu den Status der Normalität erlangt hat oder zumindest auf keinen nennenswerten Widerstand stößt. Große Kinoproduktionen wie *Armageddon*, *Mission Impossible* oder *Pearl Harbour* sowie (auch damit verbundene) militärbezogene Computerspiele arbeiten dem sogenannten Antiterror-Krieg der USA zu. «Durch die weltweite Verbreitung des American way of life entsteht ein idealer Rahmen für die Ausübung der indirekten und scheinbar konsensbestimmten Hegemonie der USA,» schreibt US-Präsidentenberater Zbigniew Brzezinski. Der massenkulturelle Militarismus erstreckt sich dabei auf alle Filmgenres, gibt sich harmlos und nutzt die Faszination, die von neuen Technologien ausgeht (Beispiel *Avatar*). Da er allgemeine Verbreitung gefunden hat, nimmt man ihn in der Regel gar nicht mehr als etwas Ungewöhnliches wahr. Der Macher von *Armageddon*, Philip Nemy, warb seinerzeit beim Pentagon für die Unterstützung seines Filmes, in dem «das Können, die Führungsstärke und der Heroismus des amerikanischen Militärs verdeutlicht» werden solle.



Foto: Touchstone Pictures



James Cameron's Avatar.  
Foto: 20th Century Fox

«Diese überwältigende Kontrolle menschlicher Kommunikation ist beispiellos in der Geschichte.»  
Jeremy Rifkin

Marita und Gernot Waage leben in der Nähe von Köln und beschäftigen sich beruflich mit der Entwicklung von Massenkultur und Filmgeschäft.

Durch Kettenbildung und Absteckung der Claims werden bereits Monopolnischen geschaffen, die keine deutschen Verleiher und auch keine Kommunalen Kinos in den Städten oder in der Fläche mehr brauchen. Und schon gar keine Entscheidungsfreiheit des Kinobesitzers mehr – er muss abnehmen, ob er will oder nicht.

Der Ökonomiekritiker Jeremy Rifkin bilanziert: «AOL Time Warner, Disney, Viacom und Sony Corporation sind nicht nur Medienkonzerne, sie sind die globalen Kontrolleure des Zugangs zum gesamten Spektrum kultureller Erfahrungen, des Tourismus, der Themenparks und Unterhaltungszentren, des Gesundheitsgeschäfts, von Mode und Cuisine, Sport und Spielen, von Musik, Film und Fernsehen, von Buchverlagen und Zeitschriften (...). Dadurch, dass sie die Kommunikationskanäle kontrollieren, und dadurch, dass sie die Inhalte formen, die gefilmt, gesendet oder ins Internet platziert werden, gestalten sie die Erfahrungen von Menschen überall auf der Welt. Diese Art der überwältigenden Kontrolle menschlicher Kommunikation ist beispiellos in der Geschichte.»

Die nächsten Etappen bei der Kontrolle des Massenbewusstseins sind schon absehbar: «Urban Entertainment Center» (Städtisches Unterhaltungszentrum – UEC) heißt das aus den USA kommende Konzept für Menschen, die daran gewöhnt sind, rund um die Uhr animiert zu werden. Theoretisch ist in einem UEC alles enthalten, was der homo americanus braucht: Man kann hier arbeiten, sich erholen, sich amüsieren

und sogar «Natur erleben». Nur dass dies alles in einer irrealen Welt stattfindet, die die Realität nur zu simulieren versucht... Statt aufs Land oder zu Sehenswürdigkeiten fährt man dann eher in ein UEC. Problematisch dabei ist, dass Kinder, die in dieser realen Irrealität aufwachsen, den wahren Bezug zur gewachsenen Umwelt verlieren. Ankermieter sind meistens Sport-Arenen (in den USA), Multiplex-Kinos, Großraumdiskotheken, Musicals, Spielcasinos, Hotels und Shops. Kommerz ist alles.

Auch Unterhaltungs-Städte, die einzelnen Firmen gehören, sind bereits gebaut. In Kalifornien wurde 1994 «Celebration – Musterstadt der Disney World» realisiert. Sie sollte 20.000 handverlesenen Bewohnern ein Zuhause bieten – «proper, clean und ohne soziale Probleme (...), ein Prototyp für das kommende Jahrtausend», schwärmte Disney-Chef Michael Eisner. Aktuell sind es 7.400 Einwohner. Ein älterer Bewohner wird mit den Worten zitiert: «Einen Stadtrat und einen Bürgermeister brauchen wir nicht, die Gesellschaft hat bisher alles bestens geregelt; dieses Gezänk von Leuten, die sonst nichts weiter zu tun haben, interessiert uns nicht.»

### Ein Ausweg

Wer sich als Kinobetreiber gegen die Digitalisierung sperrt, noch immer keine elektronische Ticketierung mit Direktabrechnung hat und mit Liebhaberfilmen nur wenige Zuschauer anzieht, für den bleibt am Ende nicht mehr viel Geld übrig. Zusätzlich versüßt die FFA den Übergang zu dem neuen System mit Zuschüssen. Gibt es also gar keine Alternative zur flächendeckenden Digitalisierung der Lichtspielhäuser?

Einen Lichtblick vor allem für Kinos, die die FFA-Kriterien nicht erfüllen und keine Förderung erhalten, gibt es allerdings: Ein Team der Cinemathek Leipzig entwickelte «eine neue Lösung für die Digitalisierung kleiner und finanziell schwach ausgestatteter Kinos» – das sogenannte A-Cinema-System. «A-Cinema», das «Alles-Kino», soll Kinomachern in Deutschland Unabhängigkeit, Zukunftsfähigkeit beziehungsweise Erweiterbarkeit sowie günstige Finanzierungsmöglichkeiten bieten. Die A-Cinema-Lösung kann mit Hilfe des EasyDCP-Players des Fraunhofer-Instituts codierte Filmpakete jedweder Herkunft abspielen, man ist dann nicht mehr an das amerikanische System gebunden. So könnten bei uns Kinobetreiber weiterhin selbst entscheiden, welche Angebote in ihrem Programm laufen und sich einen offenen, uneingeschränkten Zugang zu Filmprojektionen erhalten. Würde sich darüber hinaus langfristig ein europäischer Digitalisierungsstandard mit vereinfachtem Zugang durchsetzen und müssten Produktionen künftig darüber abgewickelt werden, könnten US-amerikanische hegemoniale Erpressungsstrategien endlich durchbrochen werden. ■