

Sebastian Markt

Weltwahrnehmungsmaschine Kino

Der Disneyfilm *Mulan* ist monumentales Eventkino, erscheint aber fast überall nur als Stream. Das kann man schlimm finden, fördert vielleicht aber auch Innovationen.

Es gehört zu den Grundzügen der Krise, dass sie oft weniger neue Probleme schafft als existierende verschärft. Angesichts von autoritären Modellen politischer Krisenreaktion, von nach jahrelanger Sparpolitik überforderten Gesundheitssystemen, von Arbeitslosigkeit und nicht zuletzt der stärksten anti-rassistischen Bewegung der vergangenen Jahrzehnte ist die Frage nach der Zukunft des Kinos sicher nicht die drängendste. Und dennoch: Das Kino ist nicht nur ein ökonomisch relevanter Faktor. Es ist auch eine der prägenden Kulturformen des 20. und 21. Jahrhunderts. Da kann man schon mal fragen, was nach dieser historischen Krise aus der Filmkunst und unseren Sehgewohnheiten wohl werden wird.

Tatsächlich ist seit der notgedrungenen Schließung (und immer noch weitgehenden Einschränkung) des Kinobetriebs vieles in Bewegung gekommen. Filme, die ursprünglich für eine Kinoauswertung gedacht waren, werden auf Streamingdiensten veröffentlicht. Da stellt sich rasch die Frage, ob und wie die Verwerfungen, die den unmittelbaren Umständen geschuldet sind, zu dauerhafteren Veränderungen der Branche führen werden.

Kämpfen an Vaters statt

Anfang September startete Disneys *Mulan* auf dem noch jungen hauseigenen Streamingdienst Disney+, ein weiterer Fall eines Films, der jetzt direkt in den Wohnzimmern landet. Dabei ist sehr offensichtlich, dass das von der neuseeländischen Regisseurin Niki Caro inszenierte *Mulan*-Abenteuer als großes Eventkino inszeniert wurde. Es ist ein Remake des Disney-Animationsfilms von 1998, das man allerdings genauso gut als Neuverfilmung der zugrunde liegenden chinesischen Legende verstehen könnte: Die junge *Mulan* verkleidet sich als Mann, um anstelle ihres alternden Vaters in den Krieg zu ziehen.

Der neue Film knüpft an die Tradition der Wuxia-Filme an, die im Westen vor allem dank Ang Lees Hollywood-Koproduktion *Tiger and Dragon* aus dem Jahr 2000 bekannt wurden. *Mulan* erzählt mit atemberaubenden Martial-Arts-Choreografien in detailverliebten Kulissen und gewaltigen Landschaftspanoramen die Geschichte der jungen Frau, die sich mit dem Platz, den ihr die Welt und ihre Traditionen zugedacht haben, nicht zufriedengeben mag und sich durch ein Geflecht aus Verbundenheit zu Land, Familie und einer eigenen Wahrheit ihren Weg sucht. *Mulan* ist alles andere als zurückhaltendes Kino, es ist melodramatisch und visuell spektakulär. Mit einem geschätzten Produktionsbudget von etwa 200 Mio. Dollar ist der Film neben der mittlerweile auf das Frühjahr verschobenen *Black Widow* aus dem Marvel-Universum eine der wichtigsten Disneyproduktionen der aktuellen Saison.

Einen Meilenstein in der Filmgeschichte markiert *Mulan* auch in anderer Hinsicht: Es ist die erste große Disneyproduktion, die ohne weiße Stars auskommt. Mit Yifei Liu, Li Gong, Jet Li und Donnie Yen versammelt der Film viele Superstars aus China und Hongkong. Das darf man nicht nur als eine Reaktion werten auf die in den vergangenen Jahren lauter gewordene Kritik an verschiedenen Formen kultureller Aneignung, vom Whitewashing, dem Anpassen von Figuren an kulturell weiß geprägte Vorstellungen und dem Besetzen von nicht weißen Figuren durch weiße Schauspielerinnen und Schauspieler.

Zwar wurde auf kulturelle Präzision viel Wert gelegt, ein breiter Stab von Expertinnen und Experten – unter ihnen Bill Kong, einer der Produzenten von *Tiger and Dragon* – beriet die Produktion in Fragen von Akzenten, Kampftechniken und historischer Architektur. Doch vor allem ist China nach den Vereinigten Staaten der größte Kinomarkt. Um dort Fuß zu fassen, musste Disney von seinem üblichen Märkteöffner, ei-



nem Fernsehkanal, absehen. Gleichzeitig kontrolliert die chinesische Regierung den Markt für ausländische Produktionen streng. Für gewöhnlich erhalten nur eine Handvoll US-amerikanischer Blockbuster pro Jahr die Lizenz, in chinesischen Kinosälen gezeigt zu werden. Disneys Erwartungen an *Mulan* können also kaum hoch genug eingeschätzt werden, was sich nun auch daran zeigt, dass China die große Ausnahme in der Distributionsstrategie von Disney bleibt: Für *Mulan* ist in China weiterhin ein Kinostart geplant.

Für den Rest der Welt hat das Unternehmen festgelegt, dass den Film sehen kann, wer zum einen ein Abonnement für den Streamingdienst hat (in Deutschland kostet es 6,99 Euro pro Monat) und zusätzlich 21,99 Euro bezahlt. Disney nennt es „VIP-Zugang“. Damit kann man den Film so oft ansehen, wie man möchte, aber freilich nur, solange das Abo auch besteht – eine völlig neue Kombination also aus Abonnement- und Pay-per-View-Modell. Das Kalkül dahinter ist sicherlich komplex. Zum einen sollen mit dem Modell die ökonomischen Verluste der entgangenen Kinoauswertung aufgefangen werden und zum anderen sollen durch exklusive Releases mehr Abonnentinnen und Abonnenten für den Streamingkanal gewonnen werden.

Man kann sicher sein, dass die Branche Disneys Vorgehen und die Wirkung aufmerksam beobachtet. Die im September veröffentlichte *Bewegtbildstudie 2020*, von der Gesellschaft für Konsumforschung im Auftrag von „TV Spielfilm“ erarbeitet, belegt einen wachsenden Marktanteil von Streamingdiensten gegenüber dem Fernsehen. Dieses Wachstum fällt weniger rasant aus, als manche Diskussionen es vermuten ließen. Dennoch geben immerhin 54 % der deutschen Bevölkerung an, regelmäßig Streamingdienste zu nutzen.

Eine Verflachung zu purer Gegenwärtigkeit

Das Neue hat eine verführerische Kraft und der Gedanke, dass das Kino eine nicht mehr zeitgemäße Form ist, der Vergangenheit angehört und in der Gegenwart bestenfalls als sorgsam musealisierte Randphänomen eine unter Schutz gestellte Zukunft hat, mag auf den ersten (sehr europäischen) Blick naheliegen. Er greift jedoch nicht nur zu kurz, der schlichte Gegensatz von Stream und physischem Kino ignoriert vor allem auch die Komplexität einer Kultur, deren Geschichte sich immer im Spannungsfeld aus Kunst, Technik und Wirtschaft vollzogen hat.

Technologische Entwicklungen und sich wandelnde ökonomische Bedingungen fordern das Kino heraus – immer schon – und zeitigen Veränderungen, die auch tief in die äs-

thetischen Dimensionen der Bewegtbildproduktion spürbar werden. So führte die Verbreitung des Fernsehens als Massenmedium durch das Abwandern kostengünstiger kleinerer Produktionen zum Ende der großen Ära der B-Movies, zum Ende der Wochenschauen und zu einer Welle von aufwendig produzierten Leinwandspektakeln, Breitwandformaten und neuen Experimenten mit 3-D-Technologien. Die Entwicklung von kleinem, mobilem Equipment wie 16-mm-Kameras um die Mitte des vergangenen Jahrhunderts und digitaler Techniken gegen Ende des vergangenen Jahrhunderts hatten einen kaum zu überschätzenden Einfluss auf das dokumentarische Filmemachen, auf unabhängige Produktionen und auf die ästhetische Avantgarde – mit Auswirkungen, die wiederum tief in den Mainstream zurückreichen.

Konkurrent Netflix

Und auch wenn die Diskussion im Moment um die Konkurrenz zwischen Kino und Streamingangeboten kreist, gingen ihr andere Auseinandersetzungen voraus. In den USA ging Disney+ im November 2019 online. Große Teile Europas folgten im März dieses Jahres, mittlerweile auch Japan und Indien. Der Start in Lateinamerika ist angekündigt. In Konkurrenz trat Disney damit aber nicht nur zum Kino, sondern vor allem auch zu Netflix, dem paradigmatischen Riesen der Branche. Netflix wiederum wurde Ende der Neunzigerjahre als Verleih-service für das damals junge Medium DVD gegründet. Die Gegenspieler waren nicht etwa Kinos, sondern Videotheken, allen voran die amerikanische Kette Blockbuster Video. Blockbuster ging 2010 bankrott, Videotheken sind heute aus dem Straßenbild der Innenstädte de facto verschwunden. Nur einige wenige Enthusiasten wie etwa das Berliner Videodrom trotzen noch dem Ende. Als Netflix begann, eigene, exklusive Inhalte anzubieten, waren es wiederum die amerikanischen Kabelfernsehsender, die davon unter Zugzwang gerieten und mit der Gründung eigener Streamingdienste reagierten.

Im Oktober vergangenen Jahres veröffentlichte der amerikanische Kritiker Matt Zoller Seitz im „New York Magazine“ eine ausführliche Reportage über den Produktionsriesen Disney. Ihren Ausgang nimmt sie an der Erfahrung zahlreicher kleinerer, kommerzieller Kinos, dass es schwierig bis unmöglich geworden ist, ältere Fox-Produktionen für Repertoire-Aufführungen zu buchen. Die Ursache sieht der Kritiker in der jüngst erfolgten Übernahme der Fox-Studios durch Disney, die neben vielem anderen eben auch das filmische Erbe des Studios umfasst. Zoller Seitz deutet die Übernahme weniger als den Versuch Disneys, mehr Kunden in Richtung des eigenen

Streamingdienstes zu lotsen, der genau diese Filme im Angebot haben sollte, als vielmehr ein Bemühen, den eigenen neuen Großproduktionen ein Maximum an Leinwänden und ein Minimum an Konkurrenz zu garantieren.

Zoller Seitz ist einer der scharfsinnigsten und umtriebigsten Fernsehkritiker der USA und dabei einer jener, die darauf insistieren, die Leuchttürme des „Goldenen Zeitalters“ der Fernsehserie (er hat u. a. Bücher zu den *Sopranos* und *Mad Men* veröffentlicht) nicht etwa als eine andere Art des Kinos zu begreifen, sondern als genuin eigenes Medium. Seine Begeisterungsfähigkeit für das Format steht zu seinem Kinoenthusiasmus in keinem Widerspruch. Als etwa Alex Garland's Science-Fiction-Film *Annihilation* nach angeblich nicht zufriedenstellenden Testscreenings und daran anschließenden Auseinandersetzungen zwischen Finanziers auf der einen, Regisseur und Produzent auf der anderen Seite einen verhältnismäßig kleinen US-Start hatte und zwei Wochen danach international ohne Kinoauswertung direkt zu Netflix ging, wurde Zoller Seitz nicht müde, dafür zu streiten, dass der Film ins Kino gehöre, weil er ihn nicht nur für ästhetisch originell, sondern auch für vielschichtig und emotional tief befand. Denn das Kino ist eben nicht nur eine technisch mediale Anordnung, sondern auch ein sozialer Ort.

Die Reportage wirft auch ein Schlaglicht auf das Verschwinden eines (durchaus speziellen) Teils der Filmgeschichte aus dem Kino – eine Verflachung zu purer Gegenwartigkeit. Abgesehen vom Wegfallen der Möglichkeit, bestimmte Filme außerhalb von Cinematheken noch auf der Leinwand zu erleben, trifft der damit verbundene Einbruch von Einkünften gerade oft jene Kinos in den USA, die wichtige Aufführungsorte für kleinere und unabhängige (und weniger profitable) Filme sind. Eine scheinbare Verknappung von Kinokultur ist demnach nicht bloß das Resultat von unausweichlichen Veränderungen in Technologie und Publikumsgeschmack, sondern unterliegt sehr viel komplexeren und alles andere als zwangsläufigen Bedingungen. Kurz: Die Verflechtungen innerhalb dessen, was man Kinokultur nennen kann, sind kompliziert.

Darüber hinaus suggeriert die unmittelbare Verfügbarkeit von Inhalten im Internet eine Archivfunktion, die trügerisch ist. Nicht nur, dass die netzbasierte Konkurrenz vor allem mit Neuheiten wirbt, die Lizenzmodelle sehen oft sehr beschränkte Laufzeiten vor. Unser filmhistorisches Gedächtnis stützt sich mehr und mehr auf Bilder, die von bestürzend kurzer Dauer sind und im Vergleich zum Angebot selbst durchschnittlicher Videotheken bescheiden ausfallen. Selbst an den cinephilen Rändern stellen sich Fragen über die spezifischen For-

men filmischer Gedächtnisse. So sorgte etwa in den USA jüngst eine Recherche der „New York Times“ zu den Veröffentlichungen der Criterion Collection für Diskussionen. Die Criterion Collection ist ein wegweisendes und für seine aufwendigen Editionen von Filmklassikern zu Recht hochgeschätztes DVD- und Blu-Ray-Label, das seit einiger Zeit auch einen eigenen Streamingdienst betreibt. Die „New York Times“ fand unter den bisher 1.034 aufgelegten Editionen nur neun Filme von insgesamt acht schwarzen Regisseuren, darunter einer Frau, woran sich eine Debatte um die Repräsentation von insbesondere schwarzen US-amerikanischen Stimmen der Filmgeschichte anschloss.

Die Frage der Zukunft des Kinos, die auch eine der Sichtbarkeit seiner Geschichte ist, wird sich nicht allein an einer technologischen Wegmarke entscheiden. Kino im emphatischen Sinn ist eine spezifische Art des Bezugs zur Welt. Dazu gehört zuallererst die grundlegende Erfahrung, in einer flüchtigen Gesellschaft von Vertrauten und Fremden mit neuen, anderen Blicken auf die Welt vertraut werden zu können und darüber in Austausch zu kommen. Ein Kino ist ohne diese Erfahrung und die dazugehörigen Räume kaum denkbar. Wie relevant das Kino bleibt, wie viel uns diese Weltwahrnehmungsmaschine zu sagen haben wird, ist eine Frage, die sich eben auch an Produktionsbedingungen und Machtverhältnissen entscheidet – in den größeren Maßstäben der Unterhaltungsökonomie und in den kleineren: wem die Möglichkeiten zugestanden werden, durch das Kino zu sprechen.

Dieser Text erschien erstmalig am 4. September 2020 auf zeit.de.



Sebastian Markt arbeitet als freier Filmkritiker und Festivalprogrammer (Berlinale Generation, Dokfilmwoche Berlin).