

Joseph Garncarz

Ben Urwand: Der Pakt: Hollywoods Geschäfte mit Hitler

2017

<https://doi.org/10.17192/ep2017.3.7553>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Garncarz, Joseph: Ben Urwand: Der Pakt: Hollywoods Geschäfte mit Hitler. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 34 (2017), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2017.3.7553>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Ben Urwand: Der Pakt: Hollywoods Geschäfte mit Hitler

Darmstadt: Konrad Theiss Verlag 2017, 320 S.,
ISBN 9783806233711, EUR 29,95

(Zugl. Dissertation im Fach Geschichte der University of California Berkeley, 2011)

Das sorgfältig recherchierte Buch von Ben Urwand, das jetzt erstmals in deutscher Sprache vorliegt, behandelt das Verhältnis Hollywoods zum NS-Regime der 1930er Jahre. Drei der am deutschen Markt tätigen US-Filmfirmen waren bereit, auf Forderungen der Nationalsozialisten einzugehen, die jüdische Bevölkerung ab 1933 zu diskriminieren, auszugrenzen und zu vertreiben. MGM, Paramount und 20th Century Fox entließen die jüdischen Mitarbeiter_innen ihrer deutschen Filialen und nahmen Filme aus dem deutschen Verleihprogramm, an denen Juden in maßgeblichen Funktionen beteiligt waren. Der Einfluss der NS-Regierung ging so weit, dass diese Firmen ganze Filmprojekte aufgaben – wie zum Beispiel *The Mad Dog of Europe* (1933), in dem es um die Verfolgung der Juden durch Hitler gehen sollte.

Das zentrale Machtinstrument, mit dem die Nationalsozialisten ihren Einfluss geltend gemacht haben, war die Kontingent-Verordnung, die noch in der Weimarer Republik in Kraft getreten war. Der Paragraph 15 besagt, dass das gesamte Filmangebot einer ausländischen Firma in Deutschland verboten werden konnte, wenn sie auch nur einen einzigen Film im Ausland vertreibt, der dem Ansehen Deutschlands schaden könne. So konnten die

Nationalsozialisten damit drohen, den US-Filmfirmen in Deutschland ihre gesamte Geschäftsgrundlage zu entziehen, wenn sie sich nicht kooperativ verhielten. Als erste Anti-Nazi-Filme entstanden, verbot das NS-Regime 1940 schließlich 20th Century Fox, MGM und zuletzt Paramount die Tätigkeit in Deutschland und den besetzten Gebieten.

Die Bereitschaft dieser drei US-Filmfirmen, dem politischen Druck nachzugeben, erstaunt Urwand, weil Studiochefs wie Louis B. Mayer (MGM) und Adolph Zukor (Paramount) selbst Juden waren, ist aber durchaus erklärbar. Da sie Teil der US-amerikanischen Mehrheitsgesellschaft werden wollten, setzten sie strikt auf kulturelle Anpassung, sodass ihre jüdische Herkunft für ihr Handeln keine erkennbare Rolle mehr spielte. Anders als Urwand unterstellt, teilten diese Haltung aber durchaus nicht alle Hollywoodfirmen. So spielte ihre jüdische Herkunft bei den Brüdern Warner durchaus eine Rolle; sie sahen die politischen Verhältnisse in Deutschland sehr kritisch.

Will man die Entscheidungen der im Deutschland der 1930er Jahre tätigen US-Filmfirmen besser verstehen, muss man sich mit gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Kon-

texten vertraut machen, die Urwand jedoch weitgehend ausblendet. Der Holocaust war noch nicht geplant. Die US-Politik setzte zudem strikt auf Neutralität und ergriff ähnliche Maßnahmen zur Bewältigung der Weltwirtschaftskrise wie NS-Deutschland. Nicht zuletzt war der deutsche und darüber hinaus der gesamte europäische Filmmarkt, den das NS-Regime im Zweiten Weltkrieg zunehmend kontrollierte, der wichtigste Exportmarkt für Hollywood, für den es sich marktwirtschaftlich gesehen durchaus lohnen konnte, Kompromisse zu machen.

Um Klarheit über einen historischen Ablauf zu gewinnen, ist es essentiell, das Geflecht der Handlungen und Entscheidungen aus der Perspektive der Zeitgenossen und nicht mit dem Wissen der Nachgeborenen zu analysieren, das die Zeitgenossen nicht hatten. Wer das Verhalten der Hollywoodfirmen der 1930er Jahre mit unserem Wissen um den Holocaust analysiert, unterstellt den Zeitgenossen ein Wissen, das sie nicht haben konnten. Aus jener „Zusammenarbeit“ (S.15), dem Begriff, den Urwand den Quellen entnommen hat, wird daher *The Collaboration: Hollywood's Pact with Hitler* (so der Originaltitel). Die deutsche Ausgabe titelt ebenso plakativ: *Der Pakt: Hollywoods Geschäfte mit Hitler*. Hitler hat jedoch *de facto* nie

einen Pakt mit Hollywood geschlossen, so wie er Pakte mit den Westmächten und der Sowjetunion geschlossen hat, die den Zweiten Weltkrieg für NS-Deutschland als möglich und gewinnbar erscheinen ließen. Wenn man die Rede von einem Pakt jedoch nicht wörtlich, sondern im übertragenen, mythologischen Sinn versteht, scheint Urwand zu unterstellen, Hollywood habe durch einen solchen Teufelspakt seine Ideale verraten. Seine plakative und provokative These hat dem Buch ein großes mediales Interesse nicht nur in den USA beschert. Die US-amerikanische mediale Präsenz umfasste große Tageszeitungen wie die *New York Times*, Publikumszeitschriften wie *Vanity Fair*, Fachzeitschriften wie *Film Quarterly* und Branchenzeitschriften wie *The Hollywood Reporter*. Mittlerweile ist das Buch zudem ins Portugiesische, Französische und jetzt auch ins Deutsche übersetzt worden. Ein solches Maß an medialer Aufmerksamkeit ist für eine Dissertation zu einem historischen Filmthema sehr ungewöhnlich. Eine plakative und provokative Interpretation historischer Ereignisse geht jedoch zulasten einer differenzierten historischen Analyse, die ihre Quellenfunde angemessen kontextualisiert.

Joseph Garncarz (Köln)