

Sabine Lenk

### **Stars der ersten Stunde. Eine Studie zur Frühzeit des Kinos**

1998

<https://doi.org/10.25969/mediarep/27>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Lenk, Sabine: Stars der ersten Stunde. Eine Studie zur Frühzeit des Kinos. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 7 (1998), Nr. 1, S. 11–32. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/27>.

#### **Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:**

[https://www.montage-av.de/pdf/1998\\_7\\_1\\_MontageAV/montage\\_AV\\_7\\_1\\_1998\\_11-32\\_Lenk\\_Stars\\_fruehes\\_Kino.pdf](https://www.montage-av.de/pdf/1998_7_1_MontageAV/montage_AV_7_1_1998_11-32_Lenk_Stars_fruehes_Kino.pdf)

#### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Sabine Lenk

## Stars der ersten Stunde

Eine Studie zur Frühzeit des Kinos

Auch wenn sein Gesamtwerk den meisten unbekannt ist, viele vielleicht nur *THE SHEIK* (1921) oder *THE FOUR HORSEMEN OF THE APOCALYPSE* (1921) gesehen haben, hat sein Name noch immer einen magischen Klang: Rudolfo Valentino. Schon in den zwanziger Jahren entspricht er dem Bild, das wir uns heute im allgemeinen von einem Star machen: talentiert und intelligent, gutaussehend, von athletischer Gestalt mit durchtrainiertem Körper, beim Publikum beliebt, von den Medien gefeiert und so machtvoll in Hollywood, daß selbst 'Pannen' im Privatleben seiner Karriere nicht schaden. Sein 'letzter Auftritt', bei dem gut 90.000 Menschen in zwei Tagen an seinem Leichnam vorbeizogen, bildet den Höhepunkt des Starwesens während der Stummfilmzeit. Zwei Jahre zuvor bei der Beerdigung der bedeutendsten Diva des Theaters Sarah Bernhardt waren es nur etwas über 30.000 gewesen.

Das Starsystem Hollywoods konnte, wie Richard DeCordova (1990) nachgewiesen hat, ohne entsprechendes Medienumfeld nicht entstehen. Dank der Zusammenarbeit von Produktionsgesellschaften und Presse entstanden Diskurse über den Schauspieler, die ihm, gesteuert von den Verantwortlichen im Interesse der Filmindustrie, eine von der Leinwand unabhängige Existenz verschafften. Da sich die ersten Filmfirmen erst ab 1909/10 bei Los Angeles niederließen, dürfte es vor diesem Datum keine Stars gegeben haben. Das behaupten zumindest die mittlerweile 'klassisch' zu nennenden Untersuchungen von Edgar Morin (1972, 99) oder Richard Dyer (1979, 9f) bzw. von Filmhistorikern wie Anthony Slide (1978, 1), Eileen Bowser (1994, 106) und DeCordova (1990, 1).

Wie die folgende Studie zeigen wird, schafften es jedoch vier europäische Künstler, vor 1910 auf (inter-) nationalem Niveau zu Popularität zu gelangen, obwohl die in den Untersuchungen als Voraussetzung für das Startum genannten außerkinematographischen Diskurse noch nicht existierten. Daraus wird ersichtlich, daß die Verbindung von "Star" und "Starsystem", wie wir sie heute kennen, nicht immer auf dieselbe Art und Weise bestand.

## Frühzeitkinematographie

Bei der Recherche zu diesem Beitrag stellte sich schnell heraus, daß die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg in bezug auf das Starphänomen nahezu eine *terra incognita* darstellt: Die meisten bisher dem Starsystem gewidmeten Werke behandeln die Frühzeit eher stiefmütterlich<sup>1</sup>, mit Ausnahme von Richard DeCordova. Seine Untersuchung über die strategische Vermarktung der Filmschauspieler setzt allerdings erst zu dem Zeitpunkt ein, als das Starsystem à la Hollywood bereits entsteht; dies rückt seine (zudem auf die Vereinigten Staaten beschränkten) Beobachtungen näher an die Bedingungen der zwanziger Jahre.<sup>2</sup> Während der ersten beiden Jahrzehnte der Kinematographie beherrschen jedoch nicht amerikanische, sondern französische Firmen den Weltmarkt. Ihre Produktion ist bis kurz vor dem Ersten Weltkrieg überall in der Welt wegweisend.<sup>3</sup> Aus Frankreich stammen auch die vier angesprochenen Künstler. Die Bedingungen ihrer (inter-)nationalen Popularität sollen im folgenden untersucht werden.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl. Dyer (1979, 9), Morin (1972, 17f). Oberflächliche Untersuchungen finden sich bei Ford/Jeanne (1964, 7ff) und in *Le cinéma* (1984, 2361). Ob Monographien zu Künstlern wie Asta Nielsen oder Max Linder diesen Aspekt ausführlicher behandeln, wurde nicht untersucht.

<sup>2</sup> Die damals im Theater verbreitete Auffassung zum Stichwort "Etoile": Ausdruck aus der Mitte des 19. Jahrhunderts, "[...] par laquelle on désigne un artiste non pas toujours d'une valeur exceptionnelle, mais qui a acquis sur le public une influence peu ordinaire" (Pougin 1985, 249), betont nur einen Aspekt, nämlich die Wirkung der Künstler auf das Publikum.

<sup>3</sup> Es geht hier darum, äußere Erscheinungsformen zu betrachten. Filmästhetische Voraussetzung wie die von Tom Gunning (1991, 219) angeführte größere Nähe der Kamera zum Darsteller werden nicht untersucht. Auch auf die von Martin Loiperdinger (1992, 115ff) aufgestellte These, Personen der Zeitgeschichte wie der deutsche Kaiser stellten die ersten Filmstars dar, soll hier nicht eingegangen werden, auch wenn mich Herbert Birett auf den stargleichen Einfluß von Wilhelm II. auf die männliche Bevölkerung, die seine Kleidung, Frisur, Bartform und Haltung häufig imitierte, aufmerksam machte.

<sup>4</sup> Dabei handelt es sich nur um eine erste Annäherung an dieses wenig beachtete Gebiet. Die schlechte Quellenlage und vor allem fehlende Informationen z.B. über die Anzahl der pro Film vertriebenen Kopien erfordern weitere Untersuchungen.

## Der Fall Jehanne d'Alcy oder Wie bedeutend ist die Bekanntheit des Namens?

Von der Massenhysterie anlässlich der Beisetzung von Rudolfo Valentino ist das Kino in seiner Entstehungszeit weit entfernt, denn das Publikum macht sich gerade erst mit dem neuen Medium vertraut, das Naturphänomene detailgetreu in bewegten Bildern wiedergibt und per Kameratricks aus einer Frau ein Skelett werden läßt. Mit der Verwandlung dieser Dame namens Jehanne d'Alcy durch ihren Partner Georges Méliès in *ESCAMOTAGE D'UNE DAME CHEZ ROBERT-HOUDIN* (1896) setzt ein Prozeß ein, der die Kinematographie um ein anderes Bühnenkünsten inhärentes Moment bereichern und dazu beitragen wird, sie als Unterhaltungsmittel für alle Bevölkerungsschichten durchzusetzen.

Einige Darstellungen behaupten, Jehanne d'Alcy (eigentlich Charlotte-Stéphanie Faës) sei der erste Star des Kinos gewesen (vgl. z.B. Malthête-Méliès 1973, 174 u. 442).<sup>5</sup> René Jeanne und Charles Ford (1964, 7) widersprechen dieser Aussage. Sie sehen in ihr nicht die "première vedette du cinéma français": Obwohl Jehanne d'Alcy in vielen Filmen von Méliès spielte, sei ihr Name niemals auf der Leinwand oder in den Katalogen der "Star-Film" aufgetaucht, sie sei also vollkommen anonym geblieben. Pierre Jenn (1984, 84f) nennt sie einen "Anti-Star", da es für ihn aus genau denselben Gründen keinen Star geben kann (vgl. auch Morin 1972, 17). Tom Gunning (1991, 219) spricht, bezogen auf einen anderen Fall, vom "paradox of an unknown star". Der bekannte Name gilt diesen Autoren als Maßstab für die Bewertung, ob jemand ein Star ist oder nicht. Richard DeCordova (1990, 1f) schließlich zitiert einen Artikel des bekannten zeitgenössischen Journalisten Frank E. Woods aus dem Jahre 1919 als Beispiel dafür, daß der Name erst die Entstehung des Film-Starsystems (damit logischerweise des Stars selbst) ermöglicht.

Bekanntlich blieb in den ersten 15 Jahren die wahre Identität der Darsteller dem Publikum verborgen. Folgt man der von den Autoren aufgestellten Prämisse, dürfte es in diesen ersten Jahren der Kinematographie keine Stars geben, oder aber dieses Prädikat bliebe auf Personen beschränkt, die bereits vor ihrem Auftritt vor der Kamera renommierte Persönlichkeiten waren.

---

<sup>5</sup> Vgl. auch *Le cinéma*, Nr. 117, 2285.

## Georges Méliès – der Konkurrenzlose

Jehanne d'Alcy war sicher nur im Rahmen des Zaubertheaters, in dem sie einige Jahre auftrat, bekannt. Das Kriterium der Namensbekanntheit trifft wohl eher auf Georges Méliès zu: Seit 1888 Direktor des berühmten Théâtre Robert-Houdin, gehört er zu den Künstlerpersönlichkeiten der Hauptstadt. Seine Popularität als Zauberer hat er sich in kürzester Zeit mit der Erfindung zahlreicher Tricks erworben, die er häufig – für Frankreich neu – in eine Spielhandlung einbaut. Sein künstlerischer Ruf beschränkt sich nicht nur auf die Ile de France, denn in der Provinz verfolgt man stets die Theateraktivitäten im fernen Paris. 1896 lernen ihn die Besucher seines Theaters erstmals als Darsteller in dem erwähnten Verwandlungsfilm kennen. Er tritt anfangs als Illusionist in Frack und Handschuhen auf, kreierte aber schnell auch einige andere, für ihn typische Kostümrollen (z.B. Teufel, Hexenmeister, verrückter Gelehrter). Diese sind vor allem auch auf den Geschmack der immer breiter werdenden Besucherschicht auf dem Jahrmarkt zugeschnitten.

Aber ist denn eine dem Zuschauer bekannte Identität wirklich ausschlaggebend, um "vedette du cinéma" zu werden? Oder anders gefragt: Ist in der Frühzeit der Kinematographie die Namensnennung für die Popularität wirklich bedeutend? Kehren wir zum Fall Jehanne d'Alcy zurück.

Es ist nicht nur der Bekanntheitsgrad, der Jehanne d'Alcy von ihrem *patron* unterscheidet, sondern auch die Häufigkeit ihres Auftretens auf der Leinwand. Georges Méliès spielt in fast allen seiner ca. 170 bisher wiedergefundenen Filme mit (oft in der Hauptrolle). Man darf daraus schließen, daß dies für seine gesamte Produktion gilt.<sup>6</sup> Der "Magier von Montreuil" erfüllt so ein Kriterium für das Startum nach Eileen Bowser (1994, 106), nämlich das der regelmäßigen Leinwandpräsenz.<sup>7</sup> Die Liste der bisher nachgewiesenen Filme von Jehanne d'Alcy ist hingegen kurz: neun Titel zwischen 1896 und 1904, in denen sie z.T. nur eine Nebenfigur verkörpert.

Das Gesicht von Méliès ist markant: Er trägt als einziger Darsteller seiner Filme nicht nur eine ausgeprägte *moustache*, sondern auch einen Backenbart mit ausrasierten Rändern und Betonung des Kinns; die Kahlheit seines

---

<sup>6</sup> Eine Ausnahme bildet der Zeitraum von Ende 1907 bis Ende 1908, in dem Méliès offensichtlich nur Regie führte.

<sup>7</sup> Bowser (1994, 106) schließt für die USA das Vorhandensein von Stars bis 1908/09 aus, da es bis dahin noch kaum regelmäßig beschäftigte Darsteller gegeben habe.

Kopfes kaschiert er je nach Rolle mit auffallenden (oft langhaarigen) Perücken. Da er normalerweise die männliche Hauptrolle spielt, bei der Rollengestaltung sich oft als einziger sogar direkt an das Publikum wendet, ragt er aus dem Ensemble heraus.<sup>8</sup> Zudem den anderen Darstellern durch seine distinguierte Körperhaltung und präzise Gestik (die auch für heutige Betrachter unverkennbar sind) überlegen, prägt sich Méliès dem zeitgenössischen Zuschauer sicherlich schnell ein. Hinzu kommt, daß wegen ihrer Kürze damals eine bedeutende Anzahl von Filmen zum Füllen einer Vorstellung projiziert werden muß, so daß Méliès mehrfach am selben Abend zu sehen ist.

Der hohe Verbreitungsgrad seiner lange Zeit sehr originellen – und daher erst bei den ambulanten Vorführern, dann bei den Ladenkinobesitzern erfolgreichen – Werke macht seine Figur auch außerhalb von Paris bekannt. Méliès konzentriert sich bereits ab 1896 auf fiktionale Bilder, während die Firmen Lumière und Edison vor allem auf Dokumentaraufnahmen setzen; die Produktion der Pathé-Spielfilme nimmt erst ab 1900/01 bemerkenswerte Formen an. So steht Méliès im eigenen Land praktisch bis dahin konkurrenzlos da. Während die Rivalen bei fiktionalen Filmen mit ständig wechselnden Akteuren arbeiten, die Tagesengagements erhalten, ist Méliès in jeder Aufnahme zu sehen, fällt also zwangsläufig dem Publikum auf.

Auch in den Folgejahren bleiben seine Filme gefragter als die der Rivalen. Seine Produktionsfirma "Star-Film" beliefert nach einiger Zeit z.B. auch den englischen und den amerikanischen Markt. Ihre im Vergleich zu anderen Firmen 'überlangen' Filme wie *VOYAGE DANS LA LUNE* (1902) kommen beim dortigen Publikum sehr gut an, was man aus den Raubkopien und Plagiaten durch andere Firmen schließen kann.<sup>10</sup> So kennen wohl auch viele Nicht-Franzosen das Gesicht von Georges Méliès.

---

<sup>8</sup> Zur Technik der Adressierung bei Méliès siehe Kessler/Lenk 1997.

<sup>9</sup> Bei den Vorstellungen in seinem eigenen Pariser Théâtre Robert-Houdin kommt noch der Werbeeffect von Plakaten und von persönlichen Auftritten hinzu.

<sup>10</sup> Zur Präsenz von Méliès' Filmen in den USA vgl. Charles Musser 1990, 292, 364 und passim. Plagiate zwingen Méliès Ende 1902, ein eigenes Verkaufsbüro in New York einzurichten. Aus den Fundorten der bis heute wiedererlangten Kopien läßt sich schließen, daß von 1896 bis ca. 1903 England sehr gut beliefert wurde. Eine Ausfuhr via England nach den USA fand vermutlich in gewissem Umfang zur selben Zeit statt. Aber erst die Eröffnung der Star-Film-Filiale sichert einen regelmäßigen Vertrieb bis 1908/09.

Es ist wenig wahrscheinlich, daß Méliès außerhalb der französischen Hauptstadt damals namentlich bekannt ist, sieht man einmal von den internationalen Kreisen der Illusionisten und von den Beschäftigten in der Filmindustrie ab.<sup>11</sup> Seine zahlreichen Filmauftritte lassen seine Figur jedoch trotzdem zu einer gewissen Bekanntheit und Beliebtheit gelangen.<sup>12</sup>

### Der geliebte Glanz – Bühnenstars auf der Leinwand

Gehen wir der Frage der Bedeutung des Namens weiter nach. Laut Ford/Jeanne (1964, 7) wird auf der Weltausstellung 1900 eine erste "Bresche in die Mauer der Anonymität" geschlagen. Die Weltausstellung 1900 in Paris bietet tatsächlich eine Reihe illustrierter Namen: Das Phono-Cinéma-Théâtre zeigt Tonbilder u.a. mit den Schauspielern Sarah Bernhardt und Coquelin Aîné, dem Komiker Little Tich, dem Sänger Polin sowie den Clowns Footit und Chocolat, alles Künstler von internationalem Rang.<sup>13</sup> Ihr Auftritt verleiht den Filmvorstellungen ihren Glanz und zieht Laufkundschaft an.

Doch schon vor 1900 versichert sich die internationale Filmindustrie der Unterstützung bekannter Persönlichkeiten. Künstler aus anderen Unterhaltungsbranchen (darunter auch aus dem Sport) sind von Anfang an Bestandteil des Programms: Edisons Kinetoskop zeigt 1894 u.a. die Tänzerinnen Carmencita und Annabelle (Whitford) sowie den Muskelmann Eugen Sandow (vgl. Musser 1991, 39ff). Die Brüder Skladanowsky arbeiten 1896 z.B. mit der Serpentin tänzerin Mademoiselle Ancion und den tanzenden Brüdern Tschepanoff (vgl. Zglinicki 1979, 242). Pathé filmt die amerikanischen Clowns Henderson und Stanley sowie die Akrobatin Miss Jenny (beide ca. 1897/98) (vgl. Bousquet 1996, 844f). Méliès dreht 1896 eine Gigue, getanzt von Miss Vère, und nimmt 1897 drei Lieder mit dem Sänger Paulin auf (vgl. Sadoul 1985, 253f). Ihre Namen bilden die Attraktion der Vorstellung und statten das neue Medium mit einer Anziehungskraft aus, die über den herkömmlichen Reiz der Bewegung bzw. der Authentizität der

---

<sup>11</sup> In einer Anzeige aus dem Jahre 1905 wirbt Méliès für sich mit dem Hinweis "créateur du genre Méliès". Sein Name steht also nicht nur für Qualitätsfilme, sondern dient wohl auch als Bezeichnung im Filmhandel (cf. *Phono-Ciné-Gazette*, Nr. 13, 1.10.1905, S. 211).

<sup>12</sup> Die Aufschrift "Geo. Méliès" stand eine Zeitlang auf den kleinen Tafeln, die als Schutz gegen Plagiat ins Dekor eingefügt waren. Im Gegensatz zur Filmbranche kannten allerdings wohl nur wenige Besucher die Verbindung zwischen diesem namentlichen Hinweis und der Figur auf der Leinwand.

<sup>13</sup> Vgl. das Plakat in Sadoul 1978, 101.

Wirklichkeitsabbildung hinausgeht. Der Glanz, den die Nummern der Artisten auf anderen Gebieten der Unterhaltung erzielen, verleiht auch ihrer Reproduktion auf der Leinwand die Aura des Besonderen.<sup>14</sup>

Folgt man weiter der Argumentation von Ford/Jeanne, endet diese 'Anonymität' mit der Gründung der "Film d'Art" bzw. mit der filmischen Adaption des erfolgreichen Pantomimenstücks L'ENFANT PRODIGE.<sup>15</sup> Während der dazwischen liegenden Periode hätten sich die Darsteller aus Angst vor Renommeeverlust geweigert, der Preisgabe ihrer Namen zuzustimmen (Ford/Jeanne 1964, 7f). In der Tat beginnt Ende 1908 eine gezielte Zusammenarbeit zwischen Theater und Filmindustrie: Berthe Bovy, Albert Lambert fils, Charles Le Bargy und Gabrielle Robinne setzen in L'ASSASSINAT DU DUC DE GUISE (produziert von der Film d'Art) ihren an der Comédie-Française erworbenen Ruhm ein. Andere Bühnengrößen – Darsteller wie Autoren – folgen diesem Vorbild. Ihr Ruf soll helfen, das Image des Kinos zu verbessern, um ihm auf diese Weise neue Gesellschaftsschichten zu erschließen. Der sowohl auf dem Plakat wie im Vorspann genannte Name dient als Verkaufsargument – die Ware Film erhält durch ihn eine Wert-erhöhung. Und er garantiert den Absatzerfolg, denn sein Auftauchen verweist (ähnlich der Verpackung eines Produktes) auf einen 'vielversprechenden' Inhalt.

Vergleicht man die genannten Beispiele, wird deutlich, daß sich seit 1894 im Grunde nichts geändert hat.<sup>16</sup> Auch 1908 treten wieder Bühnengrößen im Film auf, für die intensiv geworben wird. Bei den anderen Filmen hingegen bleibt die Identität der Mitspielenden ungenannt. Der Hinweis von Ford/Jeanne auf eine angebliche Scham der Betroffenen ist wenig überzeugend. Normalerweise sind es arbeitslose bzw. in Nebenrollen beschäftigte

---

<sup>14</sup> Die Künstler profitieren nicht nur materiell von ihrem Einsatz vor der Kamera, die Filme werben auch für ihre Auftritte 'in persona'. Zudem erhält der Künstler durch den Kontakt mit der modernen Technik der Kinematographie die Möglichkeit, dem Publikum seine Aufgeschlossenheit gegenüber Neuerungen, d.h. seine Progressivität zu demonstrieren.

<sup>15</sup> Im Verleih von Pathé im August 1907, mit den bekannten Mimen Georges Wague, Christiane Mendelys und Christine Kerf.

<sup>16</sup> Als wohl einziger Unterschied zu 1900 sei anzumerken, daß sich mit L'ASSASSINAT DU DUC DE GUISE die Sitte einbürgert, den Star-Namen samt Zusatz ("de la Comédie-Française", "de l'Odéon" oder "du Théâtre de la Renaissance") nicht allein auf dem Plakat, sondern auch auf dem Vorspann erscheinen zu lassen, um seine Wirkung noch zu erhöhen.

Bühnendarsteller, die beim Film ihren Unterhalt verdienen, diejenigen also, die keinen Ruf zu verlieren haben; zudem erscheinen ihre Gesichter zumeist erkennbar auf der Leinwand, was ihr Filmengagement offenkundig macht. Andere Gründe sind eher plausibel: das generelle Fehlen von Werbeorganen wie Filmfachzeitschriften bis ca. 1905/06; eine Filmindustrie, die sich erst etablieren muß, bevor sie sich um 1907/08 auf künstlerische (und kostenintensive) Neuheiten wie den "Starfilm" zur Gewinnung neuer Publikumskreise einlassen kann; das Fehlen von festen Ensembles in den ersten ca. zehn Jahren, während derer je nach Tagesbedarf engagiert wird und die Darsteller von Produktion zu Produktion wechseln.<sup>17</sup>

1900 wie 1908 handelt es sich um Künstler, die bereits als Star anerkannt sind, bevor sie mit dem Kino in Kontakt kommen. Sie definieren sich durch ihre Bühnenzugehörigkeit sowie ihre Beliebtheit bei der Bevölkerung. Ihr Name ist dem Kinobesucher ein Begriff, wenn dieser auch möglicherweise nie einer ihrer Vorstellungen beiwohnen konnte. Der Ruhm ist Voraussetzung für ihr Erscheinen im Film und rührt nicht von der Leinwand her. Deshalb kann man hier nicht vom Star *der* Leinwand, sondern nur vom Star *auf* der Leinwand sprechen.<sup>18</sup>

Die erwähnten Punkte treffen auch auf Georges Méliès zu: außerhalb der Filmindustrie erworbenes Renommee; Zugehörigkeit zu einer festen Bühne, während er im Film auftritt; Reproduktion seiner Nummern (wenn auch unter Heranziehung der Kamera zur Realisierung vieler Tricks). Im Unterschied zu seinen Kollegen verläßt er jedoch für viele Jahre die Bühne, um sich ganz der Filmarbeit zu widmen. Seine permanente Leinwandpräsenz macht eine Wiedererkennung möglich, was durch die seltenen Filmauftritte bei den Bühnengrößen nicht geschehen kann. Ohne namentliche Werbung ist nicht garantiert, daß der Zuschauer, der den Bühnenstar möglicherweise noch nie vorher gesehen hat, auch dessen Präsenz im Film bemerkt, denn Theater- und Kinobesucher kommen damals z.T. aus verschiedenen Bevölkerungskreisen.

Man kann folglich sagen: Als Illusionist und Theaterdirektor gehört Méliès zur lokalen und regionalen Unterhaltungsindustrie. Aufgrund der fehlenden

---

<sup>17</sup> Weitere, vor allem für die USA geltende Gründe finden sich bei DeCordova 1990, S. 7 und 77f.

<sup>18</sup> Vgl. auch DeCordova (1990, 23); Edgar Morin (1972, 18) benutzt den Begriff "Star Film" im Gegensatz zum "film des stars", was aber den Unterschied nicht deutlich macht.

Konkurrenz (wenig fiktionale Filme, keine festen Ensembles) nimmt er eine einzigartige Stellung ein. Dank der weiten Verbreitung seiner Filme wird sein Bild überregional und zum Teil auch international bekannt. Seine Identität bleibt dem Zuschauer verborgen; trotzdem erreicht seine körperliche Gestalt große Popularität.

### Boireau alias André Deed – Identität von Gesicht und Rolle

Rollen wir die Frage nach der Bekanntheit der Person und ihres Namens weiter auf. Georges Méliès fällt den Zuschauern durch seine eindruckliche Erscheinung und seine Expressivität auf. Die Filme sind ihm auf den Leib geschrieben (zumal er selbst die Szenarien entwirft), seine Umgebung ordnet sich ihm bedingungslos unter.

Auch André Deed (eigentlich André de Chapais) kommt von der Bühne. Als Akrobat und Sänger bei den Folies-Bergère und beim Théâtre du Châtelet unter Vertrag, arbeitet er nebenbei u.a. für die "Star-Film". Schnell findet er seinen individuellen künstlerischen Ausdruck vor der Kamera. Von kleiner Statur, körperlich äußerst wendig, mit spitzem Gesicht, erschafft er während seines ersten Engagements bei Pathé Frères (April 1906 bis Dezember 1908) die Figur des Boireau, der seine Umgebung durch Dummheit, zerstörerische Ungeschicklichkeit und grobe Manieren zur Verzweiflung bringt. Georges Sadoul (1978, 291) spricht von der "berühmten Boireau-Serie", auch wenn bei Henri Bousquet (1993) von zwanzig nachgewiesenen Filmen mit Deed nur sieben von Boireau handeln.<sup>19</sup> Man kann davon ausgehen, daß André Deed häufiger in Komödien zu sehen war, als sich heute feststellen läßt.<sup>20</sup>

Laut Sadoul (1978, 319) ist Deed der erste Schauspieler, der eine Figur erschafft, die in Titel, Drehbuch und Werbung namentlich auftaucht. Die ab 1908 noch in unregelmäßiger Folge erscheinenden Boireau-Filme werden zwar von anderen geschrieben und inszeniert<sup>21</sup>, doch der Erfolg des jeweiligen Werks hängt vollständig vom komischen Talent des Darstellers ab. André Deed verkörpert eine Rolle mit mehr oder minder festen Verhal-

---

<sup>19</sup> Firmen wie Eclair sprechen bereits von einer Serie, auch wenn sie nur aus zwei Folgen besteht; vgl. Cherchi Usai 1992, 31ff.

<sup>20</sup> Raymond Borde (1988, 22) behauptet, achtzig Prozent der französischen Produktion zwischen 1895 und 1918 seien verloren.

<sup>21</sup> Die meisten Drehbücher stammen von André Heuzé; Regie führen Albert Capellani, Georges Hatot und Louis Gasnier; vgl. Sadoul 1978, 320.

tensmustern. Boireau gerät bei jedem Film zwar in eine andere Situation, doch enden alle in der Regel im Chaos, oft – in Folge von Trunkenheit, Wut oder anderen bewußtseinstrübenden Einflüssen – mit der Zerstörung seiner Umgebung. Rolle (charakterisiert durch Typ, Kostüm und einen heftig gestikulierenden, grimassierenden Spielstil) und Darsteller fallen immer zusammen. Der Zuschauer kann folglich den Akteur leicht wiedererkennen, der ihn beim vorigen Mal so sehr amüsierte. Die schlechte Quellenlage erlaubt keine definitiven Aussagen, doch kann man wohl behaupten, daß bei Deed eine wechselseitige Stimulierung von Produktion und Publikumsresonanz vorliegt. Es ist sicher sein Erfolg in der Rolle als Boireau, der Pathé veranlaßt, Deed häufiger einzusetzen. Dank der größeren Leinwandpräsenz werden mehr Zuschauer auf ihn aufmerksam, was die Nachfrage nach seinen Filmen steigert und ihn schließlich die Firma wechseln läßt.

Georges Méliès und André Deed verbindet die eigene künstlerische Gestaltung von Figuren, die dem Zeitgeschmack entsprechen. Beide überzeugen durch ihr Talent. Sie begeistern die Zuschauer, ohne daß diese nach ihren Namen fragen.<sup>22</sup> Méliès gilt in seiner kreativsten Periode unter den Kinobesitzern als Garant für Qualität und Publikumserfolg. Dies trifft auch auf Deed zu. Im Unterschied zu Méliès, der weitere Aufgaben in seiner Firma zu erfüllen hat, kann sich der Komiker beim Pathé-Konzern voll auf Schauspielerei und Rollengestaltung konzentrieren. Méliès war in seinen Anfängen als Darsteller praktisch konkurrenzlos, doch 1907/08 bedarf es einer überdurchschnittlichen Begabung, um während eines normalen Kinoprogramms (bestehend aus mehreren Dokumentaraufnahmen, Dramen und Komödien) aufzufallen. André Deed gelingt dies ebenfalls: Sein Spiel gefällt offensichtlich nicht nur dem französischen Publikum, denn er wird Ende 1908 von der Itala-Film aus Turin abgeworben. In Italien baut er seine Figur, nun Cretinetti genannt, weiter aus und verfeinert sie.

Zusammenfassend kann man sagen: Méliès und Deed stehen für finanziellen und künstlerischen Erfolg, aufgebaut auf solider (präkinematographisch erworbener) beruflicher Erfahrung, darstellerischem Geschick, (großer)

---

<sup>22</sup> Herbert Birett und ich haben Schaustellerzeitungen, Fachblätter (sie existieren ab 1905 in Frankreich bzw. 1907 in Deutschland) und auch Filmseiten der Tagespresse (in Frankreich regelmäßig ab 1912) durchgesehen, ohne auf eine Debatte zur Anonymität der Namen, wie sie DeCordova um 1909/10 für die USA nachweist, zu stoßen. Ich danke Herbert Birett für den Hinweis auf die Lage in Deutschland sowie für seine freundliche Unterstützung bei der Suche nach Quellenmaterial.

Unabhängigkeit in der Rollengestaltung, einen durch ihre Firmen international gesicherten Vertrieb der Filme.<sup>23</sup> Auch wenn bisher keine Angaben über den Verbreitungsgrad vorliegen, läßt sich aus dem Zwang, gegen die Plagiate der Star-Film-Produktionen vorzugehen, sowie aus der Größe von Pathé<sup>24</sup> schließen, daß sich für viele ihrer Filme eine entsprechende Anzahl Kopien und dadurch wiederum ein recht guter (internationaler) Verbreitungsgrad ergeben haben dürfte. Bei Deed kommt die namentlich gekennzeichnete feste Rolle hinzu sowie – mit der kommerziellen Abwerbung ins Ausland – der Schritt hin zur Gagenspirale, eines der typischen Merkmale des Starsystems.

### Nick Carter & Co – der Serienheld als Identifikationsangebot

"Boireau" bezeichnet bei Pathé eher die typisierende Gestaltung einer Rolle als eine feste Figurenbezeichnung: Nur vier von zwanzig Deed-Filmen tragen den Namen "Boireau" im Titel, um den Zuschauer schon vor der Vorstellung auf die Identität von Figur und der ihm aus anderen Filmen bereits bekannten körperlichen Gestalt des Schauspielers aufmerksam zu machen. Von Serien im heutigen Sinn kann man eigentlich erst ab dem Zeitpunkt sprechen, da der Name der Figur in den Vordergrund tritt. Dies geschieht 1908 durch die Firmen Eclair und Pathé. Mit ihrer Einführung beginnt nach den 'Etappen' Méliès und Deed eine weitere Stufe in der Entwicklung des Filmstars.

Unter der Leitung von Victorin Jasset<sup>25</sup> entsteht bei Eclair die Figur des Detektivs Nick Carter, dargestellt von Pierre Bressol. Weitere, wenn auch

---

<sup>23</sup> Pathé besitzt im Mai 1906 bereits Niederlassungen in acht internationalen Großstädten, darunter Berlin, New-York und Moskau (vgl. Bousquet 1993, III.). Die Star-Film ist seit Juni 1903 in Amerika mit einem Verkaufskontor vertreten (vgl. Musser 1991, 277). Auch andere Gesellschaften wie Eclair besitzen Verkaufsstellen im Ausland.

<sup>24</sup> Pathé eröffnet bis 1908 Filialen in allen damals wichtigen Hauptstädten; die Tagesproduktion im Januar 1907 liegt bei 50 km Positivfilm pro Tag.

<sup>25</sup> Victorin Jasset (1911, 41) behauptet rückblickend, um 1909 sei die Zeit vorbei gewesen, in der die Devise galt, der Anblick immer derselben Darsteller würde das Publikum ermüden. Nun bemühten sich die Gesellschaften, sie durch Vertrag an sich zu binden. Die Firma Edison dreht schon früh eine Reihe komischer Filme mit den Figuren Jones (1899), Uncle Josh und Happy Hooligan (beide 1900). Auch das Beispiel André Deed und Jassets eigene Inszenierungen der Nick Carter-Romane mit Bressol zeigen, daß diese Behauptung nicht auf

weniger erfolgreiche (Mini-) Serien der Eclair folgen, so z.B. RIFFLE BILL (5 Folgen, vertrieben von Dezember 1908 bis Januar 1909, mit Henri Gouget, Camille Bardou), MESKAL, LE CONTREBANDIER (3 Folgen im Juni/Juli 1909, mit Charles Krauss, André Liabel) sowie LE VAUTOUR DE LA SIRIA (3 Folgen im August 1909, mit Joë Hamman, Henri Gouget, Camille Bardou, nach einer populären Groschenromanreihe).<sup>26</sup> Eclair läßt seine Serien zumeist in einem Zeitraum von einem bis drei Monaten laufen. Dabei werden die Kopien in kurzen Abständen herausgebracht, was den Darstellern einen regelmäßigen Filmauftritt garantiert.

Die NICK CARTER-Reihe kommt in sechs Folgen in die Kinos, also währt Bressols Leinwandpräsenz sogar sechs Monate.<sup>27</sup> Der Zusammenarbeit von Jasset und Bressol verdankt die Eclair hohe Einkünfte, denn laut Sadoul (1978, 331) erlaubt der finanzielle Erfolg der ersten zwei Reihen (mit 6 bzw. 9 [?] Folgen) die Einrichtung von fünf internationalen Niederlassungen der Firma, u.a. in New York, Moskau und Berlin. Die Titelfigur war bekannt durch die in Frankreich sehr beliebten Groschenromane und daher als Publikumsmagnet hervorragend geeignet.

Wie schon im Fall "Boireau" tragen der Pirat Meskal, der Cowboy Riffle Bill, der Bandit der Siria oder der Detektiv Nick Carter feste (Spitz-) Namen. Diese werden groß im Serientitel herausgestellt. Die Zuschauer erhalten im Programmheft die Information, welche Figur (und welchen Darsteller) sie zu sehen bekommen. Nach der Vorstellung können sie sich präzise über den Protagonisten unterhalten; Verwechslungen wie im Fall der ungenauen Benennung "Biograph-Girl" sind ausgeschlossen. Ebenso wie bei Boireau entsprechen alle Figuren (Stereo-) Typen. Deeds komischer Held ist eine Mischung aus Clown, Akrobat, Comic-Figur und gehört zum *cinema of attraction*. Gestalten wie Nick Carter oder der Siria-Geier gehen auf eine literarische Tradition zurück, die sie dem *cinema of narration* näher bringt, wenn die Filme auch weiterhin viele attraktionelle

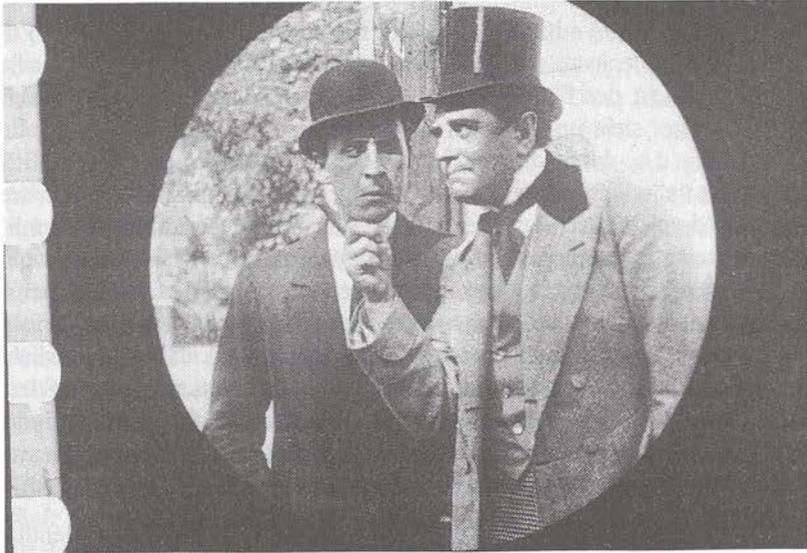
---

Serienfiguren zutrifft, sondern auf die Entstehung fester Ensembles. Sie ist also nur auf eine der Entstehungsbedingungen des Starsystems bezogen.

<sup>26</sup> Joë Hamman macht danach als Serien-Cowboy Arizona Bill bei Eclipse Karriere, André Liabel und Charles Krauss gehören in der Folgezeit zu den am meisten beschäftigten Schauspielern im dramatischen Fach.

<sup>27</sup> Die Filme laufen von September bis November 1908, sowie im März und im September 1909; die Folge-Serie von 1911 wurde hier nicht berücksichtigt.

Elemente enthalten.<sup>28</sup> Die Überraschungseffekte stehen hier jedoch nicht mehr im Vordergrund, sondern die Entwicklung einer Geschichte, die das Publikum zusammen mit dem Protagonisten erlebt.



*Pierre Bressol in LE MYSTÈRE DU LIT BLANC  
aus der Serie Nick Carter (Eclair 1911)*

Statt einer zerstörungswütigen und chaosliebenden Figur steht nun ein Held im Mittelpunkt. Nick Carter erlebt gefährliche Abenteuer mit gutem Ausgang, da er durch seine Schlaueit am Ende immer über die Gangster triumphiert. Offensichtlich reagieren gerade Frauen sehr positiv auf die Figur, denn Sadoul (1978, 359f) behauptet, Eclair habe viele an "Nick Carter" adressierte Liebesbriefe erhalten.<sup>29</sup> Heide Schlüpmann (1990, 16f) stellt in

<sup>28</sup> Zu den Begriffen *cinema of attraction* und *cinema of narration* vgl. Gunning 1990, S. 56ff.

<sup>29</sup> Vielleicht handelt es sich hierbei aber um einen Werbetrick der Firma, denn seit August 1908 steht ihnen mit dem *Ciné-Journalet* in sich an die Kinobesitzer richtendes Werbemedium zur Verfügung, das diesen Brief aus Finnland zitiert. Dagegen spricht, daß der Brief auf Anfang Dezember 1909, d.h. mehrere Mo-

ihrer Untersuchung heraus, daß zu jener Zeit zu einem großen Teil Frauen das Kinopublikum bildeten. Der finanzielle Erfolg ist daher sicher nur zum Teil auf die Bekanntheit der Groschenromangestalt zurückzuführen. Er basiert vor allem auf der Bewunderung für die Figur des Helden *und* seinen Interpreten, was bei Méliès und Deed noch nicht der Fall war.

Aufgrund der Anonymität des Darstellers lehnt Edgar Morin (1972, 17) in diesem Zusammenhang die Bezeichnung Star ab. Die angebetete Figur ist für Morin allein der fiktive Held. Der Sachverhalt ist jedoch komplexer. Der Zuschauer sieht im Kino den Darsteller Bressol; erst durch dessen Interpretation, d.h. durch dessen Körper erhält die literarische Figur Nick Carter ihre äußerliche Gestalt. Die Bewunderung der Zuschauer(innen) wird ausgelöst durch die (für den damaligen Geschmack) sehr attraktive männliche Erscheinung auf der Leinwand. Einem unattraktiven Mann wären wohl kaum Liebesbeteuerungen zugesandt worden, hätte er ihnen noch so heroische Abenteuer vorgelebt. Neben dem großartigen kommerziellen Erfolg der Serie spricht auch die Fanpost dafür, Pierre Bressol als Publikumslieb-ling zu bezeichnen. Sie ist zwar an Nick Carter adressiert, gilt aber dem Mann, dessen Bild auf der Leinwand bewundert wird. Offensichtlich findet das Publikum in Nick Carter ein Identifikationsangebot, und die Zuschauerinnen haben in Bressol zudem ein Adorationsobjekt.

Méliès, Deed und Bressol sind international populär, obwohl ihre Identität verborgen bleibt. Die ihre Karriere begleitenden Merkmale (Einzigartigkeit, Abwerbung ins Ausland, hohe Einspielergebnisse ihrer Filme, Idolisierung etc.) lassen sich eindeutig dem Starwesen, wie wir es heute kennen, zuordnen, weshalb man sie als frühe Stars bezeichnen kann. Die von den anfangs erwähnten Autoren aufgestellte Prämisse (die Bekanntheit des wahren Namens als Voraussetzung für das Startum) kann also verworfen werden.

### Rigadin und Max Linder – erste Ansätze von Werbestrategien

Bei Nick Carter stehen Interpret und Figur gleichwertig auf einer Stufe. Die Anonymität hindert den Darsteller allerdings daran, aus dem Schatten der fiktiven Gestalt zu treten, was für DeCordova eine *picture personality* erst zum echten Star werden läßt.<sup>30</sup> Dies geschieht mit Rigadin und Max Linder.

---

nate nach Erscheinen der Filme datiert ist, also zu spät, um eine Werbeidee zu sein.

<sup>30</sup> Über die Bedeutung der 'eigenen Existenz' des Stars außerhalb seiner Filme siehe DeCordova 1990, S 20f und passim.

Wie bei André Deed sind das komische Talent und die positiven Reaktionen der Zuschauer für die Produktionsfirmen ausschlaggebend, beiden Darstellern nach einer 'Probephase' feste Serien-Rollen anzuvertrauen.

Beide Akteure kommen von der Bühne. Max alias Gabriel-Maximilien Leuvielle beginnt 1905 seine Laufbahn bei Pathé, wo er sofort tragende Rollen spielt. Der gutaussehende Schauspieler findet beim Publikum Anklang, denn die Hauszeitung *Pathé Bulletin* (die sich an Kinobesitzer und Filmverleiher richtet) weist im Juli 1907 gezielt auf "Max Linder, dont nos clients ont déjà apprécié le talent" hin (vgl. Bousquet 1993, 31). Im August 1908 erscheint der Name des Komikers erneut lobend in einer Anzeige von Pathé, diesmal veröffentlicht in der Branchenzeitung *Phono-Ciné-Gazette* (vgl. Bousquet 1993, 36). Im Juni 1908 erwähnt eine Filmbeschreibung die Figur des Max – es handelt sich um die Programmübersicht des Pariser Artistic Cinéma, d.h. um eine speziell für die Zuschauer verfaßte Information.<sup>31</sup> Ab September 1908 ist "Max" regelmäßig in den Programmheften der Kinos zu lesen (vgl. Bousquet 1993, 208, 217, 223, 229, 235 u. 237).<sup>32</sup> Der Rollename taucht sicher auch in den Zwischentiteln der Filme auf. Als "Max" 1910 fester Bestandteil des Filmtitels wird, ist das Publikum schon lange mit der Figur vertraut. Da Pathé mit der Identität des Darstellers wirbt, bevor die Figur offiziell eingeführt wird, hat die Produktionsgesellschaft sich wohl gezielt für eine Übereinstimmung von Vorname und Rolle entschieden.

Linder gelingt es während der Jahre bei Pathé, aus einem *Typen* einen *Charakter* zu machen. Der Dandy Max entsteht mit Hilfe von Kostüm (schwarzer Anzug, Stock und Zylinder), präzisem Körpereinsatz, auf den Leib geschriebenen Geschichten und gutaussehenden weiblichen Partnern. Seine elegante Erscheinung und das wohlhabende Milieu, in dem die Figur angesiedelt ist (Max geht keiner geregelten Arbeit nach), die schönen Frauen, die ihn umgeben, kommen den Vorstellungen der Zuschauer vom Luxusleben sicher entgegen. Die von Film zu Film konstante Rolle prägt

---

<sup>31</sup> Vgl. Bousquet 1993, 101. Hier taucht die Rolle des "Max" erstmals in Bousquets Filmbeschreibungen auf. Max Linder spielt jedoch gleichzeitig noch andere Rollen, z.B. Isidore Panachon, Gontran oder Arsène Lupin.

<sup>32</sup> Deutsche Kinobesucher erhalten ab Sommer 1908 ein Programmheft: "So ist neuerdings das Wochenprogramm eingeführt worden, welches dem Publikum ermöglicht, nicht nur das Gebotene zu übersehen, sondern auch jedesmal mit Sicherheit den Titel jeder Bilderserie festzustellen." (*Der Kinematograph*, Nr. 87, 26.8.1908)

sich dem Zuschauer ein; denkt er außerhalb des Kinos an Linder, fällt ihm zwangsläufig dieses Porträt ein.<sup>33</sup> Man kann hier nur spekulieren, doch ist wohl das Bild, das sich der Zuschauer eventuell von der Privatperson (über die ihm um 1910 keine Informationen zur Verfügung stehen) macht, mit der Leinwandgestalt identisch.

Rigadin alias Charles Petitdemange dreht seinen ersten Film für die SCAGL, eine Tochtergesellschaft der Pathé, im Herbst 1908. Er spielt in der Regel komische, mitunter aber auch ernste Rollen. Während Linder 1906 noch kurze attraktive Komödien drehen mußte, beginnt Charles Petitdemange zu einer Zeit mit der Arbeit vor der Kamera, da das Publikum höhere ästhetische Ansprüche stellt. Die inzwischen verlängerte Meterzahl pro Film läßt ihm mehr Platz für den Aufbau einer Rolle. Die von ihm geschaffene Figur des Rigadin taucht von Anfang an (d.h. ab September 1910) im Titel auf, ohne daß man das Publikum zuvor per Text im Programmheft auf die Rolle aufmerksam gemacht hätte. Bereits seit Ende April 1909 dreht Petitdemange mindestens einen, häufig zwei Filme pro Monat. Die hohe Frequenz sichert eine Leinwandpräsenz, die den Zuschauer dazu bringen soll, sich die Gestalt einzuprägen. Die auffälligen Gesichtszüge von Petitdemange unterstützen die Akzeptanz der neuen lustigen Figur des Rigadin auf dem Filmmarkt.

Mit den Komikern Petitdemange und Leuvielle werden zwei begabte Künstler von der Filmindustrie gezielt zu Lieblingen des Kinopublikums aufgebaut.<sup>34</sup> Die Voraussetzungen dafür sind inzwischen vorhanden: Zum einen entwickelt sich zwischen 1906-08 mit der Gründung vieler Studios in Frankreich eine starke Konkurrenz, die neue Marktstrategien erfordert, darunter die Personalisierung des Firmenimages. Durch das große Filmangebot auf dem Markt reicht das bisher in den Vordergrund gestellte Firmenlogo als Verkaufsargument nicht mehr aus. Mit filmtitel- und personenorientierter Werbung glauben die Firmen, die Aufmerksamkeit der

---

<sup>33</sup> Die Bedeutung, die damals eine feste Rolle haben konnte, macht eine Kritik deutlich: Der Einsatz desselben Akteurs in verschiedenen Figuren sei schlecht, da man das Gesicht des Darstellers in einer bestimmten Filmrolle wahrgenommen habe; spiele dieser nun einen anderen Charakter in einem neuen Film, sehe man stets den vorherigen Part mit (cf. Birett 1994, 46).

<sup>34</sup> Linder hatte auf der Bühne keinen Erfolg. Wenn man der Pathé-Presse glauben darf, war Petitdemange bereits als Komiker 'Prince' den Fachleuten in der Music-Hall aufgefallen, d.h. er war möglicherweise auf lokaler Ebene bekannt; vgl. Bousquet 1994, 498.

Kinodirektoren und Verleiher besser auf sich lenken zu können. Auch steigt die Zahl der festen Kinos seit 1906 nicht nur in Frankreich schnell an. Der regelmäßige Kinobesuch bürgert sich ein, das für den Starkult notwendige Stammpublikum entsteht. Hinzu kommt die Bemühung um neue Besucherschichten mit Hilfe des "Kunstfilms" um 1908/09. Die hier angestrebte Imitation des Theaters muß konsequenterweise langfristig zur Herausbildung von Stars im Film führen, denn für das bürgerliche Publikum macht diese Bühnentradition einen Teil der erwarteten Unterhaltung aus.<sup>35</sup>

Die von Pathé angewandte Strategie, um Petiddemange und Leuvielle beim Publikum durchzusetzen, wurde bereits angedeutet: Linders Name zirkuliert früh unter den mit Werbung versorgten Kunden von Pathé. Die Kinos – in Frankreich die Konzessionäre von Pathé – machen danach seine Rolle populär. Bei Prince hingegen kommt eine andere Methode zum Einsatz: Der Akteur wird durch einen massiven Einsatz seiner Filme auf der Leinwand dem Publikum bekannt gemacht, bevor er in die Titelrolle des Rigadin schlüpfen darf. Unterstützung findet Pathé bei dem im Sommer 1908 entstandenen, um 1909/1910 wichtigsten Organ der Branche, dem *Ciné-Journal*. Zudem verteilt die Produktionsgesellschaft seit ca. 1909 Programmhefte an die Kinobesucher (u.a. zum Sammeln), die personenbezogene Werbung in Form von Photo und Text enthalten. Die dem Publikum gelieferten Informationen beschränken sich allerdings auf die Karriere beim Film (mit kurzem Hinweis auf eine eventuell vorausgegangene Theatererfahrung). Von einer "Existenz" der Schauspielerperson außerhalb der Filmindustrie kann noch nicht die Rede sein.

Was Prince und Linder (sowie Deed) von anderen Akteuren zu dieser Zeit unterscheidet, ist ihr großes Bestreben, beim Film Karriere zu machen. Dazu verlassen sie die Bühne und kehren (von kurzen Werbeauftritten abgesehen) auch nicht mehr zurück.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Zur Debatte um den Star auf der Bühne und vor der Kamera in Frankreich, die vor allem in den Jahren 1913/14 stattfindet, vgl. Lenk 1989, 121ff. Die Filmindustrie fürchtet die vom Theater her bekannten negativen Seiten, nimmt sie aber der erhofften höheren Umsätze wegen in Kauf.

<sup>36</sup> Auch wenn Méliès sich für mehr als eine Dekade der Kinematographie verschreibt, bleibt er doch der Bühne verhaftet, da er den Film als Teil der Bühnenkunst ansah.

## Das Starwesen vor 1910: ein Schau-Spiel in vier Akten

Die untersuchten Fälle weisen einige gemeinsame Punkte auf: Alle Künstler erscheinen regelmäßig auf der Leinwand, und ihre Gesichter sind dadurch vielen Zuschauern vertraut; der internationale Vertrieb ihrer Produktionsfirmen sichert die Distribution ihrer Filme im In- und Ausland.

Man kann für die Zeit von 1894 bis 1910 vier Erscheinungsformen der Popularität feststellen (wobei Petidemange und Linder zu einer Kategorie gehören):

- Georges Méliès könnte als ein "international an der Physiognomie erkennbarer Unbekannter" bezeichnet werden. In Paris und Umgebung wird er geschätzt - vor allem aufgrund seiner Bühnenherkunft, was vielen Zuschauern das Vergnügen der Wiedererkennung verschafft. Méliès wird so zu einem Star auf lokaler und regionaler Ebene.<sup>37</sup> Seine attraktionellen Filme stellen den Trick in den Mittelpunkt, was verhindert, daß sich die Hauptperson als Identifikationsangebot eignet.
- André Deed gestaltet eine komische Figur mit festen Verhaltensmustern, die mit einem Rollennamen ausgestattet ist. Auch seine Filme stellen die Attraktion in den Mittelpunkt, doch geht sie hier von dem Protagonisten aus: Sein körperbetontes (für den heutigen Geschmack übertreibendes) Spiel und seine lustvolle Destruktivität ziehen das Publikum an. Die Abwerbung durch die Konkurrenz und der Beginn der Gagenspirale weisen auf eine internationale Beliebtheit hin und sind eindeutige Merkmale des Startums.
- Pierre Bressol verkörpert eine Gestalt, bei der Maskulinität (Sex Appeal?) mit Heroismus zusammenfällt und dem Zuschauer ein Identifikationsangebot mit der Leinwandfigur anbietet. Fanpost weist auf eine Adoration vor allem durch das weibliche Publikum hin, die Verehrung seiner Figur (wohl mehr durch den männlichen Zuschauer) ist in der Rolle des Nick Carter angelegt. Die hohen Gewinne aus der Serie (und die zitierte Fanpost aus Finnland) deuten auf einen internationalen Bekanntheitsgrad hin.
- Charles Petidemange macht das Kino zu seiner Berufung. Das Publikum weiß um seine Bühnenidentität als Prince, da damit geworben

---

<sup>37</sup> Dies müßte eigentlich selbst für DeCordova und die anderen Autoren gelten, hätten sie sich mit Méliès befaßt.

wird. Es kennt allerdings den wahren Namen des Darstellers nicht. Sein Leinwanderfolg als Komiker wird von der Filmindustrie gesteuert. Rigadin ist als (etwas unbedarfter) Charakter angelegt und bildet den Mittelpunkt filmischer Erzählungen.

- Max Linder stellt eine mit den Jahren immer differenzierter angelegte Figur dar. Die Filmindustrie baut ihn langsam zum Star auf, d.h. Max Linder wird zur Figur Max und wieder zur Persönlichkeit Max Linder. Er steht im Mittelpunkt komisch-romantischer Geschichten, oft unterstützt von einer gutaussehenden Partnerin, die ihm Gelegenheit zu Liebeszenen gibt. Mit seiner spielerischen Leichtigkeit verkörpert der – von den Frauen beehrte, von den Kollegen geachtete – elegante Dandy Max ein Persönlichkeitsideal, was ihn zum Publikumsliebling macht.

Es läßt sich schlußfolgern, daß ohne Medioumfeld das Starsystem in Hollywood nicht entstanden wäre, wie DeCordova eindeutig nachweist. Unsere Untersuchung zeigt aber, daß das Starsystem nach dem Modell Hollywood und das Phänomen des Stars einander nicht unbedingt bedingen, daß eine Existenz außerhalb der Filmindustrie und die Bekanntheit des Darstellernamens dafür nicht Voraussetzung sind. Entscheidend ist in der Frühzeit des Kinos allein die Vertrautheit der Zuschauer mit dem Gesicht bzw. der Gestalt.<sup>38</sup>

Méliès und seine Kollegen folgen hier im Grunde nur dem Prinzip, das die Aristokratie ihnen vorgelebt hat. Jeder Herrscher, ob nun Königin Victoria oder Kaiser Wilhelm II., ließ damals in jeder Amtsstube seines Reiches sein Porträt aufstellen, damit auch im kleinsten Dorf alle Menschen das Gesicht des Herrschenden kannten. Permanent präsent zu sein, war die Devise, damit der Ruhm nicht verflachte, damit der Throninhaber nicht durch den Alltag im Bewußtsein der Untertanen verdrängt wurde.<sup>39</sup>

Wie die Mächtigen leben Méliès, Deed, Prince und Linder für ihren Beruf, wollen Erfolg und Popularität. Was sie von anderen Akteuren unterscheidet, ist ihr absolutes Bestreben, beim Film Karriere zu machen, weshalb sie auch nicht zur Bühne zurückkehren. DeCordova zieht für sie den Ausdruck *picture personalities* vor. Um die vier genannten Fälle zu umschreiben, reicht der Begriff jedoch nicht aus. Méliès, Deed, Rigadin und Linder errei-

---

<sup>38</sup> Vgl. hierzu den in diesem Band veröffentlichten Artikel über "The Girl of a Thousand Faces" aus dem Jahre 1910, der dies mehr als deutlich macht.

<sup>39</sup> Die Kinematographie kommt deshalb bei den Regierenden auch schnell gut an, denn sie erreicht dasselbe Ziel auf effektivere Weise.

chen eine außergewöhnliche Stellung im Filmgeschäft, die weit über die anderer Schauspieler hinausgeht. Obwohl ihre eigenen Namen im Film wie in der für das Publikum bestimmten Werbung nicht genannt werden, sie dadurch 'Unbekannte' bleiben, kann man den untersuchten Künstlern eindeutig Qualitäten zuerkennen, die zur Bestimmung heutiger Stars ebenfalls herangezogen werden: finanzieller Erfolg, (inter-) nationale Popularität, Fanpost, Engagement im Ausland, Objekt von Vermarktungsstrategien. Richard DeCordova (1990,1) meint in seinem Buch: "Within the space of a very few years there was a transition from a cinema completely without stars to a cinema wholly dependent of them." Zum einen sieht man heute die Entstehung der Kinematographie nicht mehr als ein datierbares Ereignis, sondern als Ergebnis kultureller Serien (vgl. Gaudreault 1997, 119ff) wie Photographie, phasiologische Studien und Projektionskünste. Auch die Institution "Filmstar" entwickelt sich nicht "innerhalb weniger Jahre", sondern ist das Produkt von Prozessen, die lange vorher einsetzen.

Zum anderen produziert die Auffassung von "Stars als Kreationen des Medienumfeldes", die auch bei anderen, eingangs genannten Autoren zu finden ist, einen Maßstab, der den Bedingungen der Frühzeit nicht gerecht wird. Da um diese Zeit weder die Institution Hollywood noch ein von der Filmindustrie organisiertes Starsystem existieren, können die zum Zeitpunkt des Todes von Valentino bereits typischen Merkmale des Phänomens (z.B. das außerfilmische Image) natürlich noch nicht beobachtet werden. Das bedeutet jedoch nicht, daß die Zeit vor 1910 deshalb 'sternenleer' war.

Man muß die Frühzeit des neuen Mediums unter anderen Vorzeichen studieren, um deren spezifische Regeln zu entdecken: Hohe Leinwandpräsenz und (abgesehen von Méliès) eine eindeutige Rollengestaltung sichern Popularität, nicht die filmexterne Medienbegleitung. Denn der noch im Entstehen begriffene Filmmarkt und die damalige Vormachtstellung der Franzosen versetzen Schauspieler wie Méliès, Deed, Bressol, Linder und Prince in eine einmalige Lage. Sobald der Filmmarkt etabliert ist und feste Ensembles entstehen, ist die Filmindustrie gezwungen, ein System aufzubauen, das ihren Schauspielern hilft, sich von anderen zu unterscheiden (was bei Linder und Rigadin bereits in Ansätzen sichtbar wird, wenn auch ohne Mithilfe der Presse). Um zum Star aufzusteigen, bedarf es nun des Starsystems, wie es DeCordova schildert.

## Literatur

- Birett, Herbert (1994) *Lichtspiele. Der Kino in Deutschland bis 1914*. München: Q-Verlag.
- Borde, Raymond (1988) *Les cinémathèques*. O.O.: Ramsey.
- Bousquet, Henri (1993) *Catalogue Pathé des années 1896 à 1914*. Bd. 2: 1907, 1908, 1909. O.O. [Bures-sur-Yvette]: beim Autor.
- (1994) *Catalogue Pathé des années 1895 à 1914*. Bd. 3: 1910, 1911. O.O. [Bures-sur-Yvette]: beim Autor.
- (1996) *Catalogue Pathé des années 1896 à 1914*. Bd. 4: 1896 à 1906. O.O. [Bures-sur-Yvette]: beim Autor.
- Bowser, Eileen (1994) *History of the American Cinema, Band II: The Transformation of Cinema, 1907-1915*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.
- Cherchi Usai, Paolo (1992) Société française des films et cinématographes Eclair 1907-1919. In: *Griffithiana* 15, Nr. 44/45, S. 28-88.
- Le cinéma* (1984) *Grande histoire illustrée du 7e art*. Bd. 9. Paris: Edition Atlas.
- DeCordova, Richard (1990) *Picture Personalities. The Emergence of the Star System in America*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Dyer, Richard (1979) *Stars*. London: British Film Institute.
- Ford, Charles / Jeanne, René (1964) *Les vedettes de l'écran*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Gaudreault, André (1997) Les Vues cinématographiques selon Georges Méliès, ou: comment Mitry et Sadoul avaient peut-être raison d'avoir tort (même si c'est surtout Deslandes qu'il faut lire et relire)... In: *Georges Méliès, l'illusionniste fin de siècle? Actes du colloques de Cerisy-la-Salle, 13-22 août 1996*. Hrsg. v. Jacques Malthête & Michel Marie. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle, S. 111-131.
- Gunning, Tom (1990) The Cinema of Attractions. Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde. In: *Early Cinema. Space, Frame, Narrative*. Hrsg. v. Thomas Elsaesser & Adam Barker. London: British Film Institute, S. 56-62.
- (1991) *D.W. Griffith and the Origins of American Narrative Film. The Early Years at Biograph*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Jasset, Victorin (1911) Etudes sur la mise en scène en cinématographie. In: *Ciné-Journal*, Nr. 168 v. 11.11.1911, S. 19, 38 u. 41.
- Jenn, Pierre (1984) Jehanne d'Alcy, l'anti-star de la Star-Film. In: *1895-1910: Les pionniers du cinéma français, L'Avant-Scène Cinéma*, Nr. 334, November, S. 84-89.
- Kessler, Frank / Lenk, Sabine (1997), L'adresse Méliès. In: *Georges Méliès, l'illusionniste fin de siècle?* Hrsg. v. Michel Marie & Jacques Malthête. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle, S. 183-199.
- Lenk, Sabine (1989) *Théâtre contre cinéma. Die Diskussion um Kino und Theater vor dem Ersten Weltkrieg in Frankreich*. Münster: MAkS Publikationen.

- Loiperdinger, Martin (1992) Kino der Kaiserzeit. In: *Viel Vergnügen. Öffentliche Lustbarkeiten im Ruhrgebiet der Jahrhundertwende*. Hrsg. von Lisa Kosok & Mathilde Jamin. Essen: Ruhrlandmuseum Essen, S. 106-119.
- Malthête-Méliès, Madeleine (1973) *Méliès l'enchanteur*. Paris: Opéra Mundi/Hachette.
- Morin, Edgar (1972) *Les stars*. (3. Auflage) Paris: Editions du Seuil.
- Musser, Charles (1990) *History of the American Cinema. Vol. 1: The Emergence of Cinema. The American Screen to 1907*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.
- (1991) *Before the Nickelodeon. Edwin S. Porter and the Edison Manufacturing Company*. Berkeley/Los Angeles/Oxford: University of California Press.
- Pougin, Arthur (1985) *Dictionnaire historique et pittoresque du théâtre et des arts qui s'y rattachent*. Bd. 1. Plan-de-la-Tour: Editions d'aujourd'hui [Erstausgabe: 1885].
- Schlüpmann, Heide (1990) *Unheimlichkeit des Blicks. Das Drama des frühen deutschen Kinos*. Basel/Frankfurt a.M.: Stroemfeld/Roter Stern.
- Slide, Anthony (1978) *Aspects of Film History Prior to 1920*. Metuchen/London: The Scarecrow Press.
- Georges Sadoul (1978) *Histoire générale du cinéma*. Bd. 2. Paris: Editions Denoël.
- (1985) *Lumière et Méliès*. Paris: Lherminier.
- Zglinicki, Friedrich von (1979) *Der Weg des Films*, Bd. 1. Hildesheim: Georg Olms.