

# Deutsche Lichtbild-Gesellschaft (DLG)

Die Bestrebungen, ein Unternehmen wie die DLG zu gründen, reichen bis in die Vorkriegszeit zurück. Unter Führung des Leipziger Verlages J.J. Weber trafen sich in der Vorkriegszeit führende Vertreter der Wirtschaft, der Kommunen und anderer Interessenverbände, um über Werbemöglichkeiten mit Hilfe des Filmes zu beraten. Der Kriegsausbruch ließ zunächst alle diesbezüglichen Bestrebungen in den Hintergrund rücken.

Im Zuge erster Vorbereitungen auf die Friedenswirtschaft trafen sich die an der Lichtspielwerbung interessierten Vertreter aus der Wirtschaft, der Regierung und der Kommunalpolitik am 1. April 1916 erneut, um über die Gründung eines Unternehmens zu beraten, das nicht nur Produktwerbung liefert sondern zugleich auch dem durch den Krieg verminderten deutschen Ansehen im Ausland entgegen arbeitet. Über die Zielstellung herrschte schnell Einigkeit. Unterschiedliche Auffassungen herrschten vor allem über die Rolle der Regierung innerhalb der zu gründenden Gesellschaft. Im Zuge der Verhandlungen gelang es der rheinisch-westfälischen Schwerindustrie unter Führung von Alfred Hugenberg einen dominierenden Einfluss zu gewinnen. Aus diesem Grund waren Vertreter der Regierung und des Militärs an dem am 18.11.1916 in Berlin gegründeten Unternehmen nicht beteiligt. Die Deutsche Lichtbild-Gesellschaft e.V. (Deulig) war als gemeinnützige Dachgesellschaft gegründet worden und agierte damit nicht gewinnorientiert. Als Unternehmenszweck wurde die planmäßige, durch Film vermittelte Werbearbeit für Deutschlands Kultur, Wirtschaft und Fremdenverkehr im In- und Ausland festgeschrieben. Das von Hugenberg indizierte Unternehmensmodell sah regelmäßige Beiträge der verschiedenen beteiligten Gruppen vor, die der Deutschen Lichtspiel-Gesellschaft GmbH (DLG) zur Herstellung von Filmen sowie deren Vertrieb und Verleih genutzt werden sollten. Die DLG selbst sollte überwiegend gewinnorientiert arbeiten, so dass sich das Kapital durch eigene Gewinne und regelmäßige Zuwendungen der Deulig vermehren sollte. Da sich 1916 die erwarteten Friedenshoffnungen nicht erfüllten und zugleich die Kriegsbegeisterung im Inland abnahm und im Ausland die deutschfeindlichen Strömungen zunehmend die öffentlichen Meinung beeinflusste, begann die DLG 1917 mit ihrer Arbeit und stellte 21 Filme her, im folgenden Jahr erhöhte sich die Zahl auf 129. Am 22.1.1917 übernahm die DLG die Hälfte der Regierungsstellen gegründeten Balkan-Orient-Film GmbH, die das Ziel einer dichten deutschen Werbung auf dem Balkan und in der Türkei verfolgte. Darüber hinaus hatte die DLG auch gute Beziehungen in den skandinavischen Raum. Nach dem Vorbild der Pathé wurden von der DLG geschlossene Beiprogramme verliehen, in denen unterhaltende und belehrende Filme dazu dienen sollten, dass die Zuschauer sich auch die Werbefilme ansehen.

Für das erste Geschäftsjahr wird die Vorführung von 32 Beiprogrammen in 144 Städten angegeben. Aus der DLG ging 1920 die Deuligfilm AG hervor.

Literatur: Barkhausen, Hans: Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg. Hildesheim/Zürich/New York: Olms Presse 1982. – Mühl-Benninghaus, Wolfgang: Vom Augusterlebnis zur UFA-Gründung. Der deutsche Film im 1. Weltkrieg. Berlin: Avinus 2004, S. 173-195.

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/d:deutschelichtbildgesellschaftdlg-3421>

Last update: **2011/08/03 23:27**

