

Boehner, Fritz (Friedrich Karl) ♂ Filmproduzent, Unternehmer, ★ 29.05.1896 Erlangen, † 29.06.1959 Erlangen, 0 Erlangen.

Vater: Wolfgang Wilhelm, Brauereidirektor; **Geschwister:** Ludwig (1901–1965), technischer Leiter der „Boehner-Film“; Eberhard († 1945), Leiter der Werbeabteilung Boehner-Film.

B. gehörte zu den erfolgreichsten mittelständischen Dokumentar- und Werbefilmproduzenten der 1920er- bis 1950er-Jahre in Deutschland. 1926 begründete er das größte Filmunternehmen Dresdens, die Firma Boehner-Reklame und Film. 1949 bis zu seinem Tod leitete er den Familienbetrieb in Erlangen. Seine Karriere sicherte B. durch eine strikt nach wirtschaftlichen Prämissen ausgerichtete Firmenpolitik sowie durch eine neutrale bis verhalten positive Haltung zum jeweiligen politischen System. – Nach Grund- und Realschulbesuch begann B. 1913 eine kaufmännische Lehre bei der Spezialfirma für medizinische und optische Geräte Reiniger, Gebbert & Schall AG in Erlangen. Nach freiwilligem Kriegseinsatz ab 1914 kehrte er 1916 als Kriegsversehrter in seine Heimatstadt zurück und übernahm die Leitung der Werbeabteilung seines Ausbildungsbetriebs. Nebenbei suchte B. Kontakt zum Medium Film, fungierte als Kinoleiter und verfasste Rezensionen für die Erlanger Tagespresse. November 1918 kam er nach Sachsen, wo er bis Mitte 1921 die Reklameabteilung der Textilwerke Wilhelm Kaufmann in Pirna leitete. Anschließend war er bei Sey & Hamm in Frankfurt/Main als Werbechef beschäftigt und gründete im November 1921 seine erste eigene Firma, die Deutsche Fachreklame GmbH. 1922/23 siedelte B. nach Dresden über. Dort brachte er als Leiter der ostsächsischen Filiale der Industrie-Film AG seine film- und werbespezifischen Kenntnisse ein, machte sich mit der örtlichen Filmproduktion vertraut und entdeckte Marktlücken, die ein überregional operierender Anbieter nicht abzudecken vermochte. Vom 15.1.1926 bis März 1945 war er Inhaber der Firma Boehner-Film. Er baute das Unternehmen mit Geschick, Offenheit für Verbesserungen und realistischem Gespür für

Vermarktungschancen seiner Produkte zu einem der größten deutschen Werbe- und Kulturfilmbetriebe aus (Herstellungsumfang bis 1945 ca. 2.000 Filme). Zunächst blieb er ganz der Region verhaftet, akquirierte beim örtlichen Gewerbe und bei städtischen Einrichtungen. Boehner-Filme bildeten industrielle Prozesse ab, zeigten Sachsens Städte und Landschaften oder dokumentierten lokale Institutionen und Ereignisse. Seine Stellung als Leiter der Filmstelle Dresdner Jahresschau nutzte B. geschickt für das eigene Unternehmen. Durch diese Tätigkeit festigte und erweiterte er seinen Kundenstamm, minimierte das Geschäftsrisiko und leistete zugleich Überzeugungsarbeit für den Werbefilm. Dem dienten auch seine Aktivitäten im Reklame- und Filmwesen. 1927 wurde B. Filmsachverständiger des Dresdner Stadtrats und später Sachbearbeiter für den Werbefilm im Verband deutscher Reklamefachleute. In der Fachpresse forderte B. mehr Anerkennung für den Werbefilm und erklärte die USA zum Vorbild für seine deutschen Berufskollegen. Als Mitglied der liberalen DDP engagierte er sich zudem im politischen Leben der Weimarer Republik. B. praktizierte in seinem Unternehmen eine strikte Arbeitsteilung, zeichnete selbst für alle kommerziellen Belange verantwortlich, setzte seine Brüder in Schlüsselpositionen ein und verpflichtete zur künstlerisch-technischen Umsetzung der Filme geschultes Fachpersonal, das er später selbst anlernte. B. entdeckte auch Talente im Amateurfilm, so den später bekannten Regisseur und Kameramann der Deutschen Film AG (DEFA) Richard Groschopp. Sich der Zugkraft technischer Neuerungen bewusst, ließ B. bereits im Gründungsjahr seiner Firma einen Farbfilm anfertigen und ihn zur Internationalen Gartenbauausstellung in Dresden uraufführen. Im Mai 1928 beteiligte sich sein Unternehmen an der Debatte um den Tonfilm und präsentierte auf der Ausstellung „Die Technische Stadt“ einen Film nach dem System Breusing, einer Technik, bei der der Ton zum Film von einer Schallplatte abgespielt wurde. Eine andere Pionierleistung war die Entwicklung des Stereo-Raum-Films in Deutschland. B. steuerte 1937 zusammen mit dem Filmtechnikhersteller Zeiss Ikon den Premierenfilm bei („Zum Greifen nah“). Aufgrund der kostenintensiven Umrüstung der Kinos blieb das System jedoch vorrangig militärischen Zwecken vorbehalten. Kreativen Geschäftsgeist pflegte B. v.a. in der Filmdistribution: Ziele waren die Mehrfachverwertung von Aufnahmen, die Marktbeherrschung im Bereich Kinovorprogrammreklame und die Ge-

winnsteigerung durch mobile Aufführungen. Einen Arbeitsnachweis-Informationsfilm konnte B. 1927 an verschiedene Arbeitsämter verkaufen („Anruf 25881“ bzw. „Anruf 24101“). Im kurzen Reklamefilm entwickelte er das Amortisationsprinzip weiter, hielt sog. Blanko- oder Standardfilme vor, die durch Austausch des Endtitels auf verschiedene Firmen hinweisen konnten. Diese Filme setzte er über ein dichtes Vertreternetz ab und erlangte schließlich in der Verbreitung von Werbedias und -filmen das Monopol in Sachsen. Auf Dresdner Kinos schnitt B. sog. Film-Magazine zu, die sich aus kurzen Werbespots und regionalen Neuigkeiten zusammensetzten. Die geringen Kosten machten das Format auch für Kleinbetriebe attraktiv. Um den Werbefilm zu verbreiten, offerierte B. ab 1930 Filmtourneen, Landbespielungen und mobile Tageslichtprojektoren. Zu dieser Zeit hatte sich das Herstellungsprofil seiner Firma verfestigt, es modifizierte sich erst im Kontext des Zweiten Weltkriegs. Neben Reklamekurzfilmen für den örtlichen Handel und Aktualitäten sowie Städtefilmen von Dresden und Umgebung (u.a. „Auf Landstraßen durch Sachsen“, 1929) umfasste es Industriefilme (Serie über die Werkzeugmaschinenfabrik Hille 1929/30) ebenso wie abendfüllende Reise- und Versicherungswerbefilme („Reisen im schönen Deutschland“, 1936), Repräsentations- und Beiprogrammkulturfilme („Messestadt Leipzig“, 1937) sowie Lehrfilme („Trajektverkehr Deutschland-Schweden“, 1938). Spielfilme hat B. nicht produziert. – Der geschäftliche Erfolg von B. bedingte erweiterte Raumkapazitäten, weshalb er 1938 in der Dresdner Innenstadt repräsentative Büros eröffnete und 1939 in geräumige Ateliers im ehemaligen Gasthof Reichsschmied in Dresden-Gorbitz expandierte. Dem Nationalsozialismus trat B., der ab Mai 1933 der NSDAP angehörte, nicht ablehnend gegenüber. Auch seine Funktion im Reklameverband, der sich nun Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute nannte, behielt B. Er veröffentlichte weiter in der Presse, positionierte seine Firma als konformes Glied des NS-Systems und produzierte so u.a. den Werbefilm für die führende sächsische NSDAP-Zeitung „Der Freiheitskampf“ („Du und Deine Zeitung“, 1934). Auch andere oberflächlich neutrale Kulturfilme bedienten die nationalsozialistische Ideologie („Sachsen, wie es wirklich ist“, 1935). Die Tendenz solcher Filme wurde von B. und seinen Mitarbeitern nach 1945 verdrängt und verkannt. Im Zweiten Weltkrieg fertigte B.s Unternehmen für die Marine-Hauptfilmstelle und ab Januar 1943 für die

Mars-Film GmbH u.a. plastische Lehrfilme zur Orientierung und Entfernungsmessung und sicherte sich so den Status „kriegswichtig“. Mit dieser Praxis der Anpassung um fast jeden Preis schützte B. seine Belegschaft vor dem Fronteinsatz. Zur selben Zeit verfilmte er auch einige Stücke der Hohensteiner Puppenbühne und drehte statt Produktinformationen kurze Sparaufforderungen. – Nach seiner Flucht vor der Roten Armee aus Dresden im März 1945 versuchte B. zunächst in Wirsberg/Oberfranken, eine neue Filmproduktion zu etablieren. Allerdings versagten ihm die US-amerikanischen Besatzungsbehörden die Lizenz. Der Betrieb in Dresden wurde 1946 enteignet und in die DEFA-Produktion Sachsen überführt. – B. kehrte in seine Geburtsstadt zurück und fungierte ab 1946 als Berater beim Filminstitut seines ehemaligen Kameramanns Erich Menzel. 1949 gründete er in Erlangen seine Firma Boehner-Film neu und unterhielt ab 1950 ein großes Studio im ehemaligen Hochbunker auf dem Heiligengeistfeld in Hamburg. Sein Neuanfang setzte zunächst auf Tradition. Wiederbelebt wurde das Werbekurzfilmgeschäft, die Kooperation mit der Hohensteiner Puppenbühne („Kasper gibt Vollgas“, 1951) und die Realisierung plastischer Filme. B. verbesserte sein Raumfilmverfahren und lieferte 1953 für die Volkswagen AG die ersten farbigen deutschen 3-D-Filme. Trotz solcher kurzfristigen Erfolge brachten ihn zwei Faktoren zunehmend ins Abseits. Zum einen gelang es B. nicht, in der Werbedistribution ähnlich monopolistisch zu agieren wie vor 1945. Zum anderen verkannte er den Stellenwert des Fernsehens als zukünftigen Hauptauftraggeber. B. wickelte Themen aus, die vom Wirtschaftswunder begünstigt waren und Aufklärung über die veränderten ökonomischen und politischen Strukturen boten. Industriefilme für Großunternehmen zählten ebenso dazu wie allgemeinbildende Streifen für Bundesbehörden („Unser Volk - Unser Staat“, 1959) und Lehrfilme für das Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht. Seine Sicht auf die jüngste Geschichte blieb eine verklärende, in seinen Erinnerungsfilmern wurden z.B. „verlorene Gebiete“ betrauert („Dresden - Die verschwundene Stadt“, 1955). B. widmete sich weiterhin der Filmpolitik, arbeitete im filmwirtschaftspolitischen Beirat der Spitzorganisation der deutschen Filmindustrie (Spio) und war 1956 bis 1958 Mitglied des Spio-Werbeausschusses. 1956 erhielt er das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse. _____

Quellen: Filmmuseum Potsdam, Sammlung; Zeitzeugengespräch mit dem Kameramann F. Lehmann 2004.

Werke: Filme (als Produzent): Anruf 24101 (1927), Anruf 25881 (1927), Auf Landstraßen durch Sachsen (1929), Reisen im schönen Deutschland (1936), Elbestadt bei Nacht (1937), Zum Greifen nah (1937), Trajektverkehr Deutschland-Schweden (1938), Kasper gibt Vollgas (1951), Dresden - Die verschwundene Stadt (1955), Unser Volk - Unser Staat (1959); Schriften: Streifzug durch die IV. Frankfurter Internationale Mustermesse, in: Die Reklame 1921, H. 6, S. 212-214, Der Großfilm der Industrie, sein Werden und seine Verwendung, in: ebd. 1927, H. 12, S. 424-426, Filmwerbung außerhalb des Lichtspieltheaters, in: Die Deutsche Werbung 1935, 2. Septemberheft, S. 1445-1448, Film und Werbung: „Licht aus!“ (15. Folge), in: Werben und Verkaufen 3/1943, S. 151-153, Vom Reklamefilm zum Film in der Werbung, in: Wirtschaft und Werbung 19/1956, S. 499f.

Literatur: 10 Jahre Boehner-Film, in: Werben und Verkaufen 1/1936, S. 31; Entwicklung des Werbefilms, in: Die Deutsche Werbung 4/1941, S. 244-249; 25 Jahre erfolgreiche Filmwerbung. Angebotskatalog der Boehner-Film Erlangen/Hamburg, Erlangen 1951; K. Lehrle, Deutscher Raumfilm System Zeiss Ikon, in: Das Photo-Magazin 5/1953, H. 10, S. 46f. (P); H. M. Bock (Hg.), CineGraph, München 1984; R. Groschopp, Faszination Film. Ein Gespräch, in: Aus der Theorie und Praxis des Films 3/1987, S. 10-16; U. Meyer, Vergessene Filmstadt Erlangen, in: J. Sandweg/G. Lehmann (Hg.), Hinter unzerstörten Fassaden, Erlangen 1996, S. 902-943 (P); A. Eckardt, Wurzeln, in: R. Schenk/S. Scholze (Red.), Die Trick-Fabrik, Berlin 2003, S. 31-41; ders., Im Dienst der Werbung, Berlin 2004; ders., Schlaglichter einer Filmstadt, in: Dresdner Hefte 82/2005, S. 13-20 (P); K. Hoffmann, Mobilisierung der „Werkgemeinschaft“, in: P. Zimmermann/ders. (Hg.), Geschichte des dokumentarischen Films in Deutschland, Bd. 3, Stuttgart 2005, S. 248-252.

Ralf Forster

16.4.2012

Empfohlene Zitierweise: Ralf Forster, Boehner, Fritz (Friedrich Karl), in:
Sächsische Biografie, hrsg. vom Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde e.V.
Online-Ausgabe: <https://www.isgv.de/saebi/> (8.8.2024)

Normdaten:

Permalink: <https://saebi.isgv.de/gnd/141753943>

GND: 141753943

SNR: 24022

PDF-Erstellungsdatum: 8.8.2024

LaTeX-PDF