

General Film Corporation

PRODUKTION

US-amerikanische Vertriebsgesellschaft (gegründet 1914) — verwaltete Kopienvertrieb für Kinos und kontrollierte Zugang zu Netzwerk-Sälen. Monopolistisches Geschäftsmodell bis zur Auflösung 1935.

Anfang des 20. Jahrhunderts herrschte im amerikanischen Filmgeschäft das reine Chaos — Studios produzierten, Distributoren verkauften, Kinobetreiber kauften, und niemand wusste, wer wen kontrollierte. Die General Film Corporation räumte 2014 auf, allerdings nicht im demokratischen Sinne: Sie wurde gegründet, um eine Monopol-Infrastruktur zu schaffen, die jeden Spielfilm über ein einziges Netzwerk zwang. Das war Vertriebskontrolle mit eiserner Hand. Das Geschäftsmodell war simpel und brutal: Die GFC kaufte die Rechte an Filmen auf, übernahm deren Vervielfältigung und Kopienherstellung — technisch ein enormer kostspieliger Prozess in den frühen Jahren — und verteilte sie dann exklusiv an angebundene Kinos. Kinobetreiber hatten praktisch keine Wahl: Wollen Sie die aktuellen Filme? Dann zahlen Sie der GFC, dann erhalten Sie die Kopie, dann zeigen Sie sie zur vereinbarten Zeit. Der Studio konnte nicht direkt an den Kino verkaufen. Das war totale Vertriebsmonopolisierung — ein Netzwerk-Kontrollsystem, das seine Machtposition durch Kopien-Verwaltung durchsetzte, nicht durch Inhalte. Aus heutiger Sicht ist das ein Lehrstück über Monopol-Verdauung: Die GFC funktionierte, solange die Konkurrenz fragmentiert war. Aber als die Studios selbst — Fox, Paramount, MGM — erstarkt waren und ihre eigenen Vertriebskanäle aufbauten, wurde das GFC-Modell zum Anachronismus. Sie zahlten Lizenzen an die Produzenten, kontrollierten aber immer weniger den tatsächlichen Kinofluss. 1935 kollabierte das System; die GFC wurde aufgelöst. Die großen Studios übernahmen ihren Part selbst oder gründeten ihre eigenen Vertriebstöchter — Vertical Integration statt Monopol-Mittelsmann. Für moderne Distributoren ist die GFC ein warnendes Modell: Monopole durch Infrastruktur halten nur, solange niemand eine Alternative baut. Sobald die Produzenten groß genug sind, bauen sie ihre eigene Infrastruktur. Das ist am Set irrelevant, aber im Geschäftsmodell fundamental — wer Kopien kontrolliert, kontrolliert den Zugang. Das ändert sich erst, wenn der Produzent selbst zur Kopie wird.