

Ufa-Film GmbH (Ufi)

PRODUKTION

Nachkriegs-Produktionsgesellschaft (gegründet 1955), hervorgegangen aus Ufa-Vermögen — Konkurrenzunternehmen zur Ursprungs-Ufa. Drehte Heimatfilme und Unterhaltungskino.

Die Ufa-Film GmbH — Gründung 1955 — entstand aus einer Konkursmasse und einem zivilen Rechtsstreit, nicht aus einer Kontinuität. Das ist der Knackpunkt: Wer darf den Namen tragen, wenn das Original beschlagnahmt, demontiert und zwischen Siegermächten aufgeteilt ist? Die Nachkriegs-Ufi beanspruchte das Erbe, das Drehbuch-Archiv, die Marke — und spekulierte auf nostalgia beim Publikum. Das war Kalkül, keine Tradition. Was die Ufi konkret machte: Heimatfilm-Produktion im industriellen Rhythmus. Bajazzo-Melodramen, Schwarzwälder Kirsch-Sentimentalität, Liebesgeschichten vor Alpen-Kulissen. Der Heimatfilm war das sichere Geschäft der 1950er und frühen 1960er — garantierte Auslastung in Kinos der Provinz. Die Ufi drehte zwischen 8 und 15 Filme pro Jahr, arbeitet mit etablierten Regisseuren (Helmut Käutner, Kurt Hoffmann), Mittelklasse-Stars (Karin Dor, Romy Schneider in den Frühjahren). Technisch sauber, farbig (Agfacolor, später Eastmancolor), aber künstlerisch defensiv — die Produktion war ein Gewerbe, kein Experiment. Für die Production-Seite relevant: Die Ufi verfügte über Studios in München und Berlin-Spandau — Außenaufnahmen in Oberbayern, Tirol, Schwarzwald waren der Standard. Schnelle Drehtermine (3-4 Wochen pro Film), kleine Crews, bewährte Set-Gesichter. Das Geschäftsmodell war Massenproduktion für ein Publikum, das Wiedererkennbarkeit wollte: die gleichen Genres, die gleichen Orte, die gleiche emotionale Temperatur. Kein Risiko. Die Kamera-Arbeit folgte nüchternen Konventionen — klassische Ausleuchtung, stabile Kompositionen, nichts Experimentelles. Die Ufi kollabierte Anfang der 1960er, als das Kino-Publikum kollabierte. Die Heimatfilm-Mode vorbei. Fernsehen kam. Das Unternehmen wurde 1965 aufgelöst. Historisch war sie eine reine Opportunisten-Gründung — nicht Nachfolger der Ufa im künstlerischen Sinn, sondern ein Exploitant der Marke und des Publikums-Appetits. Für Filmhistoriker interessant als Marker der Nachkriegs-Unterhaltungs-Industrie; für Cutter und DoP heute eher Archiv-Material mit geringem Anspruch.