

Vitagraph Company of America

THEORIE

Amerikanisches Produktionsunternehmen (1897–1925), Pionier der narrativen Filmtechnik und Studiostruktur. Etablierte Starvertragssystem und Genreformate, die Hollywood definieren sollten.

Die Vitagraph Company of America war eine Produktionsfirma, in der sich zentrale Prinzipien des späteren Hollywood-Studiosystems herausbildeten. Gegründet 1897 von Albert E. Smith und J. Stuart Blackton, setzte Vitagraph Standards, die bis heute nachwirken: das Starvertragssystem, die Genre-Spezialisierung, die professionelle Studioinfrastruktur. Auf der technischen Seite war Vitagraph radikal pragmatisch. Smith entwickelte früh eigene Kameratechnik, experimentierte mit Narrative Montage — also der bewussten Schnittfolge, um Zeit und Raum zu strukturieren — während andere Produzenten noch einfach nur Szenen hintereinander aneinanderreichten. Die Company baute eines der ersten kontrollierten Filmstudios in Brooklyn, nicht nur als Lagerhalle, sondern als Produktionsstätte mit durchdachtem Workflow: Drehbuch, Vorlauf-Planning, Kostüm-Department, Set-Design. 1905 war das radikal neu. Blackton inszenierte hier Adaptionen klassischer Literatur und realisierte frühe Spezialeffekte — die Vitagraph diente zugleich als Werkstatt für Tricks und technische Innovation. Das Starvertragssystem war Vitagraphs größter konzeptioneller Beitrag. Die Company band Schauspieler vertraglich, zahlte ihnen regelmäßig, baute ihre Popularität durch kontinuierliche Rollen auf — und monetarisierte diese Popularität über Fotografien, Lobby Cards und später Merchandising. Florence Turner, Lawrence Trimble, John Bunny wurden Vitagraph-Stars, ihre Namen zogen Publikum an. Das war kein Zufall, sondern kalkulierte Markenbildung. Studio-System im Miniaturformat. Zwischen 1900 und 1915 war Vitagraph einer der drei dominanten Produzenten in Amerika, konkurrierend mit Edison und Biograph. Die Company produzierte Western, Comedies, Dramas, Dokumentation — experimentierte mit Längen von einer bis vier Rollen, während die Industrie noch um Standardisierung rang. Sie vertrieb weltweit, betrieb eigene Kinos, kontrollierte also Produktion, Distribution und Exhibition. Das ist vertikal integriertes Denken, das später MGM, Warner und Paramount perfektionierten. Vitagraphs Niedergang nach 1920 war nicht technisch, sondern ökonomisch bedingt. Neue Player wie Fox und Universal waren größer, kapitalstärker, aggressiver. 1925 wurde Vitagraph absorbiert — das Unternehmen verschwand. Seine Strukturlogik bestand fort. Wer heute ein Studio führt oder am Set arbeitet, operiert in Kategorien, die Vitagraph etabliert hat: der Star als Asset, das Genre als Produktionsformat, das Szenario als Drehbuch, die Montage als dramaturgisches Werkzeug.