

Das Wissen

Der Disney-Konzern – Vom weißen Entenhausen zur Schwarzen Arielle

Von Christoph Drösser

Sendung vom: Donnerstag, 19. Dezember 2024, 8:30 Uhr
(Erst-Sendung vom: Dienstag, 10. Oktober 2023, 8:30 Uhr)

Redaktion: Gábor Paál

Regie: Autorenproduktion

Produktion: SWR 2023/2024

Es begann mit Micky Maus. Heute ist Disney ein politischer Faktor in den USA. Einst Inbegriff des weißen Familienideals, ist der Konzern längst divers geworden, manche sagen: woke. Wirklich?

Das Wissen können Sie auch im **Webradio** unter [swrkultur.de](https://www.swr.de/swrkultur.de) und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:

<https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: <https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html>

MANUSKRIFT

Atmo 01: Autor in Disneyland, läuft die „Main Street USA“ herunter

Sprecher:

Disneyland in der Nähe von Los Angeles. Ich laufe die Main Street USA hinunter – die Hauptstraße, auf die jeder Besucher gleich am Anfang geleitet wird. Ein idyllisches Klischeebild einer amerikanischen Kleinstadt, wie sie vor 100 Jahren vielleicht einmal ausgesehen hat. Überall Familien mit Mausohren oder anderen Disney-Kostümen. Aber heute sehe ich auch viele Menschen mit roten T-Shirts, die sich damit als Besucher der Gay Days **(1)** zu erkennen geben. Schwulentage in Disneyland. Ist der Medienkonzern, der doch sonst für konservative amerikanische Werte steht, plötzlich progressiv geworden oder „woke“, wie man hier sagt?

Ansage:

Der Disney-Konzern – Vom weißen Entenhausen zur Schwarzen Arielle. Von Christoph Drösser.

Sprecher:

Die Gay Days sind keine offizielle Disney-Veranstaltung, aber der Konzern duldet sie, sponsert sie sogar, erzählt Eddie Shapiro, der die Tradition vor 25 Jahren mitbegründet hat.

O-Ton 01 Eddie Shapiro (Mitbegründer Gay Days):

They are very protective of their brand. But part of that brand is also saying that everybody's welcome here ...

Sprecher:

Disney sei zwar sehr besorgt um seine Marke, lege aber auch Wert darauf, dass jeder und jede im Park willkommen sei. Über die Jahre habe sich aus der Duldung eine fruchtbare Zusammenarbeit entwickelt.

O-Ton 02 Eddie Shapiro:

... to a real partnership that we enjoy today.

Sprecher:

Disney steht ja eher für konservative amerikanische Familienwerte. Warum stehen Schwule so auf Disney?

O-Ton 03 Eddie Shapiro:

Many of us as gay people grew up feeling like the outsider, the other, the underdog...

Sprecher:

Viele Schwule seien mit dem Gefühl aufgewachsen, Außenseiter zu sein. Und in Disney-Geschichten seien die Helden fast immer Außenseiter, die ihren Weg machen, von Dumbo bis Arielle. Diese saubere Mainstreet USA, wo niemand gemobbt wird, übe eine ganz besondere Anziehung auf sie aus.

O-Ton 04 Eddie Shapiro:

... and then on top of that, it's fabulous. There's music, characters, there are colors. It's bright, it's delightful.

Atmo 02: Filmausschnitt Steamboat Willie**Sprecher:**

Am 16. Oktober 1923 hat Walt Disney mit seinem Bruder Roy die Firma gegründet. In dem Kurzfilm *Steamboat Willie* (2) trat zum ersten Mal eine Figur auf, die sehr schnell Weltkarriere machte: Micky Maus. 98 Prozent aller Kinder weltweit kennen die Maus, sagt Disney. Ihren Kopf mit den zwei schwarzen Ohren kann jeder mit nur drei Kreisen skizzieren. Ihr Schöpfer Walt Disney starb 1966. Würde er seine Firma heute noch wiedererkennen? Dazu muss man ein wenig über den Mann wissen. Der Disney-Konzern pflegt die Legende vom genialen Künstler und Unternehmer, der wie kein anderer dafür steht, dass es im Land der unbegrenzten Möglichkeiten jeder und jede zu etwas bringen kann. Der klassische Self-Made-Man. Der hatte zunächst einmal keine leichte Kindheit, erzählt Stacy Mintzer Herlihy, die ein Buch über den Disney-Konzern (3) geschrieben hat.

O-Ton 05 Stacy Mintzer Herlihy (Autorin):

He was not an upper class person. ... It was mean, it was cruel.

Voice-Over (Stacy Mintzer Herlihy):

Er gehörte nicht zur Oberschicht. Er gehörte zur Arbeiterklasse. Sein Vater konnte die Familie nicht ohne die Hilfe seines Sohnes ernähren. Walt musste zu unchristlichen Zeiten aus dem Bett und Zeitungen austragen, um die Familie zu unterstützen. Disney hat die Kindheit immer in eine Art lieblichen Schleier gehüllt, und ich dachte, so sei auch seine Kindheit gewesen. Aber so war sie nicht. Sie war grausam.

O-Ton 06 Walt Disney 1951:

Well – naturally when you're trying to appeal to the public so that your films will be successful ...

Sprecher:

Das ist Walt Disney im Jahr 1951 in einem Interview mit dem NDR. In voller Länge steht es im Archivradio des SWR (4). Disney betonte immer, dass er keine Kunst mache, sondern ein Unterhaltungsprodukt, das er an möglichst viele Menschen verkaufen wollte.

O-Ton 07 NDR-Sprecher 1951:

Walt Disney sagte lächelnd: Wenn Sie die Öffentlichkeit ansprechen wollen und wenn Sie wünschen, dass Ihr Film erfolgreich wird, dann müssen Sie nach etwas suchen, was das Publikum anspricht. Ich vergleiche das zum Beispiel mit einem Geschäftsmann, der eine neue Art Tomaten in Dosen zu verkaufen hat und dafür den richtigen Namen sucht.

O-Ton 08 Janet Wasko (Medienwissenschaftlerin):

He wasn't a great animator ... It's all about entertainment.

Voice-Over (Janet Wasko):

Er war kein besonders guter Animator, er hat im Lauf der Zeit immer weniger gezeichnet. Aber er hatte ein Gespür für Geschichten und einen Sinn für Unterhaltung. Das Motiv zieht sich durch viele Biografien: „Es ist alles nur Entertainment.“

Sprecher:

Das ist Janet Wasko, eine Medienwissenschaftlerin an der University of Oregon. Sie hat ein Buch geschrieben mit dem Titel *Understanding Disney – „Disney verstehen – die Manufaktur der Fantasie (5)“*. Sie wirft einen kritischen Blick auf den Konzern. Aber wenn sie ihren Disney-Kurs an der Uni gibt, muss sie das behutsam angehen – auch in der heutigen Studierenden-Generation ist Disney noch mit vielen positiven Gefühlen besetzt.

O-Ton 09 Janet Wasko:

Most of them are extremely fond of Disney ... but also just a glorification of him.

Voice-Over (Janet Wasko):

Die meisten lieben Disney. Walt Disney ist für sie immer noch ein kreatives Genie, ein Visionär und so weiter. Die Firma pflegt dieses Image in vielen Varianten. Er wird regelrecht glorifiziert.

Musik: Whistle While You Work (aus Die drei kleinen Schweinchen)**Sprecher:**

Disney gehörte zu den Ersten, die Ton im Trickfilm einsetzten. Er war ein Pionier des Farbfilms. Und er hatte den Mut, mit der aufwendigen Zeichentrickfilm-Technik abendfüllende Spielfilme wie *Schneewittchen und die sieben Zwerge* und *Fantasia* zu produzieren. Die spielten ihre Produktionskosten nicht ein – deshalb setzte Disney schon früh auf Merchandising und verkaufte allerlei Produkte rund um seine Trickfilm-Helden. Wirklich reich wurde er damit jedoch zunächst nicht.

O-Ton 10 Stacy Mintzer Herlihy:

Disney always sort of was this dreamer, you have his brother, his older brother, and he's telling him, you can't do this, you know, where's the money. Disney was kind of almost always teetering on the verge of bankruptcy because animation is expensive.

Voice-Over (Stacy Mintzer Herlihy):

Disney war immer ein Träumer, sein älterer Bruder fragte immer: „Wie kann man damit Geld verdienen?“ Disney stand fast immer am Rande des Bankrotts, denn Animationsfilme sind teuer.

Sprecher:

Der zweite Weltkrieg bricht aus, und Disney handelt patriotisch: Er produziert eine Reihe von Propagandafilmen für die US-Regierung. Zum Selbstkostenpreis, nicht um Geld zu verdienen. Zum Beispiel veralbert er Hitler in dem Film *Der Fuehrer's Face* (6).

Atmo 03 Filmausschnitt: Der Fuhrer's Face**Sprecher:**

Nach dem Krieg trifft Disney zwei Entscheidungen, die zur Grundlage für seinen späteren geschäftlichen Erfolg werden – und die beide nicht direkt mit der Produktion von Trickfilmen zu tun haben.

O-Ton 11 Stacy Mintzer Herlihy:

He went on television when nobody was quite sure television was going to work. And he said, no, this is an opportunity.

Sprecher:

Disney ging ins Fernsehen, als andere Filmproduzenten das neue Medium noch als Konkurrenz sahen. Bis zu seinem Tod erschien Walt Disney jede Woche auf den Bildschirmen, als der gemütliche Onkel Walt, und sprach zur Nation.

O-Ton 12 Stacy Mintzer Herlihy:

It was a program „Walt Disney presents“ ... Every Sunday night.

Voice-Over (Stacy Mintzer Herlihy):

Die Sendung hieß "Walt Disney presents". Und wir saßen mit der ganzen Familie sonntags von sieben bis acht Uhr abends vor dem Fernseher.

Sprecher:

In seinen Sendungen wandte sich Walt Disney auch ernsteren Themen zu.

Atmo 04 Disney-Sendung:

One of man's oldest dreams has been the desire for space travel, to travel to other worlds.

Sprecher:

Viele glauben, dass seine Sendungen über den Weltraum mit den Anstoß für die amerikanische Raumfahrt gegeben haben. Und auch in Deutschland betrieb Disney wissenschaftliche Aufklärung. Hier ein Ausschnitt aus einem Interview mit dem RIAS Berlin aus dem Jahr 1957.

Atmo 05: Beitrag „Flimmerkiste“/RIAS 1957**O-Ton 13 Sprecher RIAS:**

Was ist Ihre erste Überlegung bei der Themenwahl? Wissenschaftliche Forschung, Unterhaltung oder beides?

O-Ton 14 Walt Disney:

Well, Entertainment is still our first consideration of all types of product, whether it's theater screen or for TV.

O-Ton 15 Sprecher RIAS:

Der Unterhaltungsfaktor ist immer der entscheidende Punkt bei allen Produktionen, für das Kino ebenso wie für das Fernsehen. Die Wissenschaft z.B. fasziniert die breiten Massen in allen Phasen.

O-Ton 16 Walt Disney:

An interesting example is *Our Friend, The Atom*, prepared by Dr. Heinz Haber for a Disneyland television show.

O-Ton 17 Sprecher RIAS:

Ein interessantes Beispiel ist *Unser Freund, das Atom (7)*, das Dr. Heinz Haber für Disneyland vorbereitet.

Sprecher:

Professor Heinz Haber, der später die ersten Wissenschaftsmagazine im deutschen Fernsehen präsentierte, begann seine Karriere bei Disney.

Atmo 06 Filmausschnitt: Unser Freund, das Atom:

Heinz Haber: Die großen Wissenschaftler vor uns haben uns das Wissen um das Atom geschenkt und unser letzter Wunsch wird in Erfüllung gehen, wenn wir das Wissen um diese Kraft in ihrem Geiste verwenden. Dann wird das Atom wahrhaft zu unserem Freunde werden. (Musik)

Sprecher:

„Disneyland“ war damals noch der Titel von Disneys Fernsehsendung. Aber das Jahr 1955 brachte die zweite geniale Nachkriegs-Innovation der Firma Disney: Der gleichnamige Vergnügungspark in der Nähe von Los Angeles wurde eröffnet, der bis heute jedes Jahr Millionen von Touristen anzieht.

Atmo 07 Disneyland-Eröffnung:

Disneyland Southern California's \$17 million playground dedicated to children both young and old, opened its gates to the public today.

Sprecher:

Noch größer sollte Walt Disney World in Florida werden, dessen Eröffnung im Jahr 1971 Disney nicht mehr erlebte. Verantwortlich für die Planung war Disneys Bruder Roy, der die Geschäfte der Firma führte. Der Gründer selber widmete sich in seinen letzten Lebensjahren einer anderen Vision.

Atmo 08 Epcot-Film:

So that's what Epcot is – an experimental prototype community, that will always be in a state of becoming.

Sprecher:

Disney hatte in Florida große Flächen aufgekauft – viel mehr, als für den reinen Vergnügungspark von Disney World benötigt wurde. Und so träumte er von einer experimentellen Lebensgemeinschaft namens Epcot **(8)**. In einer High-Tech-Großkommune sollte ein Zukunftsmodell eines harmonischen Kleinstadt-Lebens verwirklicht werden, das Disney in seiner Kindheit immer versagt geblieben war.

Aus der Kommune wurde nichts – als Epcot 1982 endlich eröffnet wurde, war es nur ein weiterer Disney-Themenpark, in dem Firmen ihre neuesten technischen Innovationen vorstellen.

Atmo 09 Epcot-Eröffnung:
„21st century's here ...“**Sprecher:**

Walt Disney starb 1966 an Lungenkrebs. Sein Tod stürzte die Firma in eine Krise.

O-Ton 18 Janet Wasko:

They had a kind of, you know, not really quite knowing what to do ...a new regime came in in the 70s.

Voice-Over (Janet Wasko):

Sie wussten nicht, was sie tun sollten. Sie haben Entwicklungen wie Kabel und Heimvideo verpasst, bis in den 70er- und 80er-Jahren ein neues Management das Ruder übernahm und die Firma expandierte.

Sprecher:

Man besann sich auf die alten Filme der 30er und 40er Jahre, brachte sie in neuen Versionen heraus – aber es fehlten Ideen für die Zukunft. Ein geflügeltes Wort ging um in der Firma: *What would Walt do?* – „Was würde Walt tun?“ Und niemand hatte wirklich eine Antwort darauf. Das Geschäft lief, aber die Vision fehlte.

1980 bewarb sich ein junger deutscher Animator namens Andreas Deja bei Disney. Er schickte seine Zeichnungen nach Kalifornien. Bis heute hat er die Antwort von Disney aufbewahrt. Schick uns keine Zeichnungen von Micky Maus und Pluto, schrieb die Firma. Finde deinen eigenen Stil, nimm Kunstunterricht – und geh in den Zoo und studiere die Tiere.

O-Ton 19 Andreas Deja (Trickfilmzeichner):

In den Zoo gehen ständig und Tiere zeichnen – das ist alles irgendwie ein bisschen viel, aber das war mir irgendwie klar, dass man das machen musste. Und es hat auch Spaß gemacht. Und dann klappte das auf einmal irgendwie alles auch.

Sprecher:

Andreas Deja beschreibt die Zeit der Orientierungslosigkeit in seinen ersten Jahren bei Disney, als Michael Eisner und Jeffrey Katzenberg das Ruder übernahmen.

O-Ton 20 Andreas Deja:

Und dann sah es auch noch nicht so gut aus, für uns zumindest, für die Trickfilmabteilung, denn die wurden überhört, die beiden, Eisner und Katzenberg, dass die gesagt haben, es braucht *wie* lange, diese Zeichentrickfilme, bis man die fertig macht? Und die mochten den Zeichentrickfilm gar nicht und wollten aus Disney ein ganz normales Filmstudio machen.

Sprecher:

Roy Disney sprach schließlich ein Machtwort, man besann sich auf Disneys Stärken, und ein neues goldenes Zeitalter des Trickfilms brach an, zu dem Andreas Deja viele Figuren beigesteuert hat. Filme wie *Falsches Spiel mit Roger Rabbit*, *Arielle*, *die Meerjungfrau*, *Die Schöne und das Biest* wurden nicht mehr als reine Kinderfilme wahrgenommen, sondern als Hollywood-Filme für die ganze Familie. Für *König der Löwen* zeichnete und animierte Andreas Deja den Bösewicht Scar. Und die Frage „Was würde Walt tun?“ wurde langsam zu den Akten gelegt.

Musik: Circle of Life (aus König der Löwen)**O-Ton 21 Andreas Deja:**

Das mit Walt Disney, das hörte schon damals auf nach *Black Cauldron*. Also bei der kleinen Meerjungfrau wussten wir, wir machen jetzt unsere eigenen Stories und wir fragen nicht mehr *What would Walt have done?* Das hat man nicht mehr gemacht und einfach auf unseren eigenen Geschmack uns irgendwie verlassen und halt unsere Storys gemacht. Und das kam dann auch an, weil das irgendwie frischer wirkte.

Sprecher:

Disney wuchs und wuchs und wurde zum Sinnbild für perfekt gemachte, saubere Familienunterhaltung. Was macht einen Disney-Film aus? Janet Wasko hat das in ihrem Buch analysiert.

O-Ton 22 Janet Wasko:

The notion of magic ... family, magic, fun, happiness, and so forth.

Voice-Over (Janet Wasko):

Da ist immer der Begriff der Magie. Auch Fantasie und Kreativität. Die Figuren wünschen sich immer, jemand anderes oder irgendwo anders zu sein. Liebe auf den ersten Blick ist ein ständiges Thema, und natürlich Happy Ends. Das alles gibt es auch in anderen Hollywood-Filmen. Aber bei Disney ist es eine regelrechte Ideologie rund um Familie, Magie, Spaß, Glück und so weiter.

Sprecher:

Ein anderer Begriff zieht sich durch Waskos Analyse, der auf den ersten Blick gar nicht zu der Beschwörung von Fantasie und Kreativität passt: Kontrolle.

O-Ton 23 Janet Wasko:

It's been consistently ... So that's intense as well.

Voice-Over (Janet Wasko):

Dieser Begriff der Kontrolle taucht auf unterschiedliche Weise und zu unterschiedlichen Zeiten auf. In den Vergnügungsparks wird alles kontrolliert. Disney selbst kontrollierte seine Figuren und seine Filme. Und die Firma hat diese Kontrolle über ihre Produkte fortgesetzt.

Sprecher:

Keine Firma hütet ihre Markenrechte so eifersüchtig wie Disney. Die Firma hat schon Kindergärten verklagt, die Micky Maus oder Donald Duck als Wanddekoration verwendet haben. Und sie hat mit ihrem politischen Einfluss dafür gesorgt, dass der US-Kongress die Fristen für das Urheberrecht immer wieder verlängert hat – erst im Winter 2023 wird das Copyright auf *Steamboat Willie*, den ersten Micky-Maus-Film, auslaufen.

Musik: A Dream Is A Wish (aus Cinderella)**Sprecher:**

Wenn die Firma alte Märchen für die Leinwand adaptierte, wurden auch diese Geschichten der weichgespülten, immer positiven Disney-Ideologie angepasst, sagt Janet Wasko.

O-Ton 24 Janet Wasko:

They change certain aspects of the story ... or even know that it exists.

Voice-Over (Janet Wasko):

Sie haben die Geschichten verändert, damit sie zu Disney passen – die Happy Ends, die unglaublich schlanken und attraktiven Heldinnen. Interessant ist es zum Beispiel, Disneys „Kleine Meerjungfrau“ mit der Originalversion von Hans Christian Anderson zu vergleichen. Das tut das Publikum ja nicht – viele kennen das Original überhaupt nicht.

O-Ton 25 Amy Davis (Kulturwissenschaftlerin):

The history of the fairy tale is that it is a story constantly in flux ... thousands of years in some cases.

Voice-Over (Amy Davis):

Märchen sind Geschichten, die ständig im Fluss sind und vom jeweiligen Erzähler an die jeweilige Form und ans jeweilige Publikum angepasst werden. Und wir reden hier von Geschichten, die teilweise Tausende von Jahren zurückgehen.

Sprecher:

Dieser Widerspruch kommt von Amy Davis, einer Kulturwissenschaftlerin an der Universität von Hull in England. Märchen sind Allgemeingut und werden ständig verändert. Etwa die sieben Zwerge bei Schneewittchen, die bei den Gebrüdern Grimm namenlos sind und auch keine individuellen Persönlichkeiten besitzen.

O-Ton 26 Amy Davis:

You cannot have seven identical unnamed characters on screen ... otherwise the audience won't like it.

Voice-Over (Amy Davis):

Man kann nicht sieben identische, namenlose Figuren auf der Leinwand haben. Jede braucht einen Namen und eine individuelle Persönlichkeit, sonst gefällt es dem Publikum nicht.

Sprecher:

Amy Davis hat ein Buch über das Frauenbild bei Disney geschrieben (9). Oft wird der Firma vorgeworfen, die weiblichen Protagonistinnen seien meistens Prinzessinnen, bildschön, aber mit wenig Handlungskompetenz, die nur darauf warten, von einem Prinzen erlöst und zum Traualtar geführt zu werden.

O-Ton 27 Amy Davis:

A lot of people think Disney is princesses ... doing a good job of things by and large.

Voice-Over (Amy Davis):

Viele Leute glauben, dass es bei Disney immer um Prinzessinnen geht. Aber das begann wirklich erst in den 1990er-Jahren. Nach der kleinen Meerjungfrau Arielle kam praktisch jedes Jahr eine neue Prinzessin auf den Markt. Gleichzeitig hat Disney in dieser Phase angefangen, über Feminismus, Rassismus und Postkolonialismus nachzudenken, und hat in dieser Hinsicht eigentlich ganz gute Arbeit geleistet.

Sprecher:

Amy Davis bricht sogar eine Lanze für die Figur der Prinzessin.

O-Ton 28 Amy Davis:

People nowadays love to denigrate the princess ... a potential queen in training.

Voice-Over (Amy Davis):

Heutzutage wird die Figur der Prinzessin gern verunglimpft. Traditionell ist die Prinzessin eine Frau von hohem Status mit Macht und Einfluss. Eine Azubi-Königin sozusagen.

Sprecher:

Dass Disney sich neuen Themen zuwendet und etwa sein Frauenbild korrigiert, hat auch damit zu tun, dass Mitte der 90er Jahre Bewegung in die Trickfilm-Szene kommt – technisch und inhaltlich. Die von Apple gegründete Firma Pixar bringt mit *Toy Story* den ersten komplett im Computer animierten Trickfilm heraus. Und Pixar greift Themen auf, vor denen Disney bisher zurückgeschreckt ist. Starke Mädchenfiguren, scheinbar negative Themen wie Tod oder Angstgefühle werden zugelassen. Der kreative Kopf von Pixar, John Lasseter, hatte zuvor in den Walt Disney Studios gearbeitet.

Disney löst das Problem mit der neuen Konkurrenz in klassisch kapitalistischer Manier, kooperiert zunächst mit Pixar und kauft die Firma schließlich im Jahr 2006

auf. Durch weitere Zukäufe wird Disney zu einem der größten Medienkonzerne der Welt. Das Marvel-Universum gehört dazu, das Star-Wars-Imperium von George Lukas, der Fernsehsender ABC, der Sportkanal ESPN, der Streamingdienst Hulu.

O-Ton 29 Janet Wasko:

I call it the Disney multiverse these days ... the bottom line and their shareholders.

Voice-Over (Janet Wasko):

Ich nenne es das Disney-Multiversum. Pixar, Marvel und Star Wars haben einige der Zielgruppen von Disney mit Filmen mit größerer Tiefe versorgt. Viele Marvel-Fans hätten nie zugegeben, dass sie sich Disney-Filme ansehen. Es wird immer schwieriger zu sagen, wofür Disney steht. Ich zitiere da gerne die Disney-Führungskräfte: Letztlich geht es um die Konzernbilanz und die Aktionäre.

Sprecher:

Im neuen Meerjungfrau-Film von 2023 ist die Titelheldin schwarz, zwar eine Prinzessin, aber eine starke Heldin. Der Konzern gibt sich modern und aufgeklärt.

Musik: Zip-a-Dee-Doo-Dah aus Remus' Wunderland

Sprecher:

Dabei gab es einige dunkle Flecken in seiner Vergangenheit, insbesondere was die Darstellung von Schwarzen angeht. Am peinlichsten: Der Film *Onkel Remus' Wunderland*, im Original *Song of the South*, von 1946. Man findet ihn heute kaum noch, Disney-Chef Bob Iger hat ihn zum Beispiel aus dem Streaming-Dienst Disney+ verbannt. Stacy Mintzer Herlihy war entsetzt, als die den Film zum ersten Mal sah. Sie hält ihn für Walt Disneys schlimmsten Missgriff.

O-Ton 30 Stacy Mintzer Herlihy:

Just how awful *Song of the South* is ... the hippos in *Fantasia* were modeled on black women and that was just horrible.

Voice-Over (Stacy Mintzer Herlihy):

Der Film war einfach furchtbar. Ich habe versucht, ihn mir anzuschauen, man findet Teile davon online. Das war Disneys größter Fehlgriff. Und niemand war bereit, ihm ins Gesicht zu sagen: Das ist schrecklich. Ein paar Drehbuchautoren haben es versucht, aber er war der Chef der Firma. Es gibt ein paar dieser Missgriffe: Eine schwarz geschminkte Micky Maus geht einfach gar nicht. Die Nilpferde in *Fantasia* waren Schwarzen Frauen nachempfunden – wirklich furchtbar.

O-Ton 31 Andreas Deja:

Das Thema von *Song of the South* war ja auch irgendwie, dass die Sklaverei akzeptabel ist, quasi, diese reiche Familie, die ihn da anstellt, also dieser Klassenunterschied, der war da irgendwie akzeptiert und ist ja heute natürlich überhaupt nicht mehr. In dem Film kann ich Bob Iger voll verstehen, wenn er sagt *Song of the South* gibt es bei uns nicht mehr.

Schade dabei ist, dass die Animationssequenzen, da sind drei hervorragende Animationssequenzen drin mit dem Fuchs, dem Bären und dem kleinen Hasen. Das ist mit die beste Disney-Animation. So richtig Mitte der 40er, also als sie wirklich auf dem Höhestand waren. Und die kann man dann natürlich auch nicht mehr sehen.

Sprecher:

Andreas Deja hat selbst für Trickfilme Schwarze Figuren gezeichnet, etwa für *Küss den Frosch* aus dem Jahr 2009.

O-Ton 32 Andreas Deja:

Und da habe ich ja diese Mama Odie, diese schwarze Voodoohexe, diese lustige ... Aber wir hatten auch Schwarze Animatoren und ich habe natürlich mit denen gecheckt, gesagt: Haut das so hin für dich, damit die mir sagen können: Nee, das ist ein bisschen zu viel oder so. Da habe ich mich dann schon ein bisschen beraten lassen.

Sprecher:

Ist Disney nun zu einem fortschrittlichen Konzern geworden? Gilt das alte Disney-Modell, das Janet Wasko in ihrem Buch analysiert hat, nicht mehr? So weit möchte die Forscherin nicht gehen. Sie spricht nun von einem „revidierten Disney-Modell“.

O-Ton 33 Janet Wasko:

They increasingly seem to be adapting ... that I feel comfortable calling that company yet.

Voice-Over (Janet Wasko):

Die reagieren schon auf gesellschaftliche Veränderungen. Die Darstellung von Frauen und Minderheiten hat sich verbessert. Wie sie ihre Mitarbeiter behandeln, das steht auf einem anderen Blatt. Es sträubt sich in mir, die Firma als fortschrittlich zu bezeichnen.

Atmo 10: News-Schnipsel zum Streit mit DeSantis in Florida

Sprecher:

In Florida scheint die Firma plötzlich ganz auf der linken Seite zu stehen. Sie legte sich mit dem erzkonservativen Gouverneur Ron DeSantis an und protestierte gegen dessen Gesetz, das die Diskussion über Homosexualität und Transsexualität in den Schulen verbietet. DeSantis schlug zurück und strich dem Konzern Privilegien, die er als Großgrundbesitzer im Staat genoss.

O-Ton 34 Ron DeSantis (Gouverneur):

But I think that crossed the line. This state is governed by the interest of the people ... They do not control this state.

Sprecher:

Disney hat eine Linie überschritten, sagte DeSantis. In Florida hätte die Bevölkerung das Sagen und nicht eine Firma aus dem fernen Kalifornien. Disney legte daraufhin die Pläne für den Bau eines großen Bürokomplexes auf Eis, der Tausenden Arbeit gebracht hätte. 2024 haben die Streithähne einen außergerichtlichen Vergleich geschlossen. Für viele Außenstehende kommt dieses Eintreten Disneys für Diversität und Gleichberechtigung überraschend. Dabei toleriert die Firma aber schon seit langem Menschen, die nicht dem – auch von Disney propagierten – klassischen amerikanischen Familienbild entsprechen. Das sieht man nicht nur an den Gay Days in Disneyland. Auch der bekennende Homosexuelle Andreas Deja hat das in der Firma schon sehr früh erlebt.

O-Ton 35 Andreas Deja:

Das war bei Disney immer schon so – also zu meiner Zeit zumindest, ich kann nicht für die Walt Disneys Zeit sprechen. Aber seit den 80er Jahren, die waren immer für Inclusivity und Gay Rights und alles. Also wenn ein Film rauskam, war ich immer in Paris, in London, manchmal sogar in Japan, aber vor allem in den deutschsprachigen Ländern, um den Film dann vorzustellen der Presse, und es war immer: Bring your Partner oder so with you. Das war immer schon so. Also das ist nicht neu für für Disney.

Autor:

Das ist eine ist ja die Firmenkultur. Das andere ist, wie sich in den Filmen niederschlägt.

O-Ton 36 Andreas Deja:

Ja, das wäre vielleicht neu.

O-Ton 37 Amy Davis:

As the saying goes ... it's because they are old films.

Voice-Over (Amy Davis):

Wie heißt es so schön:

Die Vergangenheit ist ein fremdes Land. Disney entwickelt sich mit der Zeit, die Firma ist nicht unbedingt ganz vorne mit dabei, aber sie spiegelt die jeweilige Zeit wider. Wenn also die Darstellung von Frauen in *Schneewittchen*, *Dornröschen* oder *Aschenputtel* altmodisch wirkt, dann liegt das einfach daran, dass es alte Filme sind.

Sprecher:

Was würde Walt Disney sagen, wenn er dieses neue Bild seiner Firma sähe? Die Frage ist wohl müßig. Walt Disney war ein Produkt seiner Zeit, und man kann nur spekulieren, wie er über die Probleme von heute denken würde.

O-Ton 38 Amy Davis:

I don't know what his views on homosexuality for instance were ... who had liberal and conservative views.

Voice-Over (Amy Davis):

Ich weiß nicht, wie er zur Homosexualität stand. Er ist 1966 gestorben. Seine Mitarbeiter erzählen von einem Mann, dem es egal war, wer oder was man war – es ging darum, ob man ein guter Mensch war, ein freundlicher Mensch, ein talentierter Mensch. Walt Disney hatte fortschrittliche *und* konservative Ansichten.

Sprecher:

Und manchmal, sagt Amy Davis, war ihm das Disney-Korsett zu eng.

O-Ton 39 Amy Davis:

For instance, there's a story ... I would love to make a film like this. But I can't.

Voice-Over (Amy Davis):

Walt Disneys Schwiegersohn Ron Miller, der das Unternehmen geleitet hat, hat einmal erzählt, wie er und seine Frau mit Walt den Film *Wer die Nachtigall stört* geschaut haben. Und Disney sagte: „So einen Film würde ich gerne machen. Aber ich kann es nicht.“

O-Ton 40 Stacy Mintzer Herlihy:

I keep coming back to him ... And honestly, he wanted to make money too.

Voice-Over (Stacy Mintzer Herlihy):

Ich sehe ihn immer wieder als diesen einsamen Mann mit einer Vision. Der nie mit der zweitbesten Lösung zufrieden war. Die Filme, die er im goldenen Zeitalter der Animation gemacht hat, sind einfach wunderschön. Er hat immer nach neuen Perspektiven gesucht. Und natürlich wollte er auch Geld verdienen.

Atmo 11: Disneyland**Sprecher:**

Die Main Street USA im Disneyland beschwört eine Vergangenheit, die es nicht mehr gibt und die es so nie gegeben hat. Eine eingefrorene romantische Vorstellung von Walt Disney. Die Firma dahinter ist dagegen in einem ständigen Wandel begriffen. Disney ist nicht konservativ oder progressiv, die Firma spiegelt die US-Gesellschaft wider – mit all ihren Widersprüchen. Und sie hat immer wieder Mittel und Wege gefunden, mit ihrer Anpassung an den Zeitgeist sehr viel Geld zu verdienen.

Abspann Das Wissen über Musik-Bett:**Sprecher:**

Der Disney-Konzern. Ein aktualisierter Beitrag aus dem Jahr 2023. Autor und Sprecher: Christoph Drösser. Redaktion: Gábor Paál.

* * * * *

Weiterführende Links:

- (1)** <https://www.gaydaysanaheiminfo.com/>
- (2)** <https://www.youtube.com/watch?v=BBgghnQF6E4>
- (3)** <https://www.bloomsbury.com/us/disney-9781440876011/>
- (4)** <https://www.swr.de/swr2/wissen/archivradio/walt-disney-ueber-sein-leben-und-alice-im-wunderland-100.html>
- (5)** <https://www.wiley.com/en-us/Understanding+Disney%3A+The+Manufacture+of+Fantasy,+2nd+Edition-p-9780745695631>
- (6)** <https://www.youtube.com/watch?v=bn20oXFrxxg>
- (7)** https://www.youtube.com/watch?v=aQg1sY5H_II
- (8)** <https://www.youtube.com/watch?v=UEm-09B0px8>
- (9)** <https://iupress.org/9780861966738/good-girls-and-wicked-witches/>