

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 65 (2023)
Heft: 407

Artikel: Die einzige Konstante in Nollywood ist der Wandel
Autor: Ofoma, Dika
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1055175>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die einzige Konstante in Nollywood ist der Wandel



TICKET AND REFRESHMENT



TEXT und BILDER Dika Ofoma

Nollywood wurde mit Home-Video-Produktionen gross. Gierige Distributeure, das Revival des Kinos und in jüngster Zeit das Streaming pflügten die zweitwichtigste Industrie Nigerias weiter um.

Dienstag, 23. Mai, 13:05. Das Kino Viva in der Polo Park Mall im nigerianischen Bezirk Enugu ist aussergewöhnlich leer – sogar für einen Wochentag. Nur wenige Besucher:innen sitzen in den Plastikstühlen vor den Sälen und warten auf ihre Vorstellungen. Nur ein Nollywood-Film läuft, es ist The Bride Price von Okechukwu Oku. Um 13:30 geht der los; es ist das einzige Mal diese Woche, dass dieser Film gezeigt wird. Die Nollywood-Stars Nkem Owoh, Ebele Okaro und Zubby Michael spielen darin mit, der Film versucht, dank der Popularität der Darsteller:innen möglichst viele Menschen in die Kinos zu holen.

Seit der Corona-Pandemie sind die Eintrittszahlen in den Kinos stark zurückgegangen. Wie anderswo verstärkt sich dieser Trend durch Streaming-Plattformen wie Netflix und Prime Video. Diese lizenzieren derzeit wie verrückt Nollywood-Filme. Der Anreiz, sich etwas vor Ort anzuschauen, wird geringer, weil Filme teils schon nach drei Monaten im Netz auftauchen. Für ein Publikum, das mit Heimvideo aufgewachsen ist, bedeutet das eine Rückkehr zu etwas Vertrautem. Um

zu verstehen, wie es dazu kam, müssen wir ein paar Schritte zurück in die Geschichte der nigerianischen Filmwirtschaft machen.

Wanderjahre des Kinos

Einer der frühesten Distributionskanäle im nigerianischen Filmgeschäft war, lange vor *direct to video*, das Wandertheater Yoruba. Anstatt in jeder Ortschaft eine neue Produktion zu zeigen, haben Hubert Ogunde, Moses Olaiya und Ade Love, die nigerianischen Kinopioniere der Fünfziger- und Sechzigerjahre, ihre Theaterinszenierungen gefilmt und sind damit quer durch das Land gefahren. So erreichten sie mit minimalem Aufwand die Fans im ganzen Land; und auch in Accra, Takoradi, Lomé und Cotonou.

In den Siebzigerjahren erfuhr das nigerianische Kino einen ersten richtigen Aufschwung: Per Dekret ordnete Staatschef Yakubu Gowon an, dass über 300 von Ausländer:innen geführte Kinos in nigerianischen Besitz übergangen. Die Theaterleute wechselten definitiv zum Film, weil ihre Arbeiten nun auch wirklich auf den Leinwänden des Landes gezeigt wurden. Dominierten dort zuvor ausländische Produktionen, hatten nun einheimische Filmschaffende eine Chance.

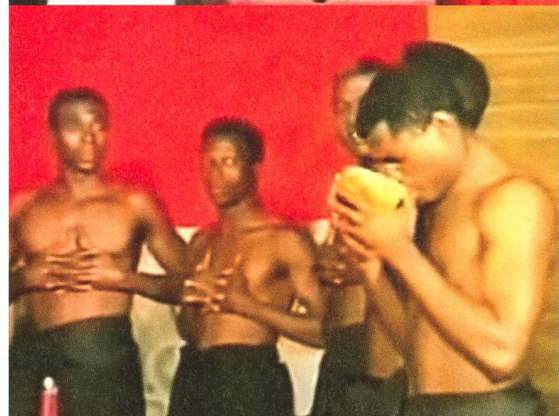
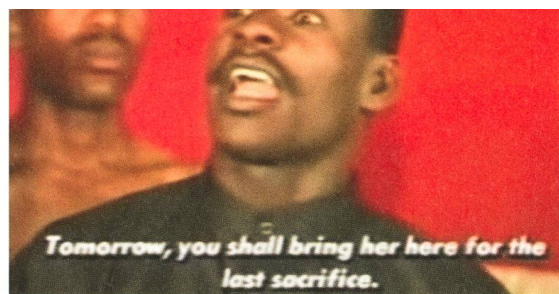
Der Trend währte indes nur kurz. Ein unausgeglichenes Wirtschaftsprogramm von Staatschef Muhammadu Buhari führte in den Achtzigerjahren direkt in eine Rezession, die nigerianische Währung verlor rapide an Wert. Filmmaterial aus den USA und Laborienleistungen aus London wurden für nigerianische Filmemacher:innen auf einmal zu teuer. Die Filmproduktion ging zurück, Kinoketten mussten schließen. Krise.

Die Branche stand vor dem Nichts. Um zu überleben, musste sie sich etwas komplett Neues ausdenken. So wurde «Nollywood» geboren.

VHS-Boom

Die weitere Entwicklung des nigerianischen Filmschaffens ist eng an einen Film geknüpft: *Living in Bondage* (1992). Kenneth Nnebue schrieb das Drehbuch mit Okechukwu Ogunjiofor und produzierte den Film. Er war Elektronikhändler und importierte unter anderem Videokassetten, bevor er sich schließlich selbst als Produzent versuchte. Obwohl Nnebues Werk wohl nicht der erste Film war, der direkt als Videokassette erschien, legte er doch den Grundstein für das, was später Nollywood heißen würde.

Living in Bondage war in der Sprache der Igbo gedreht statt auf Englisch. Die Identifizierung des Publikums mit dem Film bescherte ihm enormen kommerziellen Erfolg und ermutigte andere, die sich kein Zellularoid leisten konnten, ebenfalls auf Video zu drehen.



Living in Bondage 1992, Chris Obi Rapu

Living in Bondage bewies, dass es einen gigantischen Markt für nigerianische Geschichten gab und dass man viel Geld verdienen konnte, wenn man sie erzählte. Auch inhaltlich wurde Living in Bondage zum Referenzpunkt. Viele der späteren Filme drehten sich ebenfalls um Menschen, die sich von Reichtum verderben lassen. Moralische Märchen wurden zum Markenzeichen der Industrie, die bald kaum genug schnell produzieren konnte.

Ein Filmemacher dieser Phase ist Zeb Ejiro, der Regisseur von Nneka the Pretty Serpent (1994). Anders als Nnebue kam Ejiro vom Fernsehen und hatte keinen so direkten Zugang zu VHS-Kassetten, um seine Filme unter die Leute zu bringen. Heute sagt er: «Als wir angingen, war es sehr schwierig für uns, die Filme zu vermarkten. Es gab überhaupt keine Struktur.»

Unabhängige Filmemacher:innen wie Ejiro waren auf die Händler:innen angewiesen, die VHS-Kassetten aus Japan besorgten. Denn die Vervielfältigung des Materials und die Verbreitung der Kassetten mussten sie selbst in die Hände nehmen. So entstand nach und nach ein landesweites Netzwerk aus Importeur:innen und Filmschaffenden. Wochenmärkte in Lagos und anderswo stiegen rasch zu den wichtigsten Handelsplattformen für nigerianisches Filmschaffen auf.

Bis in die frühen Nullerjahre war der Idumota-Markt auf Lagos Island der zentrale Treffpunkt für Distribution und Finanzierung von Filmen. Auf dem Alaba-Markt auf dem Festland von Lagos und auf dem Onitsha-Markt im Südwesten des Landes machten sich die Grosshändler breit, die massenhaft Kassetten verkauften.

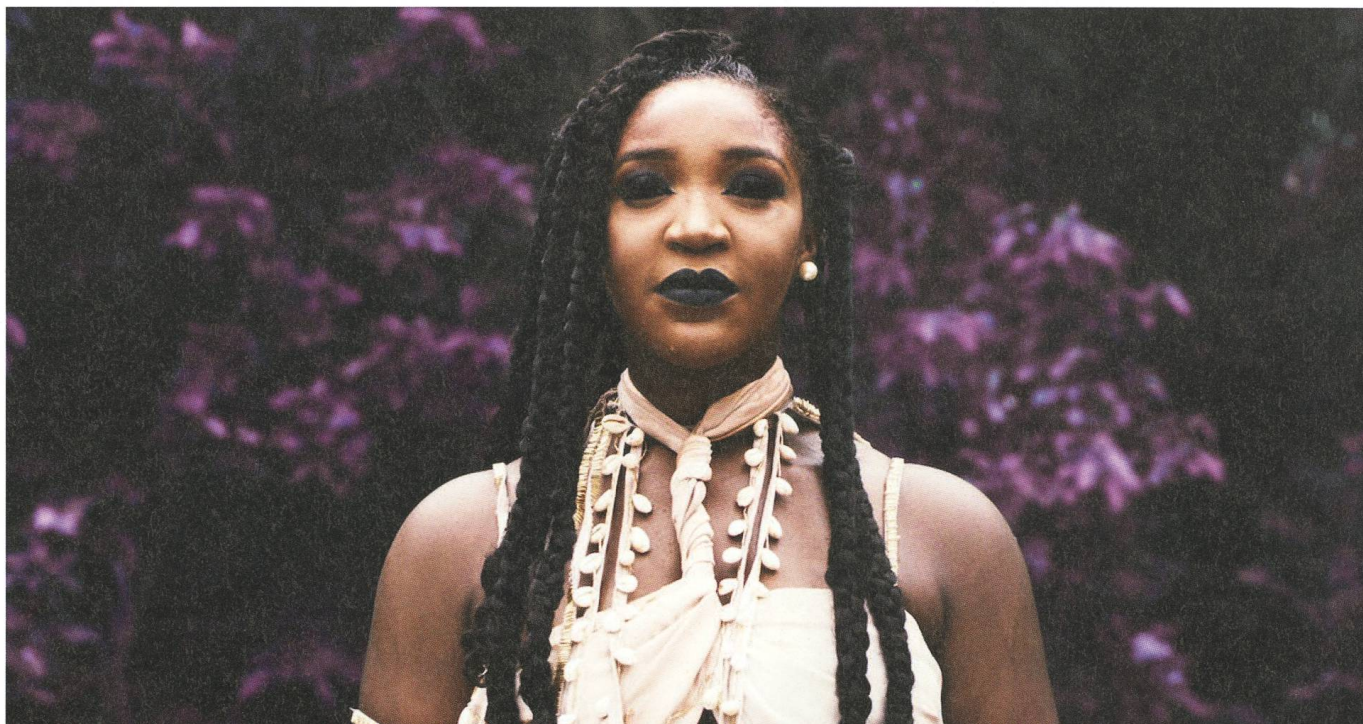
Mit der Berufslehre zur Marktdominanz

Diese Händler:innen stammten mehrheitlich aus der ethnischen Gruppe der Igbo, in der es üblich ist, eine Lehre zu absolvieren. Besonders junge Männer verliessen gleich nach der Sekundarschule ihr Heimatdorf, um während fünf Jahren in einem Betrieb einen Beruf zu erlernen. Nach diesen fünf Jahren ist es üblich, dass die Chefin oder der Chef den Ausgebildeten zu einem Geschäft verhilft. So vergrössern die Igbo ihren wirtschaftlichen Einfluss. In der VHS-Ära des nigerianischen Films machte sich diese Vernetzung direkt bemerkbar.

Wie, das zeigte sich 2004 beispielhaft. Damals forderten Nollywood-Stars wie Genevieve Nnaji, Richard Mofe-Damijo und Nkem Owoh mehr Geld für ihre Arbeit. Als das Thema unter Produzent:innen und Investor:innen besprochen wurde, lag fast die ganze Entscheidungsmacht bei den Igbo. Das Resultat dieses Machtkampfes war, dass am Ende insgesamt acht Darsteller:innen mit einem faktischen Berufsverbot belegt wurden. Als Argument wurde angebliches Fehlverhalten der Schauspieler:innen vorgeschoben, in Wahrheit dürfte es aber um ethnische Zugehörigkeiten und den Machterhalt der Distributeure gegangen sein. Der Entscheid wurde unter der scherzhaften Bezeichnung «Verbannung der G8» bekannt.

«Ich glaube, dass die angegebenen Gründe und die Wahrheit zwei verschiedene Dinge waren», sagt die Schauspieler:in und Produzentin Ego Boyo gegenüber Filmbulletin. Sie hatte zu der Zeit gerade vom Schauspiel in die Produktion gewechselt. «Es ging darum, die Macht über Stars zu behalten, von denen manche glaubten, sie

Nneka the Pretty Serpent 2020, Tosin Igbo



würden den Produktionsfirmen gehören.» Ego Boyo arbeitete zu der Zeit mit Genevieve Nnaji an 30 Days und hat sich aus dem Konflikt rausgehalten. «Wir hatten sowieso nichts mit den Vermarktern zu tun.»

Die Schauspieler:innen waren jedoch nicht die einzigen, die von der Willkür der Vermarkter:innen betroffen waren. Auch unabhängige Filmemacher:innen bekamen ihre Macht zu spüren. «Der Vertrieb der Filme lag in dieser Zeit komplett in den Händen der Vermarkter:innen. Ihre Macht war immens. Sie beschränkten sich nicht nur auf den Vertrieb, sondern stiegen auch in die Produktion ein. Damit nahmen sie den eigentlichen Produzent:innen die Arbeit weg», so Regisseur Ejiro.

Dieser Wechsel von Vertrieb und Marketing hin zur Filmproduktion hatte negative Auswirkungen auf die Branche. Da die Vermarkter:innen weder über eine Ausbildung im Filmemachen noch über Erfahrung im Geschichtenerzählen verfügten und sich wenig um den künstlerischen Wert kümmerten, sank die Qualität der Film ab Mitte der Nullerjahre erheblich. Man versuchte, Filme so billig wie möglich zu machen, und konzentrierte sich auf Geschichten mit kommerziellem Potenzial.

Die Piraterie frisst ihre Kinder

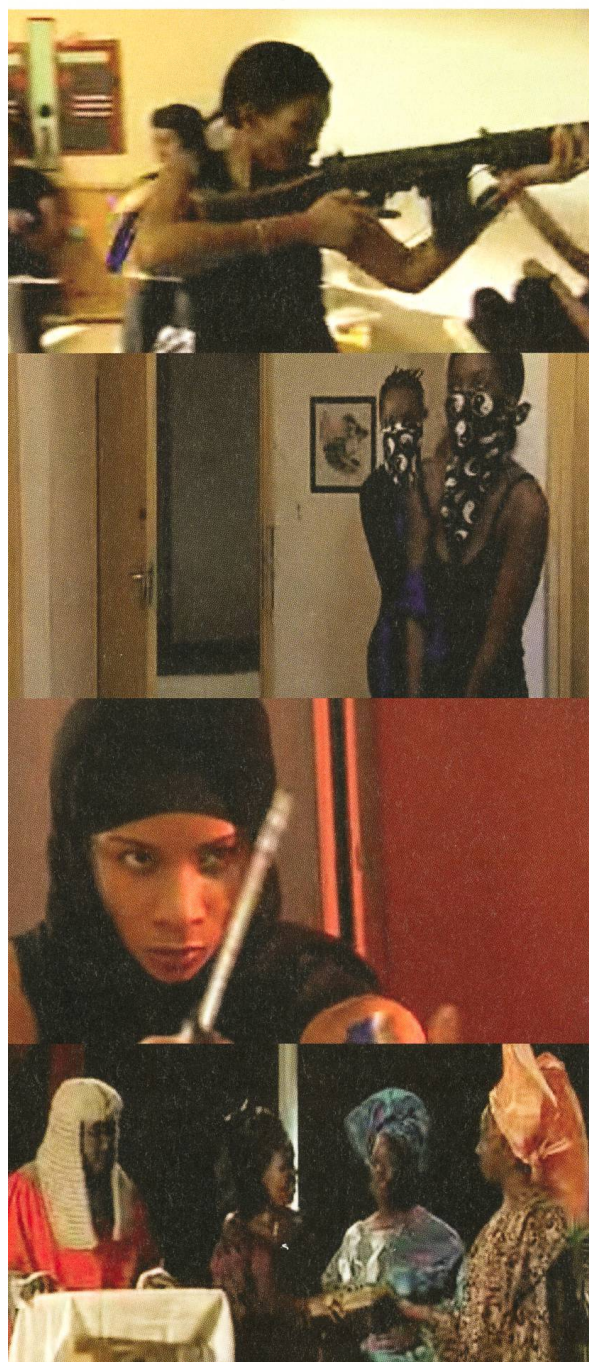
In dieser Zeit der Machtdominanz machte jedoch ein Phänomen den Vermarkter:innen das Leben schwer: die Piraterie. Auch die Filmschaffenden litten unter den Raubkopien, gegen die kein Kraut gewachsen schien. «Wir haben Aufklärungsgespräche geführt, protestiert und sind drängten bei der Urheberrechtskommission auf die Durchsetzung der Gesetze. Egal, was man tat, es schien, als würde der Film trotzdem raubkopiert werden. Es war ein harter Kampf», erzählt Produzentin Ego Boyo.

Dass die nigerianische Filmindustrie ernsthaft von der Piraterie bedrängt wurde, ist nicht ohne Ironie. Denn sie fusste auf demselben Prinzip. Elektronikhändler:innen wie Zeb Ejiro hatten damit angefangen, leere VHS-Kassetten zu importieren, um sie mit gestohlenen ausländischen Filmen zu bespielen und wieder zu verkaufen. Als Jahre später nigerianische Filme ohne Erlaubnis der Rechteinhaber:innen auf VHS-Bänder kopiert wurden, fielen sie demselben Pirateriesystem zum Opfer, mit dem die Industrie einst gross geworden war.

Ejiro erinnert sich, dass die Filmemacher:innen ihre Unterschrift auf den Papierumschlägen eines Films anbringen mussten, egal, wie viele Kopien davon hergestellt wurden. So wollte man die Piraterie eindämmen. Kopien ohne Originalsignatur wären als Raubkopie erkennbar gewesen. Aber bei der Menge an Kopien war das kaum praktikabel und eine Strafverfolgung war schwierig. Ejiro räumt denn auch ein, dass die Massnahme nur wenig zur Eindämmung der Piraterie beitrug.

Das Kino schlägt zurück

Der Umschwung kam im Jahr 2004, als mit dem Silverbird-Kino in Lagos das erste Multiplex des Landes eröffnete und damit das Kino nach Nigeria zurückkehrte. Der erste nigerianische Film, der in die Kinos kam, war das Regiedebüt Through the Glass von Stephanie Okereke-Linus im September 2009. Später, im Oktober desselben Jahres, kam Kunle Afolayans The Figurine landesweit in die Kinos. Im Gegensatz zu Okereke-Linus' Film, der eine Mischung aus



30 Days 2021, Uche Agbo

The Figurine 2009, Sed Nostri Untimus Anis, Prod Potens



nigerianischen und ausländischen Darsteller:innen und Mitarbeiter:innen hatte und in L.A. gedreht wurde, waren Afolayans Darsteller:innen und Mitarbeiter:innen ausschliesslich Einheimische und der Film wurde komplett in Nigeria gedreht.

Afolayans Film war auch beim Kinopublikum erfolgreicher. Während Okereke-Linus' Film nach drei Wochen angeblich zehn Millionen Naira (ca. 19 000 Franken) einspielte, soll Afolayans *The Figurine* 30 Millionen Naira (ca. 57 000 Franken) eingespielt haben. Der Erfolg dieser Filme, insbesondere von *The Figurine*, inspirierte andere unabhängige Filmemacher:innen dazu, einen ähnlichen Ansatz beim Filmemachen und Vertrieb zu verfolgen.

Im Gegensatz zu den Straight-to-Video-Filmen, die über die Alaba-Idumota-Kette vertrieben wurden, mussten die Filme, die in die Kinos kommen sollten, einen höheren Produktionswert aufweisen und einen Standard erfüllen, der für die Projektion auf den grossen Leinwänden der Kinos geeignet war. Junge Filmemacher:innen, von denen einige in Nordamerika ausgebildet worden waren oder dort Filmerfahrung gesammelt hatten, folgten diesem Weg. Ein neues Nollywood war geboren. Zu den bekanntesten Namen gehören Mahmood Ali-Balogun, Mildred Okwo und Chineze Anyaene.

Streaming: Noch ein Wandel

Zu dieser Zeit begannen ausserdem Fernsehsender wie Africa Magic, Nollywood-Filme auf dem gesamten Kontinent auszustrahlen. 2011 startete ausserdem iROKO

TV, eine Streaming-Plattform und heute ein wichtiger Akteur bei der Lizenzierung von Nollywood-Inhalten für ganz Afrika und Teile Europas. Diese neuen Systeme untergruben den Markt für Videokassetten und VCDs und lähmten die despotische Macht der Vermarkter:innen.

Leider übernahmen die neuen Filmverleiher:innen die schlechten Gewohnheiten der Vermarkter:innen, und es dauerte nicht lange, bis sich ihre Laster zeigten. Wie ihre Vorgänger:innen begnügten sie sich nicht damit, die Multiplex-Kinos zu besitzen und Filme zu vertreiben, sondern stiegen auch in die Filmproduktion ein. Das Monopol bedeutete, dass sie zu Richter:innen und Geschworenen darüber wurden, was produziert wurde und wie und wann es zu sehen war.

Im Dezember 2018 beschuldigte die Nollywood-Schauspieler:in und Filmemacher:in Genevieve Nnaji öffentlich FilmOne, ein führendes Produktions- und Vertriebsunternehmen. Der Vorwurf: Die Vertreter:innen würden die Kinoauswertung ihres Films *Lionheart* verhindern, weil der Film eine Bedrohung für die anderen Filme darstelle, in die die Distributeure zu dieser Zeit des Jahres investiert hatten. In einem offenen Brief, der sich an die Presse und ihre Fans richtete, schrieb sie: «FilmOne, einer der grossen Filmverleiher, hat sich kategorisch geweigert, *Lionheart* in die Kinos zu bringen, vor allem deshalb, weil sie kein Interesse an dem Film haben. Sie sind derzeit in eine Reihe von Filmen investiert, die in den Kinos laufen, und wollen ihr Vermögen um jeden Preis schützen.»

Obwohl Silverbird, ein anderer Kinoverleiher, «zugestimmt hatte, *Lionheart* exklusiv in seinen Kinos



Lionheart 2018, Genevieve Nnaji

zu zeigen», habe FilmOne «die Silverbird-Kinos mit der Drohung, sie in Zukunft zu boykottieren, dazu gebracht, von unserer Vereinbarung zurückzutreten», erklärte sie weiter.

Andere unabhängige Filmemacher:innen hatten in der Vergangenheit ähnliche Beschwerden vorgebracht. Das vorherrschende Narrativ war, dass Slapstick-Komödien über das glitzernde Leben der Reichen mit einem Ensemble von A-Listen-Schauspieler:innen und beliebten Instagram-Influencer:innen die profitablen Filme waren. Diese Entwicklung begann, nachdem The Wedding Party fast eine halbe Milliarde Naira, umgerechnet knapp eine Million Franken, in den Kinos eingespielt hatte. Unabhängige Filmemacher:innen, die mit anderen Genres experimentierten, beklagten sich darüber, dass ihre Filme abgelehnt oder zu ungünstigen Zeitpunkten in den Kinos gezeigt wurden.

Netflix mischt auf

Eine Wende in der nigerianischen Filmvertriebslandschaft begann 2015, als der globale Streaming-Gigant Netflix nigerianische Titel zu lizenzieren begann. Zu den ersten Filmen, die erworben wurden, gehören Kunle Afolayans October 1 und Road to Yesterday, ein Film, der von Genevieve Nnaji produziert und von Ishaya Bako inszeniert wurde. 2018 feierte mit Nnajis Regie debüt Lionheart der erste nigerianische Film, der von einer Streamingplattform in Auftrag gegeben wurde, Premiere auf dem Toronto International Film Festival.

Zwei Jahre später kündigte Netflix seinen offiziellen Start in Nigeria an und begann mit einer Lizenzierungskampagne, wobei auch Originalfilme in Zusammenarbeit mit einigen der bekanntesten Filmemacher:innen der Branche in Auftrag gegeben wurden.

Für unabhängige Filmschaffende bedeutet die Präsenz von Netflix und anderen Streaminganbietern wie Amazon Prime und Showmax ein breiteres Publikum für ihre Filme und eine grössere Gewinnspanne im Vergleich zu den Kinoeinnahmen. Für lizenzierte Inhalte auf Netflix erhalten die Filmemacher:innen etwa 80 Prozent der Gebühren, während der Rest an die Anbieter geht. Dies steht in krassem Gegensatz zur Kinopraxis, bei der Kinos und Verleihfirmen den grössten Teil des Gewinns einstreichen und den Filmemacher:innen nur etwa 35 Prozent der Einnahmen verbleiben.

Führende Filmschaffende und Studios, die für die Kassenschlager des Landes verantwortlich sind, sind Partnerschaften mit Netflix und Amazon Prime eingegangen; von Mo Abudus Ebonylife Studios mit einem Multi-Titel-Deal mit Netflix bis hin zu Jade Osiberus Drei-Jahres-Gesamtvertrag, um TV-Shows und Filme exklusiv für Amazon Prime zu entwickeln. Selbst weniger prominente Filmemacher:innen, die sich von den Verleihen und dem Gatekeeping der Kinobetreiber:innen abgeschottet und entfremdet fühlten, geben sich damit zufrieden, ihre Titel an die Streaming-Anbieter zu lizenzieren, anstatt es im Kino zu versuchen, da die Rentabilität schlicht besser ist.

Die Geschichte wiederholt sich

Das Viva-Kino und die Mall, in der er es steht, erleben derzeit ruhige, um nicht zu sagen beunruhigende Zeiten. Auch den anderen, im neuen Kinoboom erstellten Leinwänden geht es nicht besser. Daran ist nicht nur die Pandemie schuld. Das Land durchlebt derzeit eine Wirtschaftskrise mit einer Inflationsrate von alarmierenden 20 Prozent. Dies spielt eine Rolle, wenn man das wachsende Desinteresse des Publikums an den Filmen in den Kinos betrachtet. Die Kaufkraft schwindet, und zwar schnell. Doch während die Kinos um ihre Existenz bangen, orientiert sich die nigerianische Filmindustrie in rasantem Tempo um.

Die von «Inside Nollywood» analysierten Daten zeichnen ein deutliches Bild. Im ersten Halbjahr 2022 lag der Marktanteil von Nollywood-Filmen in den nigerianischen Kinos bei 26 Prozent, gegenüber 39 Prozent im ersten Halbjahr 2021. Von den knapp 1.5 Millionen Eintrittskarten, die im ersten Halbjahr 2022 verkauft wurden, entfielen nur etwa 520 000 auf Nollywood-Filme. Das ist ein rekordverdächtiger Rückgang von 46 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

«Unsere Kinokultur liegt im Sterben. Zum einen haben wir uns einfach geweigert, das System zu erneuern, und zum anderen haben wir den Zuschauer:innen

in neun von zehn Fällen keinen Gegenwert für ihr Geld geboten», erklärte Anita Eboigbe, Filmjournalistin und Mitbegründerin von «Inside Nollywood», gegenüber Filmbulletin und beklagt die Qualität der Filme in den Kinos und die Haltung der Kinobetreiber:innen, die, anstatt ihren Marktanteil zu erhöhen, die Preise für Eintrittskarten verdoppelt haben. Kinokarten kosten heute bis zu 5000 Naira, was mehr als 15 Prozent des Mindestlohns für einen Monat entspricht. Das Kinoerlebnis ist für das Nollywood-Publikum zu einem Luxus geworden.

Die Geschichte scheint sich zu wiederholen. Genau wie in den Achtzigerjahren, als die wirtschaftliche Not die Kinos zur Schließung zwang und die Filmemacher:innen das Zelluloid aufgaben, macht man mit dem Streaming aus der Not eine Tugend. Wenn die Betreiber:innen und Verleihfilmen nicht umdenken und praktikable Lösungen finden, die sowohl das Publikum als auch die Filmschaffenden für ihre Zeit, Ressourcen und Investitionen belohnen, deutet alles auf ein baldiges Ende der Nollywood-Kinokultur hin.

Doch was die Geschichte ebenso zeigt, ist das kreative Potential der nigerianischen Filmindustrie. Und diese hat sich längst einen fixen Platz beim einheimischen Publikum, aber auch im afrikanischen und globalen Ausland erarbeitet. ■



The Wedding Party 2016, Kemi Adetiba