

# US-Film in Europa

von Joseph Garncarz

Dieser Beitrag zeichnet die wechselvolle Geschichte des US-Films in Europa nach. Von Anfang der 1910er bis in die 1960er Jahre hinein favorisierte das kontinentaleuropäische Kinopublikum zwar in erster Linie die Filme des jeweils eigenen Landes, in zweiter Linie aber die Filme Hollywoods. Im Vergleich zur ausländischen Konkurrenz war der US-Film in Europa vor allem deshalb so erfolgreich, weil er sich auf so vielfältige Art und Weise auf die europäische Kultur bezog, dass er bei den Kinozuschauern vieler europäischer Länder kulturell anschlussfähig war. Die Offenheit des US-amerikanischen Films für europäische Bezüge ergab sich auch aus der Beteiligung einer großen Zahl an kreativen Kräften aus Europa.

## INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung
2. Erste Phase: Europas führende Rolle im Filmgeschäft der 1900er Jahre
3. Zweite Phase: Hollywoods starke Rolle in Europa
  1. Das Standardmodell der Dominanz Hollywoods
  2. Eine neue Sicht auf Hollywood in Europa
4. Dritte Phase: Veränderung der Rolle Hollywoods in Europa seit den 1970er Jahren – Ein Ausblick
5. Anhang
  1. Literatur
  2. Anmerkungen

Indices

Zitierempfehlung

## Einleitung

Das wichtigste Absatzgebiet Hollywoods außerhalb Nordamerikas war in den 1930er Jahren Europa. In einem Report des Handelsministeriums der Vereinigten Staaten aus dem Jahr 1934 wurde für 52 Länder (vertreten sind alle Kontinente außer Afrika) aufgeführt, welche Einnahmen von vergleichsweise teuren Hollywoodfilmen ("film rental potential on an outstanding picture") erwartet wurden.<sup>1</sup> Auf Europa (ohne Türkei und Russland) entfielen 87,8 Prozent der erwarteten Einnahmen, wobei sich 69,1 Prozent allein auf die großen Filmmärkte Großbritannien (30,1 Prozent), Frankreich (15,6 Prozent), Deutschland (13,4 Prozent) und Italien (10 Prozent) verteilten.

▲ 1

Es gab zwei Gründe dafür, dass Europa in den 1930er Jahren Hollywoods bedeutendster Exportmarkt war. Der eine war die im Vergleich zu allen anderen US-Exportmärkten hohe Ausstattung mit Kinobetrieben (1927 operierten 70 Prozent aller weltweiten Kinos außerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika in Europa),<sup>2</sup> der andere die in Europa für Konsumzwecke verfügbaren höheren Einkommen der Privathaushalte. Darüber hinaus gab es – wie zu zeigen ist – eine hohe Kompatibilität der US-Filme mit den kulturellen Vorlieben der Europäer.

▲ 2

Der Begriff "Hollywood" kann zu Recht als Synonym für den US-Film insgesamt benutzt werden, denn die führenden US-amerikanischen Filmfirmen waren seit Mitte der 1910er Jahre in Hollywood (→ Medien Link #ab), einem Stadtteil von Los Angeles, ansässig. Die US-Filmwirtschaft war exportorientiert und bot daher viele ihrer Filme in Europa an. Um die Rolle Hollywoods in Europa besser verstehen zu können, muss man sich über zwei grundlegende Probleme des Filmexports klar werden:

▲ 3

Zum einen werden Spielfilme so gut wie ausschließlich für die eigenen Märkte produziert. In welchem Maße das der Fall ist, lässt sich nicht zuletzt daran erkennen, dass die Bevölkerungszahl eines Landes mit der Zahl der in diesem

Land hergestellten Filme korreliert; z. B. beträgt der Korrelationskoeffizient in Bezug auf beide genannten Merkmale für das Jahr 1934 für die USA, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, die Niederlande und Japan 0,92.<sup>3</sup> Heute werden zwar im Rahmen der Globalisierung (→ Medien Link #ac) gerade von Hollywood mehr Filme im Hinblick auf ihren Absatz in anderen Ländern hergestellt als jemals zuvor, doch der Grundsatz gilt weltweit gesehen weiterhin.

▲4

Außerdem sahen sich Menschen Filme von jeher in erster Linie an, um unterhalten zu werden – anfangs nur in Kinos, später im Fernsehen oder im Internet. Unterhaltend ist ein Film, der in erster Linie Vergnügen bereitet. Was Menschen unterhält, ist jedoch keineswegs universell, sondern unter anderem kulturell und sozial differenziert. Sofern Filme in erster Linie für den eigenen Markt hergestellt werden, haben sie – so auch Hollywoodfilme – es grundsätzlich schwer, international oder gar weltweit erfolgreich zu sein.

▲5

In der Forschung ist die Ansicht verbreitet, dass Hollywoodfilme seit den 1910er Jahren weltweit – auch in Europa – gefragter als die Filme aller anderen Nationalitäten gewesen seien. Diese Auffassung wird in der Regel mit der Zahl der angebotenen Filme belegt. Im Unterschied zu dieser produzentenbezogenen Sichtweise akzentuiert der vorliegende Beitrag die Rolle der Zuschauer in Bezug auf die Nutzung von Hollywoodfilmen und argumentiert, dass die Zuschauer verschiedener Länder Filme entsprechend ihren kulturspezifischen Unterhaltungsbedürfnissen selektieren, so dass Filmpräferenzen oft entlang von Ländergrenzen kulturell differenziert sind. Aus dieser Perspektive stellt sich die Rolle, die der US-Film in Europa gespielt hat, grundlegend anders dar.

▲6

Die folgende chronologische Darstellung unterscheidet drei Phasen seit Ende des 19. Jahrhunderts. In der ersten Phase der Filmgeschichte (1894 bis etwa 1910) hatte der US-Film in Europa keine nennenswerte Bedeutung, wohingegen er in der zweiten Phase (von etwa 1910 bis in die 1960er Jahre hinein) eine wichtige, wenn auch nicht die zentrale Rolle in europäischen Kinos spielte. In der noch nicht abgeschlossenen dritten Phase, die in den 1970er Jahren begann, nimmt Hollywood in Europa eine in kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht wichtigere Stellung ein als jemals zuvor. Letzteres kann hier nur in der Form eines Ausblicks skizziert werden, der zeigen soll, wie und warum sich die Bedeutung des US-Films in Europa über das Jahr 1950 hinaus fundamental gewandelt hat. Die Darstellung bleibt dabei auf den Bereich des Kinos beschränkt, da bis 1950 andere Auswertungsformen für Filme wie das Fernsehen in Europa noch keine Rolle spielten.

▲7

## Erste Phase: Europas führende Rolle im Filmgeschäft der 1900er Jahre

Das neue Medium Film wurde in Europa ab 1894 zu Unterhaltungszwecken kommerziell verwertet – zunächst in der Form des Kinetoskops (→ Medien Link #ad), das von den Zuschauern nur einzeln genutzt werden konnte, und ab 1895 als Projektion (→ Medien Link #ae) vor einem Publikum.<sup>4</sup> Aufgrund der anfänglich geringen Zahl an verfügbaren Filmen dominierten zunächst mobile Spielbetriebe – Wanderkinos genannt –, mit denen Schausteller von Ort zu Ort zogen und ihr Programm vor einem ständig wechselnden Publikum spielten. Die Filme wurden dabei entweder in vor Ort verfügbaren Räumlichkeiten wie Restaurants oder Hotels oder in speziellen Kinobauten auf Jahrmärkten (→ Medien Link #af) präsentiert, die nach dem Abschluss des Jahrmarkts zerlegt und am nächsten Ort wieder aufgebaut werden konnten.<sup>5</sup>

▲8

In der Forschung besteht Einigkeit darüber, dass der US-Film vor 1910 weder in Europa noch auf dem eigenen Markt große Erfolge feiern konnte.<sup>6</sup> Der größte Teil der Weltfilmproduktion kam in diesen Jahren aus Europa, weil der dortige Markt für den Absatz von Filmen hervorragend geeignet war. Nur Europa hatte mit den Jahrmärkten eine geeignete kulturelle Infrastruktur und ein für den Transport der mobilen Kinobauten geeignetes Eisenbahnnetz (→ Medien Link #ah). So konnte in Europa ein großer und homogener Markt für Filme entstehen, für den die einheimischen Produzenten Filme in großer Zahl herstellten.<sup>7</sup> Die französische Firma Pathé (→ Medien Link #ai) etablierte sich in diesem Kontext als weltweit führendes Unternehmen.<sup>8</sup>

▲9

Hinsichtlich dieser Filme, die sehr kurz waren und innerhalb von Programmen von rund 15 Minuten Länge gezeigt wurden, gab es kaum eine nennenswerte kulturelle Differenzierung. Das sogenannte "Kino der Attraktionen"<sup>9</sup> bediente mit Akrobatennummern, magischen Illusionen, Reisebildern (→ Medien Link #aj) etc. das Sensationsbedürfnis der Jahrmarktbesucher. Filme waren in Europa (und darüber hinaus) austauschbar, und die Jahrmarktkinos überschritten ohne Probleme auch nationale Grenzen.

▲ 10

Da viele Kaufleute des Einzelhandels aufgrund der neuen Warenhäuser nicht mehr konkurrenzfähig waren, suchten sie nach neuen Betätigungsfeldern. Sie wollten den großen Erfolg der Wanderkinobetriebe nutzen und einen neuen Geschäftszweig begründen, so dass sich in der Folge dieser Krise im Einzelhandel in der zweiten Hälfte der 1900er Jahre überall in Europa ortsfeste Spielstätten für Filme entwickelten. Dort entstand ab etwa 1910 ein Filmgenre, das dem Jahrmarktkino fremd gewesen war: das lange Drama, das sich am Modell des Theaterdramas orientierte.<sup>10</sup> Da Filme, die komplexe Geschichten erzählen, stärker in kulturellen Traditionen verankert sind als z.B. Akrobatennummern, die auf Jahrmärkten präsentiert werden, etablierten sich unterschiedliche, in spezifischen kulturellen Traditionen verankerte Filmformen. Nun wurde der Filmexport in andere Länder erst zu einem relevanten Problem.

▲ 11

## Zweite Phase: Hollywoods starke Rolle in Europa

Die Entwicklung des US-Films in Europa seit den 1910er Jahren wird von zwei Forschungsparadigmen unterschiedlich beschrieben. Über Jahrzehnte herrschte die Auffassung einer universellen Dominanz Hollywoods vor, die hier als Standardmodell bezeichnet wird.<sup>11</sup> Anfang der 1990er Jahre kam es in der Forschung zum US-Film auf Auslandsmärkten allerdings zu einem Paradigmenwechsel.<sup>12</sup>

▲ 12

### Das Standardmodell der Dominanz Hollywoods

Die Vertreter des sogenannten Standardmodells gehen davon aus, dass der US-Film den europäischen Markt seit den 1910er Jahren weitgehend beherrschte.<sup>13</sup> Ein Produktionsland gilt dann als marktbeherrschend, wenn es mehr als die Hälfte aller Filme auf einem Markt stellt oder zumindest der Anteil seiner Filme größer ist als der anderer Filme produzierender Länder. 1928 z. B. kamen 41,6 Prozent der in der Tschechoslowakei, 53,7 Prozent der in Frankreich, 53,8 Prozent der in Dänemark, 71,7 Prozent der im Vereinigten Königreich Großbritannien und Nordirland (im Folgenden: Großbritannien) und 80,9 Prozent der in den Niederlanden angebotenen Filme aus den USA.<sup>14</sup>

▲ 13

Tabelle 1. Anteil der US-amerikanischen Filmproduktion am gesamten Filmangebot in verschiedenen europäischen Ländern im Jahre 1928 (in Prozent)

Tschechoslowakei	Frankreich	Dänemark	Großbritannien	Niederlande
41,6	53,7	53,8	71,7	80,9

Diese Dominanz des US-Films wird wie folgt erklärt: Die US-Filmwirtschaft schuf mit der *Motion Picture Patents Company* (MPPC) ab 1908 ein Instrument, um die europäischen Firmen vom eigenen Markt zu verdrängen und die amerikanische Filmproduktion stärker zu fördern. Der US-Film dominierte dadurch das Filmangebot in Europa bereits vor 1914. Die Filmwirtschaft der europäischen Länder wurde zudem durch den Ersten Weltkrieg geschwächt, da während dieser Jahre weniger Filme produziert wurden und die Auslandsmärkte nicht zur Verfügung standen. Aus diesem Grund konnte die US-amerikanische Filmindustrie ihre Stellung als internationaler Marktführer ausbauen. Die US-Filmwirtschaft blieb über Jahrzehnte wirtschaftlich stark, weil die großen Filmfirmen vertikal integriert waren: Sie produzierten also Filme, die sie selbst verliehen und in ihren eigenen Kinos aufführten. Zudem bildeten sie ein Kartell, um die Konkurrenz vom Markt zu verdrängen.<sup>15</sup>

▲ 14

Nicht zuletzt fand Hollywood in der US-amerikanischen Regierung eine Verbündete, die den Export von Filmen auf vielfältige Weise unterstützte. 1922 schloss sich die US-Filmindustrie schließlich in der *Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPPDA) zusammen, um unter anderem Handelsbeschränkungen für US-Filme in Exportländern zu beseitigen, was beispielsweise durch Einflussnahme auf die Politik bewirkt werden sollte.

▲ 15

Die Vertreter des Standardmodells stellen Europa als eine Festung dar, die mit allen Mitteln versuchte, sich gegen die übermächtige Konkurrenz Hollywoods zu behaupten.<sup>16</sup> Dabei waren die beiden wichtigsten Strategien der europäischen Länder, die ausländische Konkurrenz vom eigenen Markt fernzuhalten und die einheimische Produktion zu fördern. Zu den Maßnahmen gegen die ausländische Konkurrenz gehörten unter anderem die Beschränkung der Zahl der zugelassenen Filme oder ein Verbot der Filme eines bestimmten Landes. Strategien zur Unterstützung der einheimischen Produktion umfassten etwa die Reservierung von Kinospieldaten für die Filme des eigenen Landes oder die Vergabe von Krediten zur Finanzierung einheimischer Produktionen.

▲ 16

Wenn es möglich war, nutzte die US-amerikanische Filmwirtschaft solche Mittel zur Förderung der jeweiligen nationalen Produktion in Europa – zunächst seit den 1930er Jahren in Großbritannien, dann nach Ende des Zweiten Weltkriegs auch in Kontinentaleuropa – für ihre eigenen Zwecke, indem sie ihre Filme z. B. teilweise in Europa produzieren ließ. Die Verlagerung der US-Filmproduktion nach Europa erfolgte nicht nur, weil die Arbeitskosten in Europa geringer waren, sondern auch weil Filme mit einem starken Europabezug, die beim europäischen Publikum die besten Erfolgchancen hatten, dort mit dem Know-how von Europäern an Originalschauplätzen effektiver herzustellen waren.

▲ 17

Wenn es US-Firmen nicht gelang, Kontingentbestimmungen wie in Deutschland oder Großbritannien, die die Zahl der dort erlaubten US-Filme beschränken sollten, wirksam zu unterbinden, investierten sie in deutsche bzw. britische Filme, um weitere Lizenzen für die Aufführung ihrer Filme zu bekommen. In Deutschland etwa wurde 1921 eine Kontingentierung ausländischer Filme eingeführt, insbesondere um die Zahl der US-Filme zu begrenzen. Die entsprechenden gesetzlichen Regelungen wurden in den folgenden Jahren mehrfach modifiziert, um sie effektiver zu machen.<sup>17</sup> In Großbritannien wurde 1927 mit dem *Cinematograph Films Act* eine von Jahr zu Jahr steigende Quote für die Aufführung britischer Filme in britischen Kinos festgelegt, um die Chancen der einheimischen Filmwirtschaft zu verbessern, sich am eigenen Markt erfolgreich zu behaupten.<sup>18</sup>

▲ 18

Zeitweilige Unterbrechungen der internationalen Dominanz Hollywoods werden dadurch erklärt, dass der US-Film etwa aufgrund politischer Maßnahmen vollständig von einem bestimmten Markt verdrängt wurde. Ein gutes Beispiel dafür ist der Importstopp für US-Filme, der von deutscher Seite aus im Ersten und im Zweiten Weltkrieg verhängt wurde. Das Importverbot trat am 25. Februar 1916 erstmals in Kraft und blieb nach dem Ersten Weltkrieg zunächst bestehen, so dass US-Filme erst ab 1921 wieder auf den deutschen Markt kamen.<sup>19</sup> Seit Juli 1940 durften US-Firmen ihre Filme erneut nicht mehr in Deutschland verleihen, wenn auch nur ein einziger Film aus ihrem internationalen Verleihprogramm von den Nationalsozialisten aus politischen Gründen abgelehnt wurde. In dem Maß, in dem die US-Filmfirmen explizite Anti-Nazifilme produzierten, mussten sie ihre deutschen Auslandsvertretungen schließen (zuletzt traf dies im Oktober 1940 die Unternehmen Paramount und MGM).<sup>20</sup>

▲ 19

### Eine neue Sicht auf Hollywood in Europa

Das beschriebene Standardmodell, das nur ökonomische und politische Einflussgrößen zulässt, vernachlässigt allerdings die kulturellen Faktoren, die für die Beantwortung der Frage, ob Filme bei unterschiedlichen Publikumsgruppen Erfolg haben, entscheidend sind. Es geht davon aus, dass der Zuschauer das Angebot der Filmwirtschaft annimmt, ohne eine eigenständige Auswahl zu treffen. Einen Paradigmenwechsel in der Erforschung der weltweiten Rolle Hollywoods ermöglicht die Konzeption der Filmbesucher als Zuschauer, die entsprechend ihren Unterhaltungsbedürfnissen aktiv zwischen verschiedenen Filmangeboten auswählen und damit darüber entscheiden, welche Filme erfolgreich werden. Entsprechend wird eine Marktdominanz nicht länger anhand der Menge der angebotenen Filme gemessen, sondern daran, wie die Vorführungen dieser Filme vom jeweiligen nationalen Publikum besucht wurden. Quellen, um die

Filmnachfrage zu messen, sind neben den Besucherzahlen auch Daten über die Einnahmen von Filmen unterschiedlicher nationaler Provenienz (sei es der Kinos oder Filmverleiher) bzw. Listen, die den Erfolg der angebotenen Filme beim Publikum erfassen (etwa durch Umfragen bei Kinobesitzern, beim Kinopublikum, bei den Lesern von Filmzeitschriften).

▲20

Großbritannien, das aus historischen Gründen immer schon eine besondere kulturelle Nähe zu den Vereinigten Staaten hatte, erwirtschaftete allein beinahe ein Drittel aller Auslandseinnahmen Hollywoods weltweit. Von allen europäischen Ländern, die eine große Zahl an Filmen pro Jahr produzierten, war Großbritannien in den 1930er Jahren das einzige Land, in dem US-Filme stärker gefragt waren als die Filme aus eigener Produktion. Während etwa drei Viertel der Einnahmen britischer Kinos auf Hollywoodfilme entfielen, wurde mit den Filmen des eigenen Landes nur ein Viertel der Kinoeinnahmen erzielt.<sup>21</sup>

▲21

In den kontinentaleuropäischen Ländern zog das jeweilige nationale Publikum dagegen die Filme des eigenen Landes denen Hollywoods vor. Daraus kann gefolgert werden, dass der Bezug zur Lebenswelt seiner Zuschauer ein wichtiger Faktor für den Filmerfolg ist. Hollywood folgte jedoch in der Gunst dieser Publikumsgruppen immer an zweiter Stelle. Um nur zwei Beispiele zu geben: In den Jahren 1925 bis 1930 wurden in Deutschland 67,6 Prozent aller Eintrittskarten für deutsche Filme verkauft. US-amerikanische Filme waren mit 19,3 Prozent beim deutschen Publikum erheblich weniger gefragt, und auf die Filme der europäischen Nachbarländer entfielen insgesamt 13,1 Prozent aller verkauften Eintrittskarten.<sup>22</sup> Das Filmangebot wurde vom deutschen Publikum selektiv genutzt, wobei deutsche Filme relativ zum Angebot beliebter und US-amerikanische Filme weniger gefragt waren: Nur 49 Prozent der angebotenen Filme kamen aus deutscher, aber 40 Prozent aus US-amerikanischer und 10 Prozent aus europäischer Produktion.

▲22

Tabelle 2. Angebot und Nachfrage nach deutschen, amerikanischen und europäischen Kinofilmen in Deutschland (1925–1930)

Filme aus ...	Anteil an verkauften Eintrittskarten (in Prozent)	Anteil am gesamten Filmangebot (in Prozent)
Deutschland	67,6	49
USA	19,3	40
Europa	13,1	10

Von den 20 in den Niederlanden erfolgreichsten Filmen der Jahre 1934 bis 1936 kamen 39 Prozent aus einheimischer Produktion, 31 Prozent aus den USA, 21 Prozent aus Deutschland sowie 5 bzw. 4 Prozent aus Frankreich bzw. Österreich.<sup>23</sup> Auch hier wurde das Filmangebot selektiv genutzt, wobei wiederum die Filme aus einheimischer Produktion stärker und die aus US-amerikanischer Produktion weniger bevorzugt wurden: Nur 1 Prozent aller insgesamt in den Niederlanden angebotenen Filme kamen aus eigener Produktion. Hingegen stammten 52 Prozent des Filmangebots aus den USA, 26 Prozent aus Deutschland, 7 Prozent aus Frankreich und 2 Prozent aus Österreich.

▲23

Tabelle 3. Angebot und Nachfrage nach Kinofilmen in den Niederlanden (1934–1936)

Filme aus ...	Anteil an den 20 erfolgreichsten Filmen (in Prozent)	Anteil am gesamten Filmangebot (in Prozent)
Niederlande	39	1
USA	31	52

<b>Deutschland</b>	21	26
<b>Frankreich</b>	5	7
<b>Österreich</b>	4	2

Von der formulierten Regel gibt es nur eine Ausnahme: Bei starker Sprach- und Kulturverwandtschaft zweier hinsichtlich der Bevölkerungszahl unterschiedlich großer Länder waren die Filme des größeren Landes beim Kinopublikum des kleineren Landes erfolgreicher als die US-Filme. So waren in Österreich österreichische Filme erfolgreicher als deutsche und diese wiederum erfolgreicher als US-Filme. Sieht man von dieser Ausnahme ab, folgen an dritter Stelle der Filmpräferenzen stets die Filme der europäischen Nachbarländer.<sup>24</sup>

▲ 24

Da Filme primär für den eigenen Markt produziert werden, entstehen tendenziell umso mehr Filme, je größer die Bevölkerung eines Landes ist. So stellten Deutschland, Großbritannien und Frankreich sehr viel mehr Filme pro Jahr her als beispielsweise die Tschechoslowakei oder die Niederlande. Zum Vergleich: Entstanden 1934 in Großbritannien 194, in Deutschland 129 und in Frankreich 126 Spielfilme, so wurden in der Tschechoslowakei nur 31 und in den Niederlanden nur 2 Filme realisiert.<sup>25</sup>

▲ 25

In der Tschechoslowakei und in den Niederlanden war Hollywood absolut gesehen sehr viel stärker gefragt als in Frankreich bzw. Deutschland, da es nur wenige Filme aus dem eigenen Land gab, die die Kinozuschauer anstatt der US-Importe hätten wählen können. Dass der Anteil an den (1934 erwarteten) Einnahmen aus dem weltweiten Exportgeschäft mit Hollywoodfilmen in den großen Ländern Frankreich (15,5 Prozent) und Deutschland (13,4 Prozent) dennoch größer war als in den kleinen Ländern Tschechoslowakei (4 Prozent) und den Niederlanden (0,4 Prozent), ist eine direkte Folge der Größe der jeweiligen Märkte. Trotz einer im Vergleich zu den kleinen Ländern anteilig deutlich schwächeren Nachfrage nach US-Filmen führte die größere Zahl der Kinobesucher insgesamt zu höheren Einnahmen.

▲ 26

Die Vorliebe für die Filme des eigenen Landes erklärte sich grundsätzlich dadurch, dass die einheimische Filmwirtschaft am ehesten in der Lage war, für die eigene Bevölkerung ein kulturkompatibles Unterhaltungsprodukt zu schaffen. Die Filmemacher kannten als Einheimische die Präferenzen des Publikums, seine Vorstellungen und Wünsche, seine Sprache (→ Medien Link #ak), Moden und Traditionen besser als Angehörige anderer Kulturen. Filme hatten nur dann eine Chance, auf einem Exportmarkt erfolgreich zu werden, wenn sie – wie die US-Filme in Europa – kulturell anschlussfähig waren. Dies war wiederum umso wahrscheinlicher, wenn wichtige Personen des Produktionsprozesses, wie Regisseur, Drehbuchautor oder Darsteller, aus dem Land stammten, in das der Film exportiert werden sollte.

▲ 27

Warum war also die US-Filmwirtschaft in Europa so erfolgreich, dass Hollywood für die meisten Zuschauer nach den einheimischen Produktionen die erste Alternative war? Zum einen verfügte die US-amerikanische Filmwirtschaft über einen erheblich größeren Inlandsmarkt als jedes europäische Land und konnte somit auch mehr Geld in ihre Filme investieren. 1927 befanden sich 42 Prozent aller Kinos weltweit in den Vereinigten Staaten. Nur der gesamte europäische Kontinent kam auf den gleichen Anteil am globalen Kinomarkt. In Europa hatte Deutschland den größten Markt, das 8,4 Prozent aller Kinos weltweit besaß. Großbritannien folgte mit 7,2 Prozent, Frankreich mit 6,4 Prozent sowie Italien und Spanien mit einem Anteil von jeweils 2,9 Prozent.<sup>26</sup> Auch wenn die Höhe des investierten Kapitals nicht über den Erfolg eines Films entschied, so wuchsen doch seine Erfolgchancen, weil sich die Macher mehr Attraktionswerte (wie Stars, Schauplätze, Ausstattung) leisten konnten.<sup>27</sup>

▲ 28

Tabelle 4. Geografische Verteilung der weltweit vorhandenen Kinos im Jahre 1927 (in Prozent)

<b>USA</b>	<b>Deutschland</b>	<b>Großbritannien</b>	<b>Frankreich</b>	<b>Italien</b>	<b>Spanien</b>
------------	--------------------	-----------------------	-------------------	----------------	----------------

42	8,4	7,2	6,4	2,9	2,9
----	-----	-----	-----	-----	-----

Zweitens war der US-amerikanische Markt im Vergleich zu den nationalen Märkten in Europa kulturell deutlich heterogener<sup>28</sup> und wurde durch die unterschiedlichen Traditionen europäischer Einwanderer (→ Medien Link #al) beeinflusst, deren weitaus wichtigste allerdings die Großbritanniens war. Vor 1890 kamen zunächst vor allem Engländer (nach dem Zensus von 1790 59,7 Prozent), Iren (16,3 Prozent), Deutsche (8,9 Prozent), Schotten (5,3 Prozent), Waliser (4,3 Prozent), Holländer (3,1 Prozent), Franzosen (2,1 Prozent) und Schweden (0,3 Prozent) in die Vereinigten Staaten. Um 1800 stammten somit 85,6 Prozent der Einwanderer in die USA aus dem Vereinigten Königreich von Großbritannien und Irland. In einer zweiten großen Einwanderungswelle kamen zwischen 1890 und 1910 vor allem Süd- und Osteuropäer hinzu. Mit dem *Immigration Act of 1924* wurde die Einwanderung aus Süd- und Osteuropa jedoch zugunsten der Einwanderung aus Nord-, Mittel- und Westeuropa eingeschränkt und die Einwanderung von Japanern, Chinesen und Indern so gut wie ganz unterbunden.

▲ 29

Dabei stand nicht nur das US-Publikum kulturell unter dem Einfluss europäischer Traditionen; dies galt auch für die Macher der Filme, von denen viele selbst aus Europa in die USA eingewandert waren, zur zweiten Generation der Einwanderer gehörten oder auch nur für einige Jahre nach Hollywood geholt wurden. Zu den Einwanderern gehören Filmproduzenten wie der aus Weißrussland stammende Louis B. Mayer (1885–1957) (→ Medien Link #am), der ab 1924 die Firma Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) leitete, oder der aus Deutschland stammende Carl Laemmle (1867–1939) (→ Medien Link #an), der 1912 die Universal Studios gründete. Hinzu kamen erfolgreiche Regisseure wie die aus Österreich-Ungarn stammenden Michael Curtiz (1888–1962) (→ Medien Link #ao) und Billy Wilder (1906–2002) (→ Medien Link #ap) sowie die Deutschen Ernst Lubitsch (1892–1947) (→ Medien Link #aq) und William Wyler (1902–1981) (→ Medien Link #ar). Auch viele Schauspieler aus Europa arbeiteten in Hollywood, etwa die in Schweden aufgewachsene Greta Garbo (1905–1990) (→ Medien Link #as), die in Deutschland geborene Marlene Dietrich (1901–1992) (→ Medien Link #at) oder die gebürtigen Briten Charlie Chaplin (1889–1977) (→ Medien Link #au) und Cary Grant (1904–1986) (→ Medien Link #av).<sup>29</sup>

▲ 30

Die kreativen Kräfte, die ihre Wurzeln in Europa hatten, stellten eine große Anzahl von Filmen mit einem starken Europabezug her, die sowohl in den USA als auch in Europa sehr erfolgreich waren. Einen Europabezug hatten manchmal ganze Genres wie die Operette, wofür die zwei Verfilmungen der *Lustigen Witwe* von Franz Léhar (1870–1948) (→ Medien Link #aw) als *The Merry Widow* (USA 1925 und 1934) Beispiele sind, sowie historische Epen mit biblischem Hintergrund wie z.B. *Ben Hur* (USA 1925 und 1959).<sup>30</sup> Verfilmungen von europäischer Literatur sind ebenso Beispiele für einen deutlichen Europabezug; adaptiert wurden Werke von Autoren des 19. Jahrhunderts wie Lev Tolstoj (1828–1910) (→ Medien Link #ax) und Victor Hugo (1802–1885) (→ Medien Link #ay) ebenso wie von Autoren des 20. Jahrhunderts wie Vicki Baum (1888–1960) (→ Medien Link #az) und Erich Maria Remarque (1898–1970) (→ Medien Link #b0). Außerdem behandelten viele amerikanische Filme spezifisch europäische Themen, von der britischen Kolonialgeschichte wie *The Lives of a Bengal Lancer* (USA 1935) über Märchen wie *Snow White and the Seven Dwarfs* (USA 1937) bis hin zum Nationalsozialismus, den Ernst Lubitsch in *To Be or Not to Be* (USA 1942) zum Dreh- und Angelpunkt einer Komödie gemacht hat.

▲ 31

Hollywoodfilme griffen diverse europäische Traditionen auf, synthetisierten sie und formten sie oft im Sinn einer eigenen US-amerikanischen Ideologie um. Zu dieser gehörte etwa die Überzeugung von der Gestaltbarkeit der Welt, die Eigenverantwortung und das Recht auf Selbstbehauptung – unter anderem durch Waffenbesitz und -gebrauch sowie durch die Todesstrafe. Solche Überzeugungen wurden in vielen Hollywoodfilmen ausgedrückt, die oft durch eine stark moralisierende Erzählhaltung geprägt waren. Dennoch wurden sie nicht aus diesem Grund in Europa erfolgreich, sondern weil sie mit Geschick und enormem Aufwand eine große Bandbreite an europäischen Themen aufgriffen. Tatsächlich weisen die in Europa besonders erfolgreichen US-Filme einen klaren Europabezug auf, indem sie etwa europäische Handlungsorte zeigen, mit Stars aus Europa besetzt sind oder Geschichten erzählen, die auf europäischen literarischen Vorlagen beruhen.

▲ 32

Viele der in Europa beliebten US-Filme sind auf direktem Weg mit der Kultur des Landes verbunden, in dem sie beson-

ders erfolgreich waren. Hier zeigt sich, dass ein wichtiger Grund für den Erfolg eines Films in aller Regel nicht seine Internationalität war, sondern sein unmittelbarer Bezug zur Lebenswelt des jeweiligen Publikums. So beruht der beim deutschen Publikum besonders gefragte Film *All Quiet on the Western Front* (USA 1930), den der in Russland geborene Lewis Milestone (1895–1980) (→ Medien Link #b1) inszenierte, auf dem Roman *Im Westen nichts Neues* (1928) des deutschen Schriftstellers Erich Maria Remarque und erzählt von einem deutschen Soldaten im Ersten Weltkrieg. Der in Frankreich sehr beliebte Film *Camille* (USA 1936) mit der gebürtigen Schwedin Greta Garbo in der Hauptrolle basiert auf dem Roman *La dame aux camélias* (1848) des französischen Schriftstellers Alexandre Dumas des Jüngeren (1824–1895) (→ Medien Link #b2). Der erfolgreichste Film des Jahres 1933 in Großbritannien, *Cavalcade* (USA 1933), spielt in England zu Beginn des 20. Jahrhunderts, beruht auf dem Bühnenstück des britischen Dramatikers Noël Coward (1899–1973) (→ Medien Link #b3) und wurde in den Hauptrollen ausschließlich mit britischen Schauspielern besetzt.

▲ 33

Im Vergleich waren jedoch nur wenige US-Filme auf zwei oder drei europäischen Märkten zugleich erfolgreich. Dabei handelt es sich um Filme wie den bereits genannten *All Quiet on the Western Front* (USA 1930), die von einer gemeinsamen europäischen Erfahrung – in diesem Fall dem Ersten Weltkrieg – erzählen, um Verfilmungen in Europa bekannter literarischer Werke wie *Anna Karenina* (USA 1935) oder um Abenteuer weißer Menschen auf exotischen Schauplätzen. Ein Beispiel ist der Film *Trader Horn* (USA 1931), der im sogenannten "wilden Afrika" spielt.

▲ 34

Abgesehen von den Filmen aus heimatlicher Produktion gelang es den US-Filmen in der zweiten Phase also besser als den Filmen aller anderen Herstellungsländer, auf den nationalen Filmmärkten Europas erfolgreich zu sein. US-Filme wurden so erfolgreich, weil ihre Macher und ihr einheimisches Kinopublikum selbst in europäischen Traditionen standen, so dass die US-amerikanische Filmwirtschaft den Kinobesuchern vieler europäischer Staaten Filme anbieten konnte, die mit deren Vorstellungen und Wünschen weitgehend kompatibel waren. Der Erfolg Hollywoods in Europa basierte jedoch weniger auf der Globalität als auf der Lokalität der angebotenen Filme – also auf dem besonderen kulturellen Bezug zu dem Kinopublikum des europäischen Landes, in dem der jeweilige Film besonders erfolgreich wurde.

▲ 35

### Dritte Phase: Veränderung der Rolle Hollywoods in Europa seit den 1970er Jahren – Ein Ausblick

In der dritten Phase wurde der US-Film in Europa populärer als jemals zuvor, so dass er schließlich zum entscheidenden kulturellen Maßstab der europäischen Filmkultur avancierte. Seit den 1970er Jahren kam es zu einer grundlegenden Veränderung der Filmpräferenzen in Europa. Diese haben mit der Marktmacht Hollywoods nichts zu tun, sondern liegen in einem fundamentalen Wandel der europäischen Gesellschaften begründet, der auf die ausgeprägten Generationskonflikte in der Folge des Zweiten Weltkriegs zurückgeführt wird. Selbstentfaltungswerte wie die Autonomie des Einzelnen, seine Ungebundenheit und Selbstverwirklichung gewannen insbesondere bei den jüngeren (→ Medien Link #b4) Menschen, die den Großteil der Kinobesucher stellten, an Bedeutung.<sup>31</sup>

▲ 36

Diese gesellschaftliche Veränderung kam dem Erfolg Hollywoods zugute, weil sich gerade die jüngeren Europäer sich immer mehr an Werten orientierten, die US-Filme tendenziell stärker repräsentierten als Filme anderer Herstellungsländer. Innerhalb Europas näherten sich dabei auch die kulturellen Präferenzen der verschiedenen Nationen einander an. Während in den 1930er und 1950er Jahren nur sehr wenige Filme auf mehr als einem nationalen Markt erfolgreich waren, feierten in den 1980er Jahren immer mehr Filme beim deutschen, französischen und italienischen Publikum gleichermaßen herausragende Erfolge. So gut wie alle diese Filme – z. B. *Saturday Night Fever* (USA 1977), *Close Encounters of the Third Kind* (USA 1977), *Coming to America* (USA 1988) und *Fatal Attraction* (USA 1987) – kamen aus Hollywood, und sie wiesen zudem keine signifikanten kulturellen Bezüge zu einzelnen europäischen Kinonationen mehr auf.<sup>32</sup>

▲ 37

Die stärkere Integration der bislang voneinander abgegrenzten Auslandsmärkte führte dazu, dass Hollywood nun gezielt für diese Märkte Filme produzierte. Seit den 1980er Jahren sind die durchschnittlichen Produktionskosten von US-Filmen vor allem deshalb exponentiell gestiegen, weil das Gros der Filme – anders in den 1930er Jahren – bereits im Hin-

blick auf ihren Absatz im Ausland produziert wurde. So konnte im Schnitt mehr in einen Film investiert werden, weil man mit einem größeren Absatzgebiet rechnen konnte. War der Erfolg eines US-Films im Ausland in den 1930er oder 1950er Jahren mit der Ausnahme weniger Blockbuster ein Zusatzgeschäft, so können sich heute die meisten Hollywoodfilme nur amortisieren, wenn sie auch im Ausland erfolgreich sind.<sup>33</sup>

▲ 38

Joseph Garncarz, Köln

## Anhang

### Literatur

Bakker, Gerben: *The Decline and Fall of the European Film Industry: Sunk Costs, Market Size and Market Structure, 1890–1927*, London 2003 (London School of Economics: Working Papers in Economic History 70), online: <http://eprints.lse.ac.uk/22366/1/wp70.pdf> [03.08.2012].

Crisp, Colin: *The Classic French Cinema 1930–1960*, Bloomington, IN 1993.

Fawcett, L'Estrange: *Die Welt des Films*, Zürich u.a. 1928.

Garncarz, Joseph: *Art & Industry: German Cinema of the 1920s*, in: Lee Grieveson u.a. (Hg.): *The Silent Cinema Reader*, London u.a. 2004, S. 389–400.

Ders.: *The European Fairground Cinema: (Re-)defining and (Re-)contextualizing the "Cinema of Attractions"*, in: André Gaudreault u.a. (Hg.): *The Blackwell Companion to Early Cinema*, Malden, MN 2012, S. 317–333.

Ders.: *Hollywood in Deutschland: Zur Internationalisierung der Kinokultur: 1925–1990*, Frankfurt am Main u.a. 2012 [im Erscheinen].

Ders.: *Hollywood in Germany: The Role of American Films in Germany*, in: David W. Ellwood u.a. (Hg.): *Hollywood in Europe*, Amsterdam 1994, S. 94–135.

Ders.: *Hollywood in Germany: Die Rolle des amerikanischen Films in Deutschland 1925–1990*, in: Uli Jung (Hg.): *Der deutsche Film: Aspekte seiner Geschichte von den Anfängen bis zur Gegenwart*, Trier 1993, S. 167–213.

Ders.: *Maßlose Unterhaltung: Zur Etablierung des Films in Deutschland, 1896–1914*, Frankfurt am Main u.a. 2010.

Gomery, Douglas: *The Hollywood Studio System*, Houndmills 1986.

Guback, Thomas: *The International Film Industry: Western Europe and America Since 1945*, Bloomington, IN 1969.

Gunning, Tom: *The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, in: *Wide Angle*, 3–4 (1986), S. 63–70.

Higson, Andrew (Hg.): *Dissolving Views: Key Writings on British Cinema*, London 1996.

Jason, Alexander: *Handbuch des Films 1935/36*, Berlin 1935.

Krämer, Peter: *Hollywood and its Global Audiences: A Comparative Study of the Biggest Box Office Hits in the United States and Outside the United States Since the 1970s*, in: Richard Maltby u.a. (Hg.): *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden, MA 2011, S. 171–184.

Ders.: *Hollywood in Germany / Germany in Hollywood*, in: Tim Bergfelder u.a. (Hg.): *The German Cinema Book*, London 2002, S. 227–237.

Ligensa, Annemone: *Clint Eastwood's US Audience: 1964–2009: A Reception-Oriented Approach to Star Analysis*, in: *Celebrity Studies* 3, 2 (2012), S. 1–17.

Loiperdinger, Martin: *Film & Schokolade: Stollwercks Geschäfte mit lebenden Bildern*, Frankfurt am Main u.a. 1999.

Marie, Michel u.a. (Hg.): *La firme Pathé Frères 1896–1914*, Paris 2004.

- Mühl-Benninghaus, Wolfgang: Vom Augusterlebnis zur Ufa-Gründung: Der deutsche Film im 1. Weltkrieg, Berlin 2004.
- Müller, Corinna: Frühe deutsche Kinematographie: Formale, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen 1907–1912, Stuttgart u.a. 1994.
- Pafort-Overduin, Clara: Distribution and Exhibition in The Netherlands, 1934–1936, in: Richard Maltby u.a. (Hg.): Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies, Malden, MA. 2011, S. 125–139.
- Phillips, Alastair u.a. (Hg.): Journeys of Desire: European Actors in Hollywood: A Critical Companion, London 2006.
- Ryall, Tom: Alfred Hitchcock and the British Cinema, London u.a. 1996.
- Saekel, Ursula: Der US-Film in der Weimarer Republik – ein Medium der "Amerikanisierung"?, Paderborn 2011.
- Saunders, Thomas J.: Hollywood in Berlin: American Cinema and Weimar Republic, Berkeley u.a. 1994.
- Sedgwick, John: Popular Filmgoing in 1930s Britain: A Choice of Pleasures, Exeter 2000.
- Sedgwick, John / Pokorny, Mike: Hollywood's Foreign Earnings During the 1930s, in: Transnational Cinemas 1 (2010), S. 83–97.
- Spieker, Markus: Hollywood unterm Hakenkreuz: Der amerikanische Film im Dritten Reich, Trier 1999.
- Szczepanik, Petr: Hollywood in Disguise: Practices of Exhibition and Reception of Foreign Films in Czechoslovakia in the 1930s, in: Daniel Biltereyst u.a. (Hg.): Cinema, Audiences and Modernity: New Perspectives on European Cinema History, London u.a. 2011, S. 166–185.
- Thompson, Kristin: Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907–1934, London 1986.
- Trumpbour, John: Selling Hollywood to the World: U.S. and European Struggles for Mastery of the Global Film Industry, 1920–1950, Cambridge 2002.

#### Anmerkungen

1. ^ Sedgwick / Pokorny, Hollywood's Foreign Earnings 2010, S. 88f.
2. ^ Fawcett, Welt des Films, S. 79.
3. ^ Jason, Handbuch des Films 1935, S. 112 und 163.
4. ^ Loiperdinger, Film & Schokolade 1999, S. 60.
5. ^ Garncarz, Maßlose Unterhaltung 2010, Kap. 3 und 4.
6. ^ Bakker, European Film Industry 2003, S. 7.
7. ^ Vgl. Garncarz, European Fairground Cinema 2012.
8. ^ Vgl. dazu Marie / Le Forestier, Pathé Frères 2004.
9. ^ Vgl. Gunning, Cinema of Attraction 1986.
10. ^ Garncarz, Maßlose Unterhaltung 2010, Kap. 6.
11. ^ Vgl. Garncarz, Hollywood in Deutschland 2012.
12. ^ Vgl. Garncarz, Hollywood in Germany 1993; Garncarz, Hollywood in Germany 1994.
13. ^ Vgl. Thompson, Exporting Entertainment 1986; Guback, International Film Industry 1969.
14. ^ Thompson, Exporting Entertainment 1986, S. 124–137.
15. ^ Vgl. Gomery, Hollywood Studio System 1986.
16. ^ Vgl. Trumpbour, Selling Hollywood 2002.
17. ^ Garncarz, Hollywood in Deutschland 2012, Kap. 2.
18. ^ Ryall, Alfred Hitchcock, S. 40–45.
19. ^ Mühl-Benninghaus, Augusterlebnis 2004, S. 150–158.
20. ^ Spieker, Hollywood unterm Hakenkreuz 1999, Kap. IX und X.
21. ^ Vgl. Sedgwick, Popular Filmgoing 2000.
22. ^ Garncarz, Art & Industry 2004, S. 390.
23. ^ Pafort-Overduin, Distribution and Exhibition 2011, S. 135.
24. ^ Vgl. Pafort-Overduin, Distribution and Exhibition 2011; Szczepanik, Hollywood in Disguise 2011.
25. ^ Jason, Handbuch des Films, S. 112.
26. ^ Fawcett, Welt des Films, S. 79.
27. ^ Bakker, European Film Industry 2003, S. 7.
28. ^ Vgl. Ligensa, Clint Eastwood's US Audience 2012.

29. ^ Vgl. Phillips / Vincendeau, *Journeys of Desire* 2006.
30. ^ Vgl. Krämer, *Hollywood in Germany* 2002.
31. ^ Garncarz, *Hollywood in Deutschland* 2012, Kap. 5.
32. ^ Ebd., Kap. 5.
33. ^ Ebd., Kap. 5. Vgl. auch Krämer, *Hollywood and its Global Audiences*, S. 173.

Dieser Text ist lizenziert unter : CC by-nc-nd - Namensnennung, Keine kommerzielle Nutzung, Keine Bearbeitung

---

Fachherausgeber: Jürgen Wilke  
Redaktion: Christina Müller

---

## Indices

DDC: 302 , 791 , 940 , 973

## Ortsregister

Afrika DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4000695-5) (<http://d-nb.info/gnd/4000695-5>)  
Dänemark DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4010877-6) (<http://d-nb.info/gnd/4010877-6>)  
Deutschland DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4011882-4) (<http://d-nb.info/gnd/4011882-4>)  
Europa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4015701-5) (<http://d-nb.info/gnd/4015701-5>)  
Frankreich DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4018145-5) (<http://d-nb.info/gnd/4018145-5>)  
Großbritannien, GB DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4022153-2) (<http://d-nb.info/gnd/4022153-2>)  
Italien DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4027833-5) (<http://d-nb.info/gnd/4027833-5>)  
Japan DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4028495-5) (<http://d-nb.info/gnd/4028495-5>)  
Kontinentaleuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4467306-1) (<http://d-nb.info/gnd/4467306-1>)  
Los Angeles, Calif. DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4036361-2) (<http://d-nb.info/gnd/4036361-2>)  
Los Angeles- Hollywood DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4099817-4) (<http://d-nb.info/gnd/4099817-4>)  
Mitteleuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4039677-0) (<http://d-nb.info/gnd/4039677-0>)  
Niederlande DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4042203-3) (<http://d-nb.info/gnd/4042203-3>)  
Nordamerika DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4042483-2) (<http://d-nb.info/gnd/4042483-2>)  
Nordeuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4075455-8) (<http://d-nb.info/gnd/4075455-8>)  
Österreich-Ungarn DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4075613-0) (<http://d-nb.info/gnd/4075613-0>)  
Österreich DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4043271-3) (<http://d-nb.info/gnd/4043271-3>)  
Osteuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4075739-0) (<http://d-nb.info/gnd/4075739-0>)  
Russland DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4076899-5) (<http://d-nb.info/gnd/4076899-5>)  
Schweden DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4077258-5) (<http://d-nb.info/gnd/4077258-5>)  
Spanien DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4055964-6) (<http://d-nb.info/gnd/4055964-6>)  
Südeuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4078023-5) (<http://d-nb.info/gnd/4078023-5>)  
Tschechoslowakei DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4078435-6) (<http://d-nb.info/gnd/4078435-6>)  
Türkei DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4061163-2) (<http://d-nb.info/gnd/4061163-2>)  
USA DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4078704-7) (<http://d-nb.info/gnd/4078704-7>)  
Weißrussland DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4079143-9) (<http://d-nb.info/gnd/4079143-9>)  
Westeuropa DNB [☞](http://d-nb.info/gnd/4079215-8) (<http://d-nb.info/gnd/4079215-8>)

---

## Zitierempfehlung

Garncarz, Joseph: *US-Film in Europa*, in: *Europäische Geschichte Online (EGO)*, hg. vom Leibniz-Institut für Europäische Geschichte (IEG), Mainz 2012-10-18. URL: <http://www.ieg-ego.eu/garncarzj-2012-de> URN: urn:nbn:de:0159-2012083014 [JJJJ-MM-TT].

Bitte setzen Sie beim Zitieren dieses Beitrages hinter der URL-Angabe in Klammern das Datum Ihres letzten Besuchs dieser Online-Adresse ein. Beim Zitieren einer bestimmten Passage aus dem Beitrag bitte zusätzlich die Nummer des Textabschnitts angeben, z.B. 2 oder 1-4.

Titelexport aus: HeBIS-Online-Katalog [↗](http://cbsopac.rz.uni-frankfurt.de/DB=2.1/PPNSET?PPN=310264057) (<http://cbsopac.rz.uni-frankfurt.de/DB=2.1/PPNSET?PPN=310264057>) ()

---

#### Link #ab



- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/der-hollywood-schriftzug-1923?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Der Hollywood-Schriftzug 1923

#### Link #ac

- Globalisierung (<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/hintergruende/globalisierung/ulrich-pfister-globalisierung>)

#### Link #ad



- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/kinetoskop?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Kinetoskop

#### Link #ae



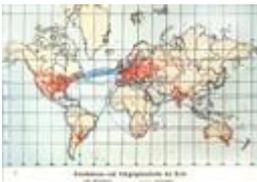
- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/max-skladanowsky-projiziert-kurze-filmszenen-mit-seinem-bioscop-projektor?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Max Skladanowsky projiziert kurze Filmszenen mit seinem Bioscop-Projektor

#### Link #af



- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/wanderkino-1947?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Grand Théâtre électrique 1906

#### Link #ah



- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/eisenbahn-und-telegraphendichte-der-erde-1901?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Eisenbahn- und Telegraphendichte der Erde 1901

#### Link #ai



- <http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/societe-pathe-freres?mediainfo=1&width=900&height=500>  
Société Pathé Frères

#### Link #aj

- Geschichte des Tourismus (<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus>)

#### Link #ak

- Sprachenmosaik (<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/crossroads/sprachenmosaik/harald-haarmann-das-sprachenmosaik-europas>)

#### Link #al

- Emigration über den Atlantik (<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/arbeitsmigration-wirtschaftsmigration/irial-glynn-emigration-ueber-den-atlantik-iren-italiener-und-schweden-im-vergleich-1800-1950>)

#### Link #am

- Louis B. Mayer (1885–1957) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/3273574>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/119113236>)

#### Link #an

- Carl Laemmle (1867–1939) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/62355509>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/119306336>)

#### Link #ao

- Michael Curtiz (1888–1962) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/2585459>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/11867076X>)

#### Link #ap

- Billy Wilder (1906–2002) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/112274535>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118632795>)

#### Link #aq

- Ernst Lubitsch (1892–1947) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/56627503>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118729306>) ADB/NDB  (<http://www.deutsche-biographie.de/pnd118729306.html>)



- <http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/ernst-lubitsch-189220131947?mediainfo=1&width=900&height=500>  
Ernst Lubitsch (1892–1947)

#### Link #ar

- William Wyler (1902–1981) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/112356096>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/119024292>)

#### Link #as

- Greta Garbo (1905–1990) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/49322993>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118537571>)

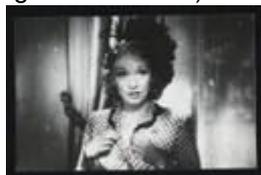


- <http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/greta-garbo-190520131990?mediainfo=1&>

amp;width=900&amp;height=500)  
Greta Garbo (1905–1990)

#### Link #at

- Marlene Dietrich (1901–1992) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/97773925>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118525565>)



- (<http://www.ieg-ego.eu/de/mediainfo/marlene-dietrich-190120131992?mediainfo=1&amp;width=900&amp;height=500>)  
Marlene Dietrich (1901–1992)

#### Link #au

- Charlie Chaplin (1889–1977) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/14767533>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118520113>)

#### Link #av

- Cary Grant (1904–1986) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/117414035>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118541536>)

#### Link #aw

- Franz Léhar (1870–1948) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/61732356>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118571036>)

#### Link #ax

- Lev Tolstoj (1828–1910) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/96987389>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/11864291X>)

#### Link #ay

- Victor Hugo (1802–1885) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/9847974>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118554654>)

#### Link #az

- Vicki Baum (1888–1960) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/71387030>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118653830>)

#### Link #b0

- Erich Maria Remarque (1898–1970) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/61551298>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118599631>)

#### Link #b1

- Lewis Milestone (1895–1980) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/5146699>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/119048639>)

#### Link #b2

- Alexandre Dumas der Jüngere (1824–1895) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/76315034>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/11852805X>)

#### Link #b3

- Noël Coward (1899–1973) VIAF   (<http://viaf.org/viaf/39375533>) DNB  (<http://d-nb.info/gnd/118670352>)

#### Link #b4

- Jugendbewegung (<http://www.ieg-ego.eu/de/threads/transnationale-bewegungen-und-organisationen/internationale-soziale-bewegungen/barbara-stambolis-jugendbewegung>)