

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XI
Danksagung	XIII
1. Forschungsbericht und methodische Hinführung.....	1
1.1 Zum Verhältnis von Buch und Film	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Untersuchung.....	6
1.3 Forschungsstand	10
1.4 Materialbasis und methodische Aspekte	17
2. Die Kino-Debatte im Buchhandel	21
2.1 Frühzeit der Kinematographie 1895–1912.....	21
2.1.1 Technikbegeisterung	21
2.1.2 Kino und Kinoreformbewegung als Randnotiz	23
2.1.3 Loyalität im Theater-Kino-Streit.....	25
2.2 Die Umfrage „Kino und Buchhandel“ 1913 und ihre Folgen.....	28
2.2.1 Wirtschaftsinteressen als Motivation.....	29
2.2.2 Schriftsteller zwischen Kulturkritik und Verdienstinteressen	32
2.2.3 Absatzorientiertes Denken im Buchhandel.....	38
2.2.4 Reaktionen und Konsequenzen	42
2.3 Kino und „Bücherkrise“ 1918–1933.....	46
2.3.1 Neue Käuferschichten	48
2.3.2 Das Kino als Symptom der „Bücherkrise“	52
2.3.3 Das Kino als Mittel gegen die „Bücherkrise“	57
3. Filmrechte	63
3.1 Entwicklungstendenzen im Urheber- und Verlagsrecht.....	63
3.1.1 Entstehungsprozess und Grundzüge des LUG und des VerIG	64
3.1.2 Novellierung der Bestimmungen	69
3.1.3 Kritik am Urheber- und Verlagsrecht nach 1918.....	73
3.2 Filmrechte in der Vertragspraxis	78
3.2.1 Überblick.....	79
3.2.2 Medienkonzern Ullstein	84
3.2.3 Übertragung der Filmrechte.....	90
3.2.4 Bedingungen der Rechteverwertung	95
3.3 Verwertung der Ullstein-Filmrechte	101
3.3.1 Vertragsanbahnung.....	101
3.3.2 Vertragskonditionen	104
3.3.3 Sonderregelungen zur Werbung	111

4. Filmbücher	117
4.1 Traditionelle Genres	117
4.1.1 Fach- und Sachbücher	117
4.1.2 Belletristik	123
4.1.3 Filmverlage und Kinobibliothek	126
4.2 Das Buch zum Film	128
4.2.1 Illustrierte Filmromane	130
4.2.2 „Verromante“ Filme	134
4.2.3 Filmbilderbücher	141
4.3 Drehbücher	144
4.3.1 Filmstücke als Reaktion auf den Autorenfilm	144
4.3.2 Drehbuch-Publikationen als Mittel zur Ästhetisierung des Films	147
4.4 Buchgestaltung	154
4.4.1 Fototechnik auf Buchumschlägen	156
4.4.2 Ullstein-Bücher	158
4.4.3 Edgar Wallace Detektivromane	161
5. Film als Motiv in der Buchwerbung	167
5.1 Entwicklungstendenzen in der Buchwerbung	167
5.1.1 Buchwerbung um 1900	168
5.1.2 Professionalisierung in den zwanziger Jahren	172
5.1.3 Gemeinschaftswerbung	175
5.2 Anzeigenwerbung	180
5.2.1 Werbeanlass	181
5.2.2 Produktbeschreibung und Verkaufsargumentation	186
5.2.3 Anzeigengestaltung	192
5.3 Schaufensterreklame	199
5.3.1 Stand des Buchfensters	199
5.3.2 Sonderfenster zum Film	201
5.3.3 Lichtbilder und Filme im Schaufenster	204
6. Buchwerbung im Kino	209
6.1 Klassische Werbemittel	209
6.1.1 Anzeigen im Programmheft	210
6.1.2 Prospekte, Plakate, Handzettel und Autorenlesungen	214
6.1.3 Diapositive	216
6.2 Werbefilme	219
6.2.1 Lehrfilme	220
6.2.2 Industriefilme	224
6.2.3 Werbefilme für einzelne Verlagsprodukte	227
6.2.4 Gemeinschaftswerbung	232
6.3 Kinobuchhandel	236
6.3.1 Die Vision des Ludwig Brauner	237
6.3.2 Reaktionen im Buchhandel	242
6.3.3 Kinobuchhandel als Serviceleistung und Nischengeschäft	245

7. Medienkonkurrenz als Chance zur Markterweiterung	251
7.1 Buch und Film im Kaiserreich	251
7.2 Buch und Film in der Weimarer Republik	253
7.3 Modernisierung und Popularisierung des Buches	256
Quellen- und Literaturverzeichnis	259
Archivmaterial und Sammlungen	259
Gedruckte Quellen	259
Forschungsliteratur	273