

## **Joseph Garncarz: Hollywood in Deutschland. Zur Internationalisierung der Kinokultur 1925-1990**

Frankfurt/M.: Stroemfeld 2013, 230 S.,  
ISBN 978-3-86109-194-3, € 29,-

In vielen klassischen Filmgeschichten gilt es als ausgemachte Sache, dass die amerikanische Filmindustrie mit dem Ende des Ersten Weltkriegs mit ihren Produkten auf allen internationalen Märkten erfolgreicher geworden sei als die jeweiligen heimischen Produktionen. Die so errungene weltweite Marktdominanz habe Hollywood seither nicht mehr abgegeben.

Joseph Garncarz widersprach dieser These bereits in seiner 1996 eingereichten Habilitationsschrift, die nun endlich auch in Buchform vorliegt. Ausgehend von seit Mitte der 1920er Jahren veröffentlichten Daten über die Popularität von Filmen auf dem deutschen Filmmarkt arbeitet er

überzeugend heraus, dass zumindest in (West-)Deutschland der heimische Film bis in die 1960er Jahre hinein eindeutig vom deutschen Publikum präferiert wurde und dass sich der amerikanische Film erst seit dieser Zeit allmählich seine Vormachtstellung an den deutschen Kinokassen habe sichern können.

Garncarz rückt damit von einer Theoriebildung ab, die über das zahlenmäßig überbordende Filmangebot der US-amerikanischen Produktion Rückschlüsse auf die tatsächliche Verbreitung der entsprechenden Filme zu ziehen versucht. Er fragt nach der empirisch belegbaren tatsächlichen Popularität von Filmen beim Publikum. Die Kinokasse wird damit in dieser Studie zum Gradmesser

der Nachfrage nach Filmen. Als wäre es nicht genug, die unterschiedlichen Top Ten-Listen aus diversen Quellen über die Jahrzehnte hinweg auszuwerten, geht Garncarz einen entscheidenden Schritt weiter, indem er versucht, Gründe dafür zu finden, warum sich die Publikumspräferenzen in Deutschland im Lauf der Zeit gewandelt haben. Er unterscheidet drei Phasen des Präferenzwandels: Zwischen 1925 und 1963 habe der deutsche – und seit den 1950er Jahren der wesensgleiche österreichische Film – den heimischen Markt eindeutig beherrscht. Zwischen 1964 und 1979 – vor allem aber seit 1972 – habe der US-amerikanische Film allmählich an Boden gewonnen, während auch Filme aus europäischen Nachbarstaaten beim deutschen Publikum zunehmend populär geworden seien – Garncarz spricht in diesem Zusammenhang von der ‚Europaphase‘. Ab 1980 dann übernahmen US-amerikanische Filme unangefochten die Spitzenplätze in der Gunst des deutschen Kinopublikums, „während deutsche und andere europäische Filme nur eine marginale Rolle an der Kinokasse] spielten.“ (S.75)

Garncarz korreliert diesen Befund mit einer Reihe ökonomischer, politischer, soziographischer und sozialpsychologischer Entwicklungen seines Untersuchungszeitraums. In der ersten Phase sei die deutsche populäre Filmkultur relativ autonom gewesen, weil ihr Bezugssystem in den Traditionen und Werten der deutschen (Alltags-)Kultur verankert gewesen sei. Dabei hätten sich Erfolgsmuster herausgebildet, deren variationsoffene Wiederholung

mittel- und langfristig den Erfolg des deutschen Films beim eigenen Publikum gesichert habe. US-amerikanische Filme konnten zu dieser Zeit nur dann ein deutsches Publikum erreichen, wenn sie sich inhaltlich oder thematisch an deutsche Kulturtraditionen anlehnten oder deutsche Schauspieler in führenden Rollen einsetzten.

„Mit dem Abbruch der Traditionen der populären Filme, die den deutschen Film populär gemacht haben, [...] zunehmend ausländische Filme populär [...], die mit den Erfolgsmustern der ersten Phase nichts mehr gemeinsam hatten. Im Unterschied zur dritten Phase kam ein großer Teil der ausländischen Filmerfolge aus den europäischen Nachbarländern; US-amerikanische Filme wurden jedoch auch erstmals traditionsbildend.“ (S.98) Deutsche Filme konnten in dieser Phase noch einmal populär werden, wenn sie Impulse aus dem ausländischen Kino aufnahmen – etwa die Karl-May-Filme, die sich Elementen des Westerns bedienten, oder die Sexfilm-Welle, die ihre Vorläufer in einigen internationalen (teilweise Kunst-)Filmen hatte. Parallel zu einer allgemeinen Liberalisierung des Moraldiskurses verzichteten die deutschen Sexfilme bald auf ihr pseudo-aufklärerisches ‚Report‘-Alibi und bedienten sich mehr und mehr der beliebten Komödien- und Klamotten-tradition der deutschen Populärkultur.

Die dritte Entwicklungsphase, in der der US-amerikanische Film endgültig den deutschen Markt zu beherrschen begann, erklärt Garncarz vor allem einerseits mit der Tendenz, dass

sich der deutsche Film schon seit den 1970er Jahren aufgrund eines großzügigen Systems steuerbasierter Filmförderung von den Bedürfnissen des Publikums abgekoppelt habe. Andererseits habe eine entscheidende Verjüngung des Kinopublikums, das sich zudem in seinen Wertevorstellungen dem US-amerikanischen Individualismus- und Selbstverwirklichungs-Ideal angeglichen habe, dem amerikanischen Film erst die Möglichkeit eröffnet, den deutschen Markt endgültig zu erobern. Zeitgleich hätten sich die klassischen erwachsenen Publikumsschichten längst dem Fernsehen zugewandt, wo in den 1980er Jahren die deutschen und österreichischen Filme der 1950er weiterhin zu den populärsten Programmangeboten gehörten.

Joseph Garncarz hat eine längst überfällige Korrektur nie wirklich hinterfragter Annahmen über die internationale Vermarktung der Ware Film geliefert, indem er statistische, ökonomische und mentalitätsgeschichtliche Fragestellungen sinnfällig und umsichtig zusammengeführt hat. Sollten in Zukunft weitere Untersuchungen zur dynamischen Rolle Hollywoods auf anderen europäischen Filmmärkten zu ähnlichen Ergebnissen führen – einige seiner Stichproben deuten darauf hin –, so würde auch deutlicher, warum er nicht von einer Amerikanisierung, sondern von einer Internationalisierung des Filmmarktes spricht.

Uli Jung (Trier)