

Joseph Garncarz

# Begeisterte Zuschauer

Die Macht des Kinopublikums  
in der NS-Diktatur

HERBERT VON HALEM VERLAG

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) –  
GA 460/7-1; GA 460/7-2.

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Joseph Garncarz  
*Begeisterte Zuschauer.*  
*Die Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur*  
Köln: Halem 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung  
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner  
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche  
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer  
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt  
oder verbreitet werden.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-562-1

ISBN (PDF): 978-3-86962-563-8

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie  
auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

TITELBILD: Kinobesucher erwarten Willy Fritsch am 25. August 1933 vor dem  
Kölnener Kino *Ufa-Palast*. Fritsch war auf Promotour für seine romantische  
Komödie *Saison in Kairo*. Herkunft des Fotos: Arno Tabertshofer, Rösrath;  
Nachlass Ernst Tabertshofer, seinerzeit Leiter dieses Kinos.

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Rüdiger Steiner

DRUCK: FINIDR, S.R.O., Tschechische Republik

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

Vorwort	10
Einleitung	21
<b>I. ÜBER DAS NS-GESELLSCHAFTSPROJEKT</b>	
1. Was ist Nationalsozialismus?	28
1.1 Eine radikale Etablierten-Außenseiter-Figuration	29
1.2 Ein eskalierender Prozess	39
<b>II. METHODISCHE GRUNDLAGEN</b>	
2. Filmpräferenzen und Messmethoden	45
2.1 Eine Wahl des Vergnügens	46
2.2 Bedingungen des Filmerfolgs	55
2.3 Filmerfolgslisten als Messinstrumente	59
3. Berechnungs- und Analysemethoden des Filmerfolgs	69
3.1 Das POPSTAT-Verfahren und seine Optimierung	69
3.2 Analysemethoden der Filmerfolgslisten	77
4. Bildung einer repräsentativen Stichprobe	83
4.1 Probleme der Stichprobenkonstruktion	84
4.2 Zusammensetzung der Stichprobe	86
4.3 Validität der Stichprobe	93

### III. KINOPUBLIKUM, FILMWIRTSCHAFT UND -POLITIK

5.	Filmpolitik und Filmproduktion	102
5.1	Politische Kontrolle des Filmmarktes	102
5.2	Das Rentabilitätsproblem der Filmproduktion	107
5.3	Aufbau von Konkurrenz im Produktionsbereich	117
6.	Kinobesucher und Filmanbieter	129
6.1	Die Wahl der Zuschauer	129
6.2	Kinobetreiber und Verleiher	138
7.	Demografie des Kinopublikums	144
7.1	Merkmale des Kinopublikums	145
7.2	Wandel des Kinopublikums	150
8.	Kulturelle Differenzierungen der Filmpräferenzen	160
8.1	Das Publikum in Orten unterschiedlicher Größe	160
8.2	Zuschauer der oberen sozialen Schicht	163
8.3	Die Nazi-Elite im Kino	168
8.4	Deutsch-jüdische Kinobesucher	172
9.	Genrepräferenzen	182
9.1	Distanz zu Politik und Alltagsrealität	182
9.2	Filmkomödien	185
9.3	Ausrichtung der Filmproduktion an der Nachfrage	197
10.	Präferenz für NS-nahe Filme	206
10.1	Klassifizierung und Charakterisierung	206
10.2	Erfolg und Reichweite	215
10.3	Gründe für den Erfolg	222
11.	Hollywood und NS-Deutschland	231
11.1	Erfolg von US-Filmen	232
11.2	Hollywoods Geschäftspolitik	239

#### IV. JENSEITS DER NS-DIKTATUR

12.	Filme der NS-Zeit außerhalb des NS-Staates	250
12.1	Präferenzen ausländischer Kinopublika	250
12.2	Präferenzen des deutschen Publikums der Nachkriegszeit	260
13.	Rück- und Ausblick	266
	Dank	273
	Verzeichnis der Abbildungen	277
	Verzeichnis der Grafiken	280
	Anhang	282
	Literaturverzeichnis	340