

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	IX
Danksagung	XI
Vorwort	XIII
1 Einleitung	1
1.1 Fragestellung und Ziel	1
1.2 Forschungsbericht und verwendete Forschungsliteratur	10
1.3 Quellenlage und Methodik	15
2 Buch und Film im Wandel	23
2.1 Der Buchmarkt im Umbruch	23
2.2 Die Entwicklung des Films bis zum Ende der zwanziger Jahre	28
2.3 Der Autor	36
3 Buch und Film im Medienverbund	47
3.1 Die Literaturverfilmung als Schnittstelle zwischen Buch und Film	47
3.2 Das Buch zum Film	56
3.3 Werbung als verbindendes Element von Buch und Film	65
3.4 Die praktische Umsetzung des Verfilmungsrechts	73
4 Das Medienunternehmen Ullstein	79
4.1 Die Mehrfachverwertung der Rechte	79
4.2 Die Werbung des Hauses Ullstein	92
4.3 Die Verbindungen des Ullstein-Konzerns zur Filmindustrie	101
5 Die Uco als Instrument der multimedialen Vermarktung	113
5.1 Die Gründung der Uco im Kontext der Filmindustrie	113
5.2 Gründung und Konzept der Uco	120
5.3 Die produktive Phase der Uco	137
5.4 Veränderte Voraussetzungen und Auflösung der Uco	153
6 Die Uco-Filme	183
6.1 Die Kwannon von Okadera	183
6.2 Schloß Vogelöd	195
6.3 Dr. Mabuse, der Spieler	213
6.4 Phantom	257
6.5 Die Prinzessin Suwarin	286
7 Multimedialität als Strategie des Ullstein Verlags	301
Quellen- und Literaturverzeichnis	311