Eine Anklage- und eine Antwort

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Film = Film Suisse : offizielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz**

Band (Jahr): **3 (1937)**

Heft 50

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-732649

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Eine Anklage - und eine Antwort

Der «Beobachter» brachte letzthin als Leitartikel eine scharfe Klage gegen die Kinobesitzer der deutschen Schweiz. Wir erachten es als unsere Pflicht, zu dieser schweren Anklage Stellung zu nehmen.

Es handelt sich um die Kinoreklame im Inseratenteil unserer Tageszeitungen, die den «Beobachter» zu einem flammenden Protest herausfordert. «Mit Bedauern», lesen wir da, «muss der Beobachter zum unerhörten Tiefstand Stellung nehmen, dem in immer schnellerem Tempo die Werbung für die Kinodarbietungen in der Schweiz zugleitet. — Das Bild, das sich aus dem Inseratenteil unserer heutigen hauptsächlich städtischen Tagespresse ergibt, ist erbärmlich und erschreckend.»

Anhand einer Musterkarte von Beispielen belegt der «Beobachter» diese Behauptung und schliesst mit folgenden mahnenden Worten:

«Wer ist an dem Zustand schuld? Die Kinobesitzer? Jawohl, *die* Kinobesitzer in ihrer Gesamtheit, nicht aber der einzelne Kinobesitzer. Denn wenn das Kino A mit einer Anzeige Erfolg hat, so muss das Kino B mit dem gleichen Geschrei auftreten, helf was helfen mag, Besucher müssen auf die viel zu vielen Sitzplätze, kein Skrupel darf beim Aufsetzen des Inserates eine Rolle spielen; wer am lautesten schreit, die meisten Superlative braucht, «bis hart an die Grenzen des Erlaubten geht», wie es in einer Anzeige so schön heisst, der hat Erfolg, und den Seriösen fressen die Hunde. Wer angefangen hat, lässt sich nicht feststellen, es ist ein Zustand, der sich im Laufe der Jahre entwickelt hat. Die Kinobesitzer werden, wenn der Einzelne auch Einsicht genug hat, doch nicht von sich aus Abhilfe schaffen können und zu einer Lobpreisung ihrer Filme in vernünftigen Grenzen zurückkehren. Es muss ein Druck von aussen und von oben kommen. Von aussen, das will sagen, von der Oeffentlichkeit her, von den in ihr berufenen Organisationen, und von einzelnen Persönlichkeiten, deren Meinung Gewicht genug hat, dass sie gehört werde. Und von oben, von den Behörden her kann vielleicht die Drohung mit der Zensur der Filminserate etwas nützen. Aber dass etwas geschehe und bald etwas geschehe, das beschwört der Beobachter die einsichtigen Eidgenossen im Lande, in grosser Besorgnis um die Verantwortung, die wir Heutigen vor den Nachkommenden auf uns laden.»

Was ist nun dazu zu sagen? Bestreiten lässt sich der Tatbestand nicht. Es ist wirklich, wenn auch vielleicht nicht gar so tragisch, so doch allermindestens furchtbar *geschmacklos*, bei jedem Film zu behaupten, dass er alle früheren in den Schatten stelle. Das glaubt ja im Ernste schon längst kein vernünftiger Mensch mehr. Und die sinnlos verschwendeten Superlative wie «alles übertreffend», «unerhört» usw. nebst dem lüstern-erotischen Gewürz, dürften in der Tat weniger faustdick verwendet werden. Gewiss hat jeder Kinobesitzer, der normal empfindet, schon oft gewünscht, er könnte diesen Ballast von marktschreierischen Schlagwörtern fortwerfen, aber er glaubt eben, *mit den Wölfen heulen zu müssen*, die Reklame-Trompete mindestens so laut blasen zu müssen, wie seine Konkurrenz!!

Was ist da zu machen? Rufe man doch nicht gleich dem Polizeiknüppel, der in Sachen des guten Geschmackes nicht zu urteilen hat. Viel besser wird es sein, wenn die Leute, welche die Reklamen verfassen, unter sich die Frage erörtern und Wege suchen, die zu besseren Zuständen und Sitten führen können, damit dem Kino allmählich, statt Vorwürfen ohne Ende, bald Komplimente gemacht werden können.

Filmwirtschaft, Filmgeschäft und Filmkunst

in den drei massgebenden Produktionsländern U.S.A., England und Deutschland.

Eine Artikelserie von OTTO BEHRENS

Film in U.S.A.

Im Rahmen des amerikanischen Wirtschaftslebens steht die *Film*-Industrie mit an führender Stelle. Ihre Bedeutung ergibt sich aus nachstehenden Angaben. Bei rund 130 Millionen Einwohnern sind in den Vereinigten Staaten *über 18,000 Lichtspieltheater* gezählt worden, die eine Kapazität von 11,5 Millionen Besuchern aufweisen. Das amerikanische Volk ist das kinofreudigste der Erde. Im Durchschnitt besucht ein über 15 Jahre alter Amerikaner jährlich 42 Mal ein Kino! Dreimal in der Woche ins Lichtspielhaus zu gehen, ist drüben keine Seltenheit. Vergleicht man hiermit die Häufigkeit des Kinobesuchs in Europa, so geht der Engländer 22 (30) Mal, der Franzose 8 (11) Mal, der Italiener 6 (9) und der Deutsche nur 4 (6) Mal jährlich ins Kino. Während man in Deutschland (67 Mill. Einw.) wöchentlich mit 6 Millionen Kinobesuchern rechnen kann, wird der Besuch in den U.S.A. (etwa doppelt so viel Einwohner wie Deutschland) auf 70 Millionen beziffert. In Amerika sollen 90% aller Erwachsenen Kinobesucher sein, in Deutschland nur 10 Prozent. Dass sich in den Vereinigten Staaten auf Grund einer solch enormen Kinofreudigkeit die dortige Filmindustrie ins Riesenhafte entwickeln konnte, erscheint ohne weiteres begreiflich. Vernimmt man noch dazu, dass jeder amerikanische Film im Zeitraum eines Jahres von durchschnittlich 85 Millionen Menschen allein in seinem Ursprungslande gesehen wird (wobei Viele sich den gleichen Film mehrere Male ansehen), dann dürfte es kaum noch in Erstaunen versetzen, wenn die *Gesamteinnahmen der amerikanischen Kinos auf jährlich rund eine Milliarde Dollar* beziffert werden.

Blicken wir nach Hollywood, wo die Produktion zentralisiert ist, so erfahren wir, dass das im amerikanischen Film angelegte Kapital *2 Milliarden Dollar* beträgt. Das ist eine imposante Zahl, wenn man bedenkt, dass die Summe von nur 650 Millionen Dollar mehr, also 2,6 Milliarden Dollar, das in der ganzen Welt vorhandene Filmkapital darstellen. Für die Produktion allein werden in Hollywood jährlich rund 250 Millionen Dollar benötigt. Etwa 300,000 Menschen arbeiten in der Produktion, im Verleih und im Theaterbetrieb. An Gagen und Löhnen sind jährlich 80 Millionen Dollar erforderlich, für Reklamezwecke — und das ist charakteristisch für Film-Amerika — 70 Millionen Dollar.