Nachtrag zu unseren Artikeln "Unser Schweizerfilm"

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **3 (1943)**

Heft 9

PDF erstellt am: **23.05.2024**

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

Ein alter Kämpe der katholischen Filmarbeit hat uns diese beherzigenswerten Zeilen geschrieben. Wenn Sie, lieber Leser, den Eindruck haben, auch Sie könnten in dieser Richtung etwas tun, so denken Sie bitte daran, dass die Filmkommission des Schweizerischen Katholischen Volksvereins ein Postcheckkonto besitzt: Filmkommission des Schweizerischen Katholischen Volksvereins, Olten Vb 194. Aber besonders durch Werbung neuer Abonnenten für den „Filmberater" leisten Sie der katholischen Filmarbeit in der Schweiz einen namhaften Dienst.

Nachtrag zu unseren Artikeln „Unser Schweizerfilm"

(Zwiegespräch mit einem Produzenten) in den Nummern 5 und 7 des Filmberaters.

Wir erhielten als Antwort auf die Artikel „Unser Schweizerfilm", von der ältesten und erfolgreichsten einheimischen Produktionsgesellschaft, der Praesens-Film A. G., einen Brief, den wir hier ausnahmsweise zugleich mit unserer Erwiderung veröffentlichen.

Die Praesens schreibt:

„Wir haben Ihre beiden Artikel **„Unser Schweizerfilm (Zwiegespräch mit einem Produzenten)"**, die in der März- und April-Nummer des Filmberaters erschienen sind, gelesen. Gestatten Sie uns, Sie auf folgendes aufmerksam zu machen:

Der verantwortliche Filmproduzent kann seinen Beruf nicht nur allein als Brotberuf und als Geschäft auffassen, sondern muss darin vor allem ideelle Zwecke sehen, da er sonst kaum einen Erfolg haben wird. Auch kann die dauernde Nervenanspannung und die überaus starke Belastung mit Geld nicht entschädigt werden.

In dem erwähnten Artikel haben Sie die guten Schweizerfilme übersehen. Dürfen wir Sie deshalb darauf aufmerksam machen, dass unsere Firma sich seit 19 Jahren um den Schweizerfilm bemüht und unter anderm folgende Filme hergestellt hat:

Füsilier Wipf
Wachtmeister Studer
Gilberte de Courgenay
Die missbrauchten Liebesbriefe
Landammann Stauffacher
Das Gespensterhaus
Der Schuss von der Kanzel

Diese Filme wurden auch vom Filmberater anerkannt.

Wir begrüssen Sie hochachtungsvoll
Praesens-Film A.-G."

Unsere Antwort:

Sie haben in Ihrem Brief vom 5. Mai gegen die beiden Artikel „Unser Schweizerfilm" zwei Einwendungen gemacht, die wir nicht un-

erwidert lassen möchten. Ihre Kritik bezieht sich auf zwei Punkte. Da ist zunächst unsere Feststellung, dass die Produktion von Filmen in erster Linie ein Geschäft ist. Sie haben an folgendem Satz Anstoss genommen: „Sie scheinen anzunehmen, dass wir Produzenten in erster Linie kulturell und geistig interessiert sind, dabei ist doch die Schaffung von Filmen für uns der Brotberuf, das Geschäft, und unser erster Gedanke wird immer sein müssen, das nötige Geld zu verdienen und wenigstens keinen finanziellen Schaden zu leiden." Verstehen Sie mich nicht falsch; ich möchte nicht behaupten, dass das Geschäft, die Rendite, der einzige Gedanke sei, der die Produzenten zur Arbeit antreibt. Es gibt gewiss verantwortungsbewusste Produzenten, die mit Ihren Werken auch — vielleicht sogar in erster Linie — eine kulturelle und geistige Aufgabe erfüllen wollen. Gerade die Praesens gehört zu den Firmen, die mit Eifer auf das geistige Niveau ihrer Filme achten; sie war bestrebt, den kulturellen Bedürfnissen der Schweiz nach Möglichkeit zu dienen. Ich erinnere nur in diesem Zusammenhang an den „Landammann Stauffacher", der im rechten Augenblick geradezu eine Sendung erfüllte. Aber es scheint doch ausser Zweifel zu stehen, dass die idealgesinnten Filmhersteller, welche die geistigen Interessen über die materiellen stellen, eine seltene Ausnahme sind. Ich möchte den abscheulichen Satz, den ich vor einigen Jahren aus dem Munde eines Produzenten hören musste: „Was kümmert mich schon die Qualität eines Filmes, wenn ich dabei nur mein Geld verdiene", gewiss nicht verallgemeinern. Aber es hiesse Wasser in den Rhein tragen, wollte man einmal mehr an Hand von konkreten Zahlen beweisen, dass die Filmproduktion in der Welt eben ein Riesengeschäft ist, das von denjenigen, die den gewaltigen finanziellen Einsatz von schätzungsweise 40 Milliarden Schweizerfranken wagten, auch als solches betrachtet wird. Wer wollte daran glauben, dass dies in der Schweiz ganz anders sei. Aber immerhin gibt es erfreulicherweise gerade bei uns Männer, die nach dem Grundsatz „das Eine tun und das Andere nicht lassen", beide Elemente, Geschäft und Ideal, zu verbinden, sich ernsthaft bestreben.

Der zweite Punkt betrifft die in den Artikeln zum Ausdruck gebrachte Verallgemeinerung. Es ist uns tatsächlich nicht in den Sinn gekommen, es könnten die Leser des Filmberaters aus unseren Ausführungen den Eindruck gewinnen, als ob wir die guten Schweizerfilme hätten totschweigen wollen. Gerade der Filmberater hat ja immer wieder mit aufrichtiger Freude gute Werke einheimischer Produktion, woher sie auch kommen mögen, begrüsst. Als die Artikel geschrieben wurden, standen wir unter dem Eindruck der neuesten, d. h. seit Jahresbeginn herausgebrachten Schweizerfilme (ersparen sie mir die Aufzählung der Einzeltitel). Diese vier bis fünf Streifen zeugten teils in ihrem Thema, teils in ihrer filmischen Formgebung von einem so erstaunlich tiefen Niveau, dass der Ausruf eines kritischen Filmbesuchers anlässlich der Festpremière eines dieser Streifen nicht allzu hart scheint: „Schade um

das kostbare Rohmaterial!" Aber gerade die Praesens hat ja allen Grund, die von Ihnen beanstandeten Artikel im Filmberater als sie nicht betreffend „ad acta" zu legen. Es gereichte der Redaktion des Filmberaters immer wieder zur ehrlichen Freude, erklären zu dürfen, dass die Praesens seit 1938 (Füsilier Wipf), mit Ausnahme des der Gesinnung nach ausgezeichneten, aber filmisch schwachen „Fräulein Huser", unsere einheimischen Kinotheater mit überdurchschnittlichen, ja zum Teil mit ausgezeichneten Werken bereicherte. Und schon darum dürfen wir wohl hoffen, dass die aufmerksamen Leser der Artikel in den Nummern 5 und 7 die recht wenig schmeichelhaften Ausführungen über „Unser Schweizerfilm" so aufgefasst haben, wie sie gemeint waren, d. h. als eine Klage über die leider immer wieder aufs neue herausgebrachten unerfreulichen und unerwünschten Streifen.

Nochmals die unseriöse Kinoreklame

(siehe den Artikel **„Neues über die unseriöse Kinoreklame"** in Nr. 5).

Ein Inserat kann nur den einen vernünftigen Sinn haben: Die Werbung für den angepriesenen Artikel. Aber diese Werbung muss taktvoll und ehrlich geschehen. Vom Filminserat im Besondern erwartet der Leser mit Recht, dass es ihn orientiere über die Art des gespielten Streifens und über seine Qualitäten. Jeder Geschäftsmann weiss, wie gefährlich es für ihn werden kann, wenn die Kunden seinen Angaben über die angepriesenen Waren zu misstrauen beginnen. Es gilt eben auch hier: „Wer einmal lügt, dem glaubt man nicht, und wenn er auch die Wahrheit spricht." Ein Kunde, der sich einmal betrogen fühlte, wird nicht leicht noch einmal einem Inserat glauben. Darum wird sich jeder vernünftige Inserent vor krassen Übertreibungen sorgfältig hüten und auch mit Superlativen eher sparsam umgehen. Nur so wird er auf lange Sicht eine treue Kundschaft gewinnen und sie sich auch auf die Dauer bewahren. Man sollte meinen, dass auch im Filmfach diese Gesetze jeder gesunden Geschäftspraxis Geltung haben. Aber nein, was dem Kinopublikum von gewissen Theaterbesitzern in der Inseratenwerbung zugemutet wird, übersteigt oft jedes erträgliche Mass. Mit Superlativen wird nur so herumgeworfen. Es gibt Kinotheater, die den Inseraten nach mehrmals nacheinander den „allerbesten Film des Jahres" zeigen. Ihre Kinoreklame ist dazu oft banal, wenn nicht anzüglich und stösst edeldenkende Menschen ab. Man stellt in Aussicht, „dass der Film dort anfange, wo andere aufhören", man verspricht „die schönste Liebesgeschichte aller Zeiten", die „schönsten Frauen aus aller Welt", man sagt uns, wir würden „Tränen lachen", uns „krumm lachen", uns „krank und gesund lachen", uns „kugeln", wenn nicht gar „brüllen vor lachen". Ja ein Kinotheaterbesitzer von Zürich ging soweit, den Kinobesuchern folgenden Rat zu geben: „Sie werden gut tun, sich Gummistiefel anzuziehen,