

Die Filmbranche rodelt

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum**

Band (Jahr): - **(1923)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-731685>

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.

(hm. hm.) Phantasievollste Handlung. Fein abgestimmtes Zusammen-
spiel. Hervorragende Stars. Hochkünstlerische Regie. (Luft, Luft.) Die
beste Filmproduktion Amerikas! Preisgekrönte Schönheiten. Märchen-
hafte Naturaufnahmen. Unerreichte Photographie. Phantasievollste
Handlung. Zauberhafte Szenerie. Geistreiche Regie“ (!!!!).

Die Caesar-Film-Gesellschaft endlich serviert: „Aus der Wüste des
Durchschnitts erhebt sich die Pyramide unserer Produktion!“

Das ist keine Selbstüberhebung mehr und kein Größenwahn! Das
schreit nicht mehr zum Himmel, nein, das . . . duftet!!

Max Neumann in „Filmhölle“.

Die Filmbranche rodelt.

Der größte Teil der Filmbranche hat sein Winterquartier endgültig
in Garmisch aufgeschlagen. Schon in der vergangenen Woche ging es
hoch her. Die Rodelbahnen sind glänzend. Die Damen begeben sich in
Kniehosen auf die Bobsleigh-Reise. Auch mit benagelten Schuhen auf
der Schneedecke der Landstraße wettlaufen, ist große Mode. Die Herren
kommandieren beim Start. Einmal kamen gerade zwei oberbayerische
Bauern vorbei. — „Söst, woas dö Städter fuor a Gil hoabn,“ staunte
der eine, „wessentwegen muogen dö Weiber nur so laufen?“ — „Dös
woaft nit? — Sixt, dö Weiber habn eaner Röcke z’Hause g’loassen.
Und jetzt werden’s von eana Mander z’ruckgeschickt!“

*

Im Januar wird wahrscheinlich in den Filmateliers die Arbeit, die
sich in der letzten Zeit mehr auf kaufmännische Vorbereitungen, Ab-
schlüsse und Verkäufe erstreckte, wieder ihren praktischen Lauf nehmen.
Daß die Glashäuser nur so „bibbern!“ Dies ist unter Umständen wört-
lich zu nehmen! Nämlich, wenn es sich um die seit Bestehen aller Film-
kunst beliebten Raubtierfilme handelt. Es ist ja bekannt: wenn so ein
Löwe wild wird, zerreißt er alles — besonders aber die Filmhandlung!
— Es ist sehr reizvoll, bei solchen Aufnahmen dabei zu sein. In Düssel-
dorf arbeitete kürzlich der Dompteur Schneider. Der Löwe Nero wollte
absolut nicht Order parieren, er fauchte, knurrte, drehte dem Apparat
den Rücken, lief in die Ecken, legte sich schließlich wie ein krankes
Pferd auf den Boden und erklärte sich für neutral. Inzwischen sam-
melte sich um den Käfig eine Menschenmenge. Wie ein Lauffeuer hatte
es sich herumgesprochen, daß der Dompteur ein richtiggehender Ame-
rikaner sei, und sofort kannte das Interesse des Publikums keine
Grenzen. Mit offenen Mündern beobachtete man jede seiner Bewe-
gungen. Plötzlich aber geriet der Dompteur durch seinen ungehor-
samen Löwen außer sich und rief in seiner Empörung: „Du Luder ver-
tracktes, du hast wohl lange geene Briegel jekricht? — Allemal! Da
kannste nu alleene liegen, biste schwarz wirst, du Hundeviech, du ke-
meenes! — Dies in unverfälschtem Sächsisch. Eine Minute später waren
alle Zuschauer, ernüchtert und tief enttäuscht, aus dem Bereich der
Raubtiere verschwunden.

*

Mit der fast sprichwörtlichen Wildheit der Filmlöwen hat es übrigens seine eigene Bewandnis. — „Dieser Dompteur Schneider hat mit seinen Raubtieren wirklich vor jeder Filmaufnahme immer ein tolles Stück Arbeit“, erzählte ein Schauspieler von seinen Ateliererfahrungen. — „Warum? Sind sie so gefährlich?“ — „Aber nicht doch! Ich meine gerade, ehe er die Biester wild bekommt.“ („B. Z. a. M.“)

Gaumont-Co., England, dreht „amerikanische“ Filme.

Nachdem die Gaumont Co. in London sich bisher damit begnügte, Filme für den englischen Konsum auf den Markt zu bringen (wenigstens wird der bisherige Mißerfolg der Gaumont-Filme in Amerika heute damit begründet), hat jetzt Col. A. Bromhead als Sprecher dieser Produktionsgesellschaft auf einem Festessen, das er in Newyork für die Leute vom Bau veranstaltete, davon Mitteilung gemacht, daß man fortan mehr auf die amerikanischen Geschmacksforderungen Rücksicht zu nehmen gedenke. Das zukünftige Programm der Gaumont Co. werde sich auf einer ganz anderen Basis entwickeln, und der erste Schritt in dieser Richtung werde die Verfilmung von Hall Caines „The Quality of Mercy“ sein. Harry Warner beteiligte sich an der Aussprache, die sich an die Ausführungen Bromheads angeschlossen, indem er erklärte, die englische Produktion müsse sich überhaupt mehr von der englischen Atmosphäre befreien, da diese von den amerikanischen Kinobesuchern abgelehnt würde. Wesentlich anderer Ansicht war Finklestein von der „Associated First National“, der den Standpunkt vertrat, die Atmosphäre eines Landes bedeute gar nichts, man müsse nur wirklich straffe Handlungen erfinden, diese würden auch von den Amerikanern ohne weiters akzeptiert. Dieselben Ansichten äußerte Elmer W. Pearson von „Pathe Exchange“ der auf die Erfolge der „Dubarry“ in den Staaten hinwies. Aber er deutete an, woher es komme, daß die ausländischen Filme so wenig Beifall fänden. Die amerikanischen Theaterbesitzer hielten es nicht für angebracht, bei ausländischen Filmen eine Star-Reklame zu machen, und deshalb habe das amerikanische Publikum von vornherein keine Einstellung zum Hauptdarsteller. Bei Pola Negri war das etwas anderes. Auch hier wußte vom Publikum niemand, wer Pola Negri war, und dennoch prangte ihr Name an den Außenseiten sämtlicher Kinos, in denen der Film lief. Das sei der Schlüssel zum Erfolg: das amerikanische Publikum müsse, seiner Gewohnheit und Erwartung entsprechend, auf den Star hingewiesen werden, dann werde es auch wissen, was mit dem Film anzufangen sei. — Diese Ansicht wurde von J. A. Warren unterstützt, der als Angehöriger der „American Releasing Comp“, eine große Anzahl von Lichtbildhäusern zu kontrollieren Gelegenheit hat. Er empfahl aber Colonel Bromhead noch eines: die Filme, die für den amerikanischen Markt in Betracht kommen, müssen im Tempo etwas flinker sein, als dies vielleicht für das englische Publikum erforderlich ist. Würde auch diese Forderung berücksichtigt, so werden die englischen Filme von besseren Erfolgen auf dem amerikanischen Markte begleitet sein.