

Bemerkenswertes aus Hollywood

Autor(en): **J.W.**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **6 (1940)**

Heft 91

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-734538>

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.

dem Wesen unserer Zeit entspricht: in der phantastischen, künstlichen Umwelt des Films verlor ihr Herr und Meister nie jene Strenge gegen sich selbst, jenes Arbeitsethos, das die Quelle aller echten Erfolge bildet. Arbeit ist ihm die schönste Erholung — und so wird er wohl auch seinen 65. Geburtstag damit begehen, daß er sich

in der Lustspielwelt des «Gasmannes», seines neuesten Filmwerkes, von der herberen Luft seines Maria-Stuart-Films «erholt». Dem Nachdenklichen aber zeigt schon der Gegensatz der beiden Filmstoffe, wie groß die Reichweite des künstlerischen Temperaments von Carl Froelich ist.

W. K.

Bemerkenswertes aus Hollywood

Was unser Berichterstatter aus Hollywood schreibt, ist für die heutige Produktion in mancher Hinsicht aufschlußreich. Die Erkenntnis, daß ein guter Film nur aus einem guten Stoff entstehen kann, ist auch bei uns keine Selbstverständlichkeit.

Die Red.

Nicht nur in Hollywood — überall auf der Welt, wo Leute etwas vom Film verstehen, weiß man heute, daß der wahre Star eines Films nicht der Schauspieler ist, auch nicht der Regisseur oder Photograph, sondern — die Geschichte. Eine gute «Story» vermag einen mittelmäßigen Film zu einem Erfolg zu machen; auf der anderen Seite kann auch der beste Schauspieler und der größte Regisseur einen Film nicht retten, dessen «Story» schlecht ist. Eines der größten Verlustgeschäfte, das Metro-Goldwyn-Mayer in den letzten Monaten hatte, war «I Take This Woman», obwohl zwei allererste Stars, nämlich Spencer Tracy und Hedy Lamarr die Hauptrollen spielten. Das Publikum fand den Film so scheußlich, daß es ihn einfach boykottierte; obwohl Spencer Tracy einen sehr begeisterten Anhang hat und Hedy Lamarr diejenige Schauspielerin in Hollywood ist, welche die meiste «Fan-Mail» (Briefe von Verehrern) bekommt. Und wer erinnert sich nicht an den unvergeßlichen Durchfall von «Parnell», («Donner über Irland»), trotz Clark Cable und Myrna Loy? Selbst dieses Paar, das jedes Kino der Welt zu füllen vermag, konnte die schwache «Story» des Films nicht halten.

Andererseits hat sich Hollywood immer wieder über sogenannte B-Filme überraschen lassen, welche billig gemacht wurden und keine Stars von großem Ruhm hatten, aber sensationelle Erfolge wurden, zur größten Überraschung aller Beteiligten. Hollywood nennt solche Filme «Sleeper» («Schlafwagen»), weil jedermann geglaubt hat, man werde dabei einschlafen, und plötzlich kommt ein großer Erfolg. Der neueste «Sleeper» ist Paramounts «The Great MacGinty», eine Satire auf amerikanische politische Korruption in einer großen Stadt. Der Film, welcher sehr billig war, spielt jetzt in den größten Häusern und macht mehr Geld als viele Super-Ultra-Extra-Großfilme, die ein Vielfaches kosteten. Und warum? Weil er eine starke, unkonventionelle, gute Idee hat und ein ausgezeichnetes Drehbuch. Merk-

würdigerweise ist dieser Film von demselben Manne geschrieben, regiert und produziert worden; er heißt Preston Sturges, ist ursprünglich ein Autor gewesen und hat wiederum bewiesen, daß man daran gehen sollte, die Autoren ihre eigenen Filme inszenieren zu lassen. Dann wird der Film das Produkt eines guten Gehirns sein, und nicht das Gemisch von zwei Dutzend Menschen, von denen jeder einzelne seine bestimmte (von den anderen abweichende) Idee über den Film hat.

Im Jahre 1939 wurden, dem «Hollywood Reporter» zufolge, 180 Stoffe von allen Hollywooder Studios angekauft. Diese Ziffer wird eine schwere Enttäuschung für viele Menschen sein, welche alle glauben, in ihrem Kopf einen guten Filmstoff heruzutragen, den man nur auf drei Seiten niederschreiben und postwendend nach Hollywood senden muß, worauf man telegraphisch 10 000 Dollars überwiesen bekommt. Die Wirklichkeit ist viel ernüchternder und schwerer. Niemand kann sich eine Vorstellung davon machen, wie viele Manuskripte bei den Hollywooder Agenten zusammenkommen: viele tausende pro Woche. Diese werden jetzt gesiebt, und nur die wenigen Stoffe, die dem Agenten gefallen — und Hollywooder Agenten sind nicht so leicht zufriedener zu stellen — wandern weiter, in ein Studio. Natürlich bekommen die Studios auch direkt tau-

sende Stoffe täglich; aber diese Sendungen werden gar nicht mehr geöffnet, seit Fälle vorgekommen sind, daß unbekannte Personen Plagiats-Prozesse gegen Studios angestrebt haben und beweisen konnten, daß ihre Stoffe, welche sie einsandten, irgendeine Ähnlichkeit mit dem Film hatten. Und von allen, den vielen Manuskripten, die aus der ganzen Welt zusammenkommen und oft von den besten Autoren geschrieben sind, wurden im Jahre 1939 nur — 54 Originalstoffe gekauft, durchschnittlich ein Stoff pro Woche! Eine Ziffer, die unglaublich klingen würde, wenn sie nicht Tatsache wäre... An der Spitze marschieren 20th Century Fox und Universal, mit je 14 Stoffen pro Studio; es folgen Warner Bros. und RKO, je neun, M.G.M. sieben — jawohl, die großen M.G.M. haben nicht hunderte von Stoffen im Jahre 1939 gekauft, wie die Optimisten glauben, sondern sieben, jeden zweiten Monat einen!, und Paramount hat nur einen einzigen Stoff gekauft.

Noch immer scheint es richtiger zu sein, ein gutes Buch oder ein gutes Theaterstück zu schreiben, welches dann die Aufmerksamkeit der Film-Nabobs erringt und gekauft wird. 69 Romane und 33 Stücke wurden gekauft, die meisten dieser Romane sind amerikanische Best-Seller gewesen. Schließlich wurden 21 Magazin-Kurzgeschichten gekauft und 3 Radio-Stücke — und das ist die ganze schriftstellerische Auslese eines Jahres in Hollywood.

Tatsache ist, daß die großen Studios hunderte — manche sagen: tausende — von bereits früher gekauften Stoffen auf Lager liegen haben und sich keinen Rat damit wissen; denn wer weiß überhaupt in Hollywood, was nächstes Jahr sein wird? Die Zeiten sind endgültig vorbei, da jedes halbwegs erfolgreiche Buch, jedes nicht durchgefallene Stück gekauft wurde — schon deshalb, damit kein Konkurrenz-



Johannes Steiner und Max Werner Lenz auf der Spur des Verbrechers im Film «Weyerhuus».



Marie-Eve Kreis spielt im «Weyerhuus» die verträumte, im Notfall jedoch sehr zielbewußte Tochter des Schlosses.

Studio es wegschnappen kann. Heute wird nur gekauft, was entweder phantastisch gut ist, oder von größter Bedeutung für einen bestimmten Star. Mittelmäßigkeiten haben keine Chance mehr. Europäische Autoren sind auf der Liste nur sehr spärlich vertreten. Einzig der Franzose Jaques Deval (Tovarich), die Ungaren Laszlo, Fodor und Vadnai, und die Mitteleuropäer B. Wilder und Reisch (bekannt von seiner «Maskerade»), sind mit auf der Liste. Hollywood-Agenten sagen, dies sei der schlechteste Sommer seit vielen, vielen Jahren. Niemand will mehr etwas investieren, jeder hält sein Geld zurück, kein Stoff kann verkauft werden. Der Krieg hat unsichtbar bis auf den Hollywood-Boulevard gegriffen, auch wenn die Menschen sich einreden, daß man hier nichts davon merkt.

Das Publikum gegen die Doppelprogramme.

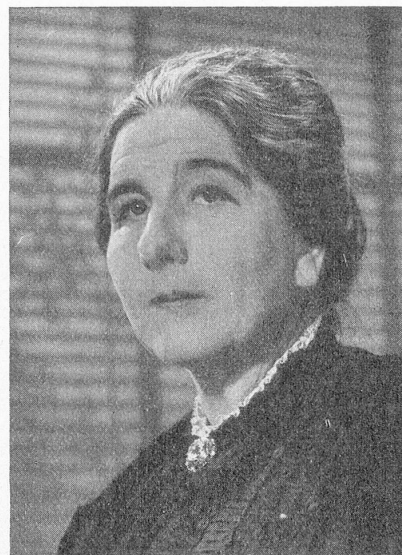
Wir haben in einem früheren Bericht über die Unsitte der Doppelprogramme selbst in den großen Kinos von Amerika gesprochen, und erwähnt, daß das «American Institute of Public Opinion» eine Abstimmung veranstaltete, bei welcher alle Schichten der amerikanischen Bevölkerung zu ihrer Einstellung zum Doppelprogramm gefragt wurden. Die Abstimmung ist jetzt vorbei und hat folgende Resultate gebracht: 57 Prozent des Publikums sind gegen das Doppel-Programm, 43 Prozent dafür. Es ist kein überwältigender Sieg, aber er wird eindringlicher, wenn man nachprüft, wer dafür und wer dagegen war. Für das Doppelprogramm sind die ganz jungen Besucherschichten, die das

Hauptkontingent für «Kindervorstellungen» und «Nachmittagsvorstellungen» bilden. Dafür waren ferner die ärmsten Bevölkerungsschichten, welche ins Kino nicht des Programms wegen gehen, sondern weil es dort angenehmer ist als zu Hause. Dagegen waren alle Erwachsenen und vor allem die Käufer der teureren Sitzkategorien, welche ausgesprochen gegen das «Vergnügen» sind, vier Stunden im Kino zu sitzen. Wenn man die Statistik jetzt nochmals prüft, so stellt man fest, daß 70 Prozent des Publikums (nach den Einnahmen gerechnet) dagegen und 30 Prozent dafür waren.

Aber diese Abstimmung hat noch ein anderes Resultat ergeben, das auch die Schweizer Theaterbesitzer interessieren wird: daß nämlich im Kinoland Amerika 32,000,000 Personen niemals in ein Kino gehen! Mehr als ein Viertel der Bevölkerung ist ausgesprochen kinoscheu! Der Produzent Samuel Goldwyn folgert ganz richtig, daß es die erste Aufgabe des amerikanischen Films sein müßte — besonders jetzt, wo man die ausländischen Märkte fast zur Gänze verloren hat — diese große Minorität zum Kinobesuch zu erziehen und damit den Ausfall an fremden Märkten wettzumachen. Das gleiche gilt in kleinerem Maße auch für europäische Länder — in jedem von ihnen gibt es einen beträchtlichen Teil der Bevölkerung, welcher nicht ins Kino geht. Aber wie? Weniger Filme, und dafür bessere Filme, sagt Goldwyn. Die Theaterbesitzer sind nicht alle seiner Meinung. Diejenigen, deren Theater in ärmeren Distrikten gelegen sind, berichten, daß ihr Publikum zweimal oder dreimal in der Woche ins Kino kommt, so wie man in Mitteleuropa



Max Knapp, der geheimnisvolle Diener Obi im Film «Weyerhuus».



Das überlegene Können von Ellen Widmann wird im Film «Weyerhuus» der Gestalt der Schloßherrin ein ergreifendes Format geben.

ins Kaffeehaus geht. Meist erscheint die ganze Familie mit Großmutter und Baby, welche sich jetzt in den bequemen Sitzen niederläßt, kaltes Nachtmahl verzehrt, sich unterhält, raucht, ein wenig schläft, und vor vier Stunden das Kino nicht verläßt. Warum auch? Zu Hause ist es traurig, arm und ungemütlich und zuhause haben sie auch nicht so bequeme Fauteuils.

Die Studios haben jetzt begonnen, einige Super-Filme (wie M.G.M. «s Boom-Town und Fox» Brigham Young) zu erhöhten Preisen zu zeigen, und hoffen auf diese Weise einen Teil der verlorenen Einkünfte hereinzubringen; diese Methode mag zwar in einigen Fällen glücken, ist aber gefährlich: denn wenn man dem Publikum für bessere Filme mehr Geld abnimmt, wird es sagen: «Wir haben nicht die Absicht dafür zu zahlen, daß Hollywood uns bessere Filme zeigt. Es ist Sache der Studios, uns gute Filme vorzuführen, und Sache der Theaterbesitzer, die Filme entsprechend auszuwerten — aber wie kommen wir dazu, eine Prämie für besondere Filme zu zahlen?» Der Einwand hat manches für sich. Daß aber überhaupt solche Experimente und Versuche gemacht werden, ist eben ein Beweis, daß Hollywood weiß, wie krank es ist und sich verzweifelt bemüht, eine Lösung zu finden. Momentan stehen 50 Filme vor den Kameras — ein Rekord für diese Jahreszeit. Aber diese Hausse hat nichts zu bedeuten, denn die meisten Studios wollen vor der nächsten Präsidentenwahl, im November, möglichst viele Filme fertig haben, denn man weiß nicht, was nachher sein wird. Hollywood hat längst seine Sorglosigkeit verloren und blickt zumindest mit einem trüben Auge in die Zukunft. J. W. (Hollywood).