

Zeitschrift: Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum
Herausgeber: Zappelnde Leinwand
Band: - (1923)
Heft: 9

Artikel: Wie der Film "Foolish wives" nach New-York kam
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-731810>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.01.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

KINO Zappelnde Leinwand

Eine Wochenschrift fürs Kino-Publikum

Verantwortlicher Herausgeber und Verleger: Robert Huber.

Administration: M. Huber, Bäckerstrasse 25, Zürich.

Briefadresse: Hauptpostfach. Postscheck-Konto VIII/7876.

Bezugspreis vierteljährlich (13 Nrn.) Fr. 3.50, Einzel-Nr. 30 Cts.

Nummer 9/3.

Jahrgang 1923

Inhaltsverzeichnis: Wie der Film „Foolish wives“ (Närrische Frauen) nach New-York kam. — Foolish wives.
Rund um den Film. — Das Kino im Ozeandampfer. — Kreuz und Quer.

DER EINEINHALB MILLIONEN
DOLLAR-FILM

FOOLISH WIVES

NÄRRISCHE FRAUEN

UNIVERSAL SUPER - JEWEL DER UNI-
VERSAL PICTURA CORPORATION /

MONOPOL - VERTRIEB FÜR DIE SCHWEIZ:
EMELKA-FILMGESELLSCHAFT, ZÜRICH, LÖWEN-
STRASSE 31. TELEPHON S. 16.28.

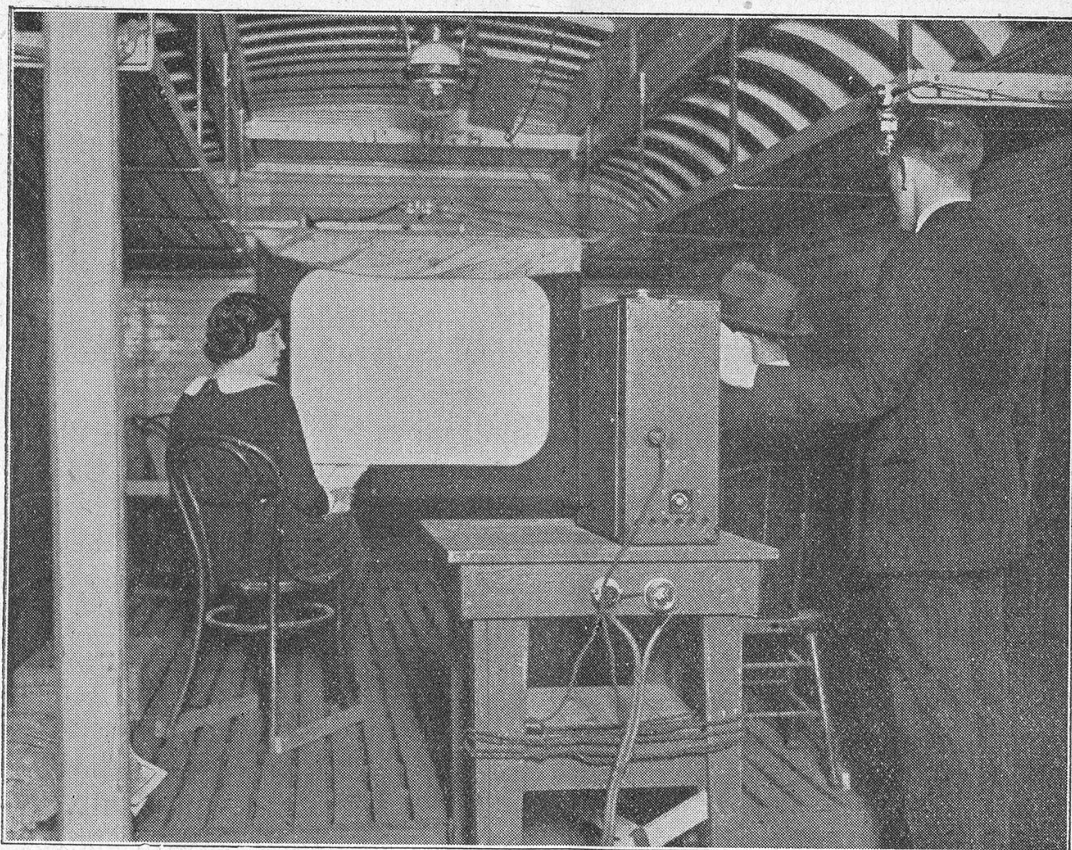
Wie der Film „Foolish wives“ nach New-York kam.

Man wäre versucht zu sagen, in Amerika sei alles Reklame und Reklame alles. Das macht sich wie nirgends im Filmgeschäft bemerkbar. Immer einmal von Zeit zu Zeit kommt dann irgendwo jemand irgendwie auf eine gute Idee, die selbst den hartgekochten Amerikanern als etwas ganz neues erscheint und die dann auch, was das wichtigste ist, die beabsichtigte Propaganda durch die vielen hunderte Zeitungen des großen Landes trägt. In welcher geschickter Weise man es versteht, Geschäftsereignisse zu Reklamezwecken auszunützen, erzählt man sich von dem rührigen Reklamechef der Universal Picture Corporation in Newyork, die bekanntlich den 1½-Millionen-Dollar-Film „Foolish wives“ (Närrische Frauen) hergestellt hat.

Seit anderthalb Jahren war Amerika mit den Nachrichten über die Fortschritte der Arbeiten für den Film „Närrische Frauen“ überhäuft worden. Ganz Amerika wartete mit Spannung auf das Erscheinen dieses Bildes, der versprach, alles bisher dagewesene zu übertreffen. Von 356 Akten hatte man den Film schließlich auf 18 Akte heruntergeschnitten. Am 1. Jänner 1921 sollte der Film seine Erstaufführung am Newyorker Broadway erleben, doch dazu mußte er auf mindestens 14 Akte heruntergebracht werden — und die Zeit drängte.

Da setzte man für die vier Leute, die unter Leitung Mister Arthur Ripley das Schneiden des Filmes besorgten, eine Prämie von 40.000 Dollar aus, wenn die erste Kopie des Filmes richtig geschnitten am 15. Dezember in Newyork einträte. Schon schrieb man den 5. Dezember. Mr. Ripley saß, von seinen vier „Zuschneidern“ und der Titelschreiberin Miß Winslee umgeben, trübselig in dem Laboratorium in Universal City und sah im Geiste die 40.000 Dollar in Wasser aufgehen. Der Film mußte in zwei Tagen abgehen und es bestand keine Möglichkeit, ihn in dieser Zeit fertig zu bringen. Aber — wenn die Not am größten . . . kam „die Idee“. 48 Stunden fieberhafter Arbeit folgten — und als am 7. Dezember der Pacific-Express bei der Ausfahrt aus Los Angeles sein Abfahrtsignal ertönen ließ, da befand sich am Ende des Zuges ein riesiger Pullmanwagen, ausgestattet aufs beste und genaueste als Filmschneiderraum und Laboratorium, versehen an dem einen Ende mit einer Leinwand, einem Vorführungsapparat und einem Dynamomotor als Licht- und Kraftquelle — beherbergend die „vier tapferen Schneider“, mit Mr. Ripley an der Spitze, Mr. Reichenbach, den bekannten Reklamemann, ein Polizei- und Marineoffizier und ein Vertreter der Firma Eckert, bei welcher der Transport des Filmes für nicht weniger als 1,278.000 Dollar versichert war. Die Prämie allein betrug gegen 20.000 Dollar und war unter etlichen Versicherungsanstalten aufgeteilt.

Und so wurde in diesem fahrenden Laboratorium, während der Zug im Express-tempo von West nach Ost brauste, in Tag und Nacht während der Arbeit der Film auf 14 Akte heruntergeschnitten. Und als nach fünf schlaflosen Nächten der Zug in der Halle des Newyorker Zentralbahnhofes einfuhr, da konnte Mr. Ripley den am Bahnhofe wartenden Exekutiven der Universal seine Arbeit als erfüllt melden.



Blick in den Eisenbahnwaggon,

Die Innenseite des Waggons, in welchem der Universal-Millionen-Dollar-Film „Närrische Frauen (Foolish wives)“ von Los Angeles nach Newyork befördert wurde, während er unterwegs beschnitten und zusammengesetzt wurde. Mit dem Vorführungsapparat wurde nicht nur während der Fahrt der Film vorgeführt, sondern auch an verschiedenen Haltestellen den telegraphisch verständigten Kinobesitzern und Presseleuten gezeigt.

Unterwegs wurde der Waggon bei jeder Station von speziell dazu beorderten Polizei- und Feuerwehrmannschaften untersucht und bewacht. In jeder der größeren und kleineren Städte, an denen der Zug hielt, kamen die telegraphisch verständigten Kinobesitzer und Redakteure der Zeitungen zu der Station, wo ihnen Szenen aus dem Film vorgeführt wurden. Ueberall entlang der Route wurde der Wagen mit dem kostbaren Inhalt frenetisch begrüßt.

In Cheyenne erwartete ein Aeroplan den Zug, — Bilder im Inneren des Waggons wurden aufgenommen und schon am selben Abend erschienen diese in den großen Zeitungen Chicagos, Omahas, des Moines u.s. Kurz — die Fahrt glich einem Triumphzuge. Eine an der Außenseite des Waggons angebrachte Tafel mit Inschrift ließ erkennen, daß in diesem Spezialwaggon zwar kein König der Menschen, doch ein solcher der Filme befördert wurde.

Der Erfolg dieser abenteuerlichen Reise war nicht nur der, daß Universal ihren Film zur rechten Zeit bekam, sondern auch die Tatsache, daß zirka 1000 amerikanische Zeitungen die Geschichte dieser Reise, mit Bildern illustriert, veröffentlichten.