

Zeitschrift: Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum
Herausgeber: Zappelnde Leinwand
Band: - (1923)
Heft: 1-2

Artikel: Die Filmbranche rodelt
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-731685>

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: 17.05.2025

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

(hm. hm.) Phantasievollste Handlung. Fein abgestimmtes Zusammenspiel. Hervorragende Stars. Hochkünstlerische Regie. (Luft, Luft.) Die beste Filmproduktion Amerikas! Preisgekrönte Schönheiten. Märchenhafte 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 woast nit? — Sirt, 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, Abschlüsse und Verkäufe erstreckte, wieder ihren praktischen Lauf nehmen. Daß die Glashäuser nur so „bibbern!“ Dies ist unter Umständen wörtlich zu nehmen! Nämlich, wenn es sich um die seit Bestehen aller Filmkunst 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 Düsseldorf 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 sammelte sich um den Käfig eine Menschenmenge. Wie ein Lauffeuer hatte es sich herumgesprochen, daß der Dompteur ein richtiggehender Amerikaner sei, und sofort kannte das Interesse des Publikums keine Grenzen. Mit offenen Mündern beobachtete man jede seiner Bewegungen. Plötzlich aber geriet der Dompteur durch seinen ungehorsamen Löwen außer sich und rief in seiner Empörung: „Du Luder vertracktes, du hast wohl lange geene Briegel jekricht? — Allemaal! Da kannst du alleene liegen, biste schwarz wirst, du Hundeviech, du keemeenes! — 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 Dompateur 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 w i l d 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 Fist 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.