

Zeitschrift: Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum
Herausgeber: Zappelnde Leinwand
Band: - (1923)
Heft: 3-4

Artikel: Die Geschichte eines Filmstars
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-731715>

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: 05.02.2025

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 3 u. 4/3.

Jahrgang 1923

Inhaltsverzeichnis: Die Geschichte eines Filmstars. — Ketzereien. — Die Kokainsuche in Amerika. — Presse-aufführung der Emelka. — Wallace Reid gestorben. — Richard Eichberg — Aus dem Glashaus — Kreuz und Quer.

Die Geschichte eines Filmstars.

„Nehmen Sie Platz, lieber Doktor!“ sagte der Direktor zu dem kleinen Bollert, der Reklamechef, korrekt gesagt Leiter der Presseabteilung der „Concordia-Lichtspiel-Manufaktur“ und eines Duzend anderer Filmgesellschaften war. „Ich möchte die Reklame für unseren neuen Star mit Ihnen besprechen, die schlanke, blonde Dame, mit der Sie mich gestern in der Film-Diele zusammen gesehen haben. Sie ist die Trägerin unserer Monumental-Frauenserie!“

„Eine wundervolle Erscheinung, Herr Direktor!“ sagte Bollert mit feinem Lächeln. Der Chef nickte zustimmend und erfreut und reichte ihm aus seiner Ledertasche eine dicke Zigarre herüber. Dann fuhr er fort: „Ja, Erscheinung ist da, und Begabung auch. Fehlt nur der Name . . .!“

„Den muß sie sich machen!“, sagte Herr Bollert aphoristisch.

„Den müssen Sie ihr machen, Sie, mein Lieber! Ich gebe zu, daß das nicht leicht ist. Aber dazu haben wir Sie eben, dazu sind Sie da. Die Sache darf etwas kosten. Schwierig ist nur das eine: die Dame heißt Anna Schulze. Ganz einfach Anna Schulze. Da können Sie nir machen, da stehen Sie machtlos vis-à-vis. Umso dankbarer Ihre Aufgabe. Erfinden Sie meinetwegen! Morgen mittag erwarte ich Ihre Vorschläge. Ich danke Ihnen, lieber Bollert, Wiedersehen!“

„Schießen Sie los, lieber Freund! Wie heißt meine — äh, unsere neue Erwerbung? Ria oder Lia oder Mia oder Pia? Lizzi oder Mizzi, Pola oder Lola, Jenny oder Henny, Stella oder Ella? Ich bin gespannt!“ sagte der Direktor zu dem kleinen Bollert, der Reklamechef . . . doch das habe ich Ihnen schon erzählt.

„Zunächst eine Gegenfrage, verehrter Herr Chef: kann sie was, oder is' sie nur schön?“

„Die Dame kann viel!“

„Dann wird sie heißen: Anna Schulze. Die große Anna Schulze! Ganz einfach!“

„Machen Sie keine Witze, Herr, die Sache ist mir ernst!“

„Ich scherze nicht, wahrhaftig nicht. Aber wir machen es einmal anders rum. Den Leuten ist das schon über, das Getue mit diesen Rosenamen, die man früher nur für Schoßhunde und Choristinnen hatte.

„Anna Schulze — darin steckt Größe, steckt Monumentalität — wenn man sie auch erst herausholen muß. Ich werde sie herausholen. Verlassen Sie sich auf mich.“

*

Eine Woche später fand man in den Filmfachzeitungen eine Reihe von Anzeigenseiten der Concordia, von einem Zeichner entworfen und auf Kunstdruckpapier gedruckt. Auf allen stand in der Mitte in feinen, zierlichen Buchstaben nur:

Wer
ist der Star der Monumental-Frauenklasse der
Concordia-Lichtspiel-Manufaktur?

In der Woche darauf stand an der gleichen Stelle unter dem ovalen Porträt einer sehr schönen Frau:

Die s
ist unser Star, der die Welt erobern wird.
Näheres nächste Woche.
Concordia-Lichtspiel-Manufaktur.

Und wieder eine Woche später hieß es:

Der Star der Concordia?
Blättern Sie weiter!

Die Worte wiederholten sich auf den ersten neun Seiten. Auf der zehnten stand in der Mitte der Seite nur:

A n n a S c h u l z e.

Von dieser Stunde an wurden die Augen und Ohren der Millionen von diesem Namen nicht mehr frei. In den Filmteilen der Zeitungen war von ihrem Engagement die Rede, in allen illustrierten Blättern erschienen Bilder von ihr mit Unterschriften wie „Anna Schulze, der neue Stern am Filmhimmel“, „Die große neue Filmdarstellerin Anna Schulze“, an den Säulen grellen mannshohe, hellblaue Anschläge mit braunem Druck „Der Film der Zukunft mit Anna Schulze“. In allen Theatern blitzte der Scheinwerfer während der Pausen ihr Bild an die Leinwand: „Der Film mit Anna Schulze kommt!“ Selbst die Witzblätter wurden schon aufmerksam und spöttelten, zeigten eine Streichholzverkäuferin, die sich als eine, aber nicht die Anna Schulze bekannte. Und ein Gesangshumorist schnarrte:

„Auf den Erfolg harret in Jeduld se,
Die Anna Schulze. Anna! Schulze!!“

Der Erfolg kam: schon bei der ersten Aufführung in dem von Menschen und Blumen erfüllten Filmpalast folgte dem Schauspiel, dessen Hauptrollen mit den bekanntesten Künstlern besetzt waren — hinter der Titelrolle standen 3 Sterne, und unter dem Personenverzeichnis: * * * Anna Schulze. — Minuten währende Ergriffenheit, die in stürmischen Jubel überging. Die neue große Diva mußte sich viele Male in ihrer Loge verneigen, und „Bravo!“- und „Hoch Anna Schulze“-Rufe wogten brausend durch das Haus. Die Presseskritiken waren ungewöhnlich warm und begeistert. „Wer Anna Schulze heißt“, hieß es in einer, „muß aus reinsten Tiefen schöpfen, um diesen Dunst der Alltäglichkeit,



Szenenbild aus dem Emelka-Film „Die Bestie“. Hersteller Münchn. Lichtspielkunst-A. G.

den ein Name umschließt, zu überwinden. Anna Schulze machte ihn vergessen!“

Nun reihte sich Triumph an Triumph. In den Zeitschriften für „Theater, Brett, Mode, Film“ erschienen Interviews, angeblich am Teetisch beim heiteren Geplauder mit der Diva entstanden, in Wirklichkeit auf Grund von Notizen des kleinen Bollert. Der Film-Biographen-Verlag veröffentlichte eine an romantischen Schicksalsfügungen reiche Lebensgeschichte der Diva, die Briefe der Backfische und heiratslustigen Verehrer wurden durch einen besonderen Postboten bestellt, und die Markenfabrikanten bedienten sich des Namens für Anna-Schulze-Zigaretten und das neue Modeparfüm, das „Anna-Schulze-Wasser“. Auch die erfolglosen Versuche kleinerer Regisseure, eine Hanna Schulze, eine Annita Schulz und sogar eine Anna Schulze mit h an dem Ruhm der Großen stillen Anteil haben zu lassen, schmälerten den Ruhm ihres Namens nicht nur nicht, sondern sie erhöhten ihn so, daß manche Ria sich wieder in eine schlichte Maria, manche Polly sich in eine bürgerliche Paula zurückverwandelte.

*

Heute ist die Concordia längst in eine „Anna Schulze-Filmgesellschaft“ umgewandelt, deren Ausbau zu einem Anna-Schulze-(Anschul-)Konzern unmittelbar bevorsteht. Längst haben die Regisseure sich auf Namen von deutscher Ehrlichkeit, zu der die große Anna als erste rief, besonnen. Noch ist die Ueberraschung in aller Erinnerung, als der bedeutende Menschendarsteller und „Kainz des Films“, wie ihn die Kri-

tiker nannten, Horst-Hans Ballenstädt, plötzlich zu seinem alten Namen Moses Rosensaft zurückkehrte . . .

Was aber niemals weiteren Kreisen bekannt geworden ist, das ist die Tatsache, daß Anna Schulze in Wirklichkeit — — niemals Anna Schulze geheißt hat, sondern: Lieschen Baumann.

Der Chef erfuhr es an dem Tage, als er ihr den Verlobungsring an den Finger steckte. „Papa war doch so streng“, sagte sie, „und da wollte ich, als wir uns kennen lernten, nicht, daß du meinen wirklichen Namen wissen solltest. Deshalb habe ich hier einen ganz nichtsagenden, einen ungewöhnliche gewöhnlichen genannt!“

Und der Chef küßte seinen reizenden Star lachend auf den Mund. . .

Reflexionen.

Von William Kahn.

Rückschau: Das verflossene Jahr brachte eine erhebliche Einschränkung der Filmproduktion gegenüber dem Vorjahre, ganz zu schweigen von den ehemaligen Zeiten der Film-Hochkonjunktur.

Ausschau: Das neue Jahr wird . . . ?? !!!

Zu einem übertriebenen Pessimismus liegt vielleicht keine Veranlassung vor. Immerhin muß man feststellen, daß die Filmherstellung in der letzten Zeit teilweise begann, Wege einzuschlagen, die nicht ganz unbedenklich sind! Man vergaß mitunter recht sehr, daß das Lichtspieltheater doch eigentlich für das Unterhaltungsbedürfnis der großen Massen bestimmt ist. Wenn man den Tatsachen ruhig ins Gesicht sieht, so wird man zugeben müssen, daß eigentlich hauptsächlich auf diesem Faktor die kaufmännische Grundlage der Filmindustrie ruht!

Das scheint nicht immer genügend beachtet zu werden!

Da sind zunächst die Monumental-Massen-Filme! Beirrt durch wohlberechtigte Einzelerfolge, ist man anscheinend nahe daran, diese Filme zu schematisieren, ja, beinahe als einzig daseinsberechtigigt zu erklären! Und doch haben gerade derartige Filme in erster Linie dazu beigetragen, auf der einen Seite die Herstellungskosten ganz unverhältnismäßig zu verteuern, die Anforderungen der Darsteller usw. ins Ungemessene zu steigern und auf der anderen Seite die Ansprüche des Publikums in einer Weise aufzureizen, die in gar keinem Verhältnis mehr zu dem überhaupt möglichen steht! Und im gleichen Maße wächst nebenher beim Publikum auch . . . die Blasiertheit! Das ist der psychologische Grund dafür, wenn häufig bei einem solchen mit unendlicher Arbeit und ungeheuren Unkosten hergestellten Film der so sicher „errechnete“ Erfolg glatt ausbleibt! Der Bogen hat sich eben überspannt!

Dann sind noch in dieser Beziehung diejenigen Filme zu nennen, die das Lichtspiel-Theater in löblicher Absicht in einen Hörsaal umwandeln möchten, in dem der ahnungslose Kinobesucher plötzlich sich den tiefgründigsten Problemen gegenüber sieht! Diese Filme sind häufig in ihrer Art wahre Meisterwerke, nur sind sie leider, vom Standpunkte dieser Betrachtung aus gesehen, paradox gesprochen, „filmfremd“ und nicht gerade sehr dazu geeignet, die Filmfreudigkeit des großen Publikums zu heben.

Im Zusammenhange hiermit kann man vielleicht auch kurz die