

**Zeitschrift:** Film und Radio mit Fernsehen  
**Herausgeber:** Schweizerischer protestantischer Film- und Radioverband  
**Band:** 5 (1952-1953)  
**Heft:** 18

**Artikel:** Kalter Filmkrieg in Amerika  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-964379>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 20.07.2025

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

## Filmsumpf und Publikum

ZS. Die Klagen über die Flachheit und Geistlosigkeit des amerikanischen Films sind so alt wie er selber. Das Bild der Hollywooder Filmproduzenten als rücksichtslose Geldmögule ist ein ständiges Cliché filmkultureller Kreise. Die Publikation eines führenden Mannes der amerikanischen Filmwirtschaft, Arthur L. Mayer, der gleichzeitig mehrere Kinos in New York und Umgebung betrieb, zeigt aber in aufschlußreicher Weise, daß die Verhältnisse viel verwickelter liegen. Nicht nur kennt man an maßgebenden Stellen der amerikanischen Filmwirtschaft die Minderwertigkeit der Filme sehr wohl, sondern es schwebte die ganze Zeit über ein ständiger Kampf um ihre Verbesserung, von dem man besonders in Europa allzuwenig Notiz genommen hat.

Zu denjenigen, die sich für den guten Film nicht nur mit Worten, sondern großen Kapitalien und ihrer Arbeitskraft einsetzten, gehörte Mayer selbst. Er stellt fest, daß das amerikanische Publikum während 30 Jahren unzählige Möglichkeiten besessen habe, gute Filme zu unterstützen und ebenso regelmäßig versagte. Er hat eine Reihe von hochwertigen europäischen Filmen importiert, aber konnte dies nur wagen, weil er gleichzeitig in New York das Rialto-Kino betrieb, welches dauernd schlechte, aber sehr rentable zeigte. Dessen Ueberschüsse ermöglichten ihm, für die guten einzustehen. In 30jähriger Tätigkeit im Filmwesen wurde er

Pessimist und behauptet, daß keine Nachfrage nach wertvollen Filmen bestehe, die groß genug wäre, die Kosten ihrer Herstellung zu decken. Der in kulturellen Kreisen scheinbar angesehenen Samuel Goldwyn habe seinerzeit den berühmten deutschen Film «Cabinet des Dr. Caligari» importiert, nur um einen totalen Mißerfolg und entsprechend hohe Verluste feststellen zu müssen, die ihn beinahe ruinierten. Auch Warner versuchte sich auf diesem Gebiete, z. B. mit dem ausgezeichneten «Juarez», mit den gleichen Erfahrungen, trotzdem die Kritiker einhellig für ihn waren. Warner hat es von da an abgelehnt, Filme von höherem künstlerischen Wert zu drehen, trotzdem er sie sehr wohl von den andern zu unterscheiden wußte. Mayer veranlaßte dann die Verfilmung des ausgezeichneten Theaterstücks «Bettler auf dem Pferderücken» durch Zukor. Einige



Szene aus einem der wenigen, auch finanziell erfolgreichen guten Filme: Der heruntergekommene Trinker nimmt von seiner Braut Geld für weiteren Alkohol.

(Aus dem Film «Lost weekend» der Paramount.)

Zeit nach der Uraufführung erklärte ihm Zukor zornig, daß er durch den Film «Ein Bettler, aber nicht auf einem Pferderücken» zu werden drohe. Er sei ein für allemal von der Produktion hochwertiger Filme geheilt. John Fords berühmte «Stagecoach» und «Long voyage home» waren Verlustgeschäfte ersten Ranges, niemand beachtete sie, ebenso wenig wie Wellmans «Oxbow incident». Selbstverständlich ging daneben die ganze Zeit das schlechte Massenzeug glänzend. Mayer erklärt, daß von den bessern amerikanischen Filmen bis 1952 nur drei eine Rendite abgeworfen haben: «Lost weekend» (Verlorene Tage), «Die besten Jahre unseres Lebens» und «Heinrich V.», aber sicher nicht aus künstlerischen Gründen. Ein so hervorragendes Werk wie «Der Schatz der Sierra Madre» mußte zwei Monate nach seiner Uraufführung zurückgezogen werden und ging erst wieder, als man Szenen mit verführerischen Mädchen einfügte. Der Film «Griff in den Staub» wurde in der ganzen Welt als Werk von hohem Rang bezeichnet und gestaltete sich gleichzeitig zu einem der größten Verlustgeschäfte aller Zeiten. Er war die Ursache, warum der Produzent Doris Scharly zu schlechten, kommerziellen Filmen von der Sorte «König Salomons Diamanten» zurückkehrte. Auch der bedeutende Stanley Kramer versuchte zu Beginn, dem stürmischen Begehren der Kritik nachzukommen und produzierte «The men», um den sich aber niemand kümmerte. Der schwere Verlust, den die Paramount mit Wylers «Die Erbin» erlitt, war der wahre Grund, daß sie nachher «Samson und Delila» herstellte, den Protesten aller künstlerisch Interessierten zum Trotz. Bitter fügt Mayer angesichts dieser und anderer Beispiele hinzu: «Noch nie ist jemand bankerott geworden, wenn er den Geschmack des Publikums unterschätzte.»

Von einigen unentwegten Kritikern der Filmwirtschaft wird allerdings behauptet, daß die meisten guten Filme deswegen abfielen, weil sie in falschen Kinos liefen. Aber das Problem der fehlenden Publikumsunterstützung für wertvolle Filme liegt viel tiefer. Mayer hat z. B. den guten Film «Unser täglich Brot» von King Vidor um jeden Preis durchzusetzen versucht. Er sandte Bilder der darin dargestellten Not der Kinder an Wohltätigkeits- und soziale Institutionen New

Yorks. Niemand gab Antwort. Er gab 8000 Dollar für Inserate aus. Er hielt Vorträge über den Film vor Frauenorganisationen, dem Verband christlicher junger Männer und vielen andern. Er zeigte den Film dauernd gratis allen Presseleuten, Schriftstellern und Pfarrern. Alle fanden ihn ausgezeichnet. Und er konnte ihn schließlich in der Riesenstadt mit ihren 9 Millionen Einwohnern genau 6 Tage spielen! Am letzten Tag erschien kein Mensch mehr. Fast gleiche Erfahrungen machte er mit dem berühmten «Michelangelo» von Curt Oertel, der bis heute nicht einmal die geringen Synchronisationskosten einbrachte.

Von den wertvolleren europäischen Filmen brachten nur «Rom, offene Stadt» und «Paisà» einen gewissen Erfolg. Und zwar, weil sie überdeutlich erotische Szenen enthalten, die bei der Reklame ausgenutzt werden konnten. Die «Fahrraddiebe» waren dagegen trotz glänzendster Kritiken ein schwerer Mißerfolg. Die meisten andern, besonders auch die französischen, fielen ab und brachten die Kosten nicht herein. Allein an den «Fahrraddieben» verlor Mayer über 100 000 Franken. «Es besteht sicher ein Filmsumpf», bemerkt er dazu. «Die Mehrzahl der Filme sind schlecht. Doch die Schuld liegt nicht bei den Produzenten oder dem Verteilungsapparat. Es ist das Sumpfpublikum, das es nämlich auch gibt, welches den guten Film, an dem allein in Amerika ungezählte Dollar-Millionen verloren gingen, meidet. Der Spießbürger, stets zum Schimpfen bereit, aber zu faul und zu gleichgültig, um einen guten Film anzusehen, wenn er keine Sensationen enthält. Oder der naserrümpfende Intellektuelle, der snobistisch über Filme orakelt, ohne aber das geringste Opfer dafür zu bringen. Und schließlich alle, die sich nicht oder viel zu spät um den guten Film kümmern und die Dinge treiben lassen.»

Es ist eine scharfe Antwort, die unbedenkliche Kritiker erhielten, doch wird dafür ein Beweis geleistet, der nachdenklich stimmt. Eine Hoffnung sehen wir darin, daß die amerikanischen Filmleute genau wissen, wie schlecht der größte Teil ihrer Filme ist. Hätten die Filmbesucher die guten Filme durch die Tat unterstützt, so wäre ein großer Schritt nach vorwärts möglich gewesen. Jetzt aber hat in Amerika und bald auch bei uns das Fernsehen mit seinen umwälzenden Folgen das Wort.

## Kalter Filmkrieg in Amerika

ZS. In einem früheren Artikel (Nr. 1/1952) haben wir auf das englische Zensursystem hingewiesen, welches jeden Film mit einem gewissen Buchstaben kennzeichnet. Dies ist inzwischen geändert worden, zwar nicht dem Grundsatz nach, aber hinsichtlich der Einteilung der Filme. Es wurde nämlich neu das Zeichen «X» eingeführt, welches bedeutet: «Film ist zulässig für normale, intelligente Erwachsene.»

Das hat zu einem bis jetzt noch unentschiedenen Filmkrieg geführt. Die Filmwirtschaft ist mit dieser neuen Bezeichnung durchaus nicht einverstanden. Sie behauptet, daß auf diese Weise eine große Zahl von Filmen für Jugendliche gesperrt würde. Die Prosperität im Filmwesen hänge jedoch davon ab, daß die alte Tradition des gemeinsamen Familienbesuchs aufrechterhalten bleibe. Würde diese gebrochen, so könnten sich viele Familien mehr als bisher zum Fernsehen gedrängt fühlen. Staat und Kirche versuchten hier durch Verschärfung der Zensur die ahnungslosen Schäfchen in die eigene Fernseh-Hürde zu treiben, um die private Wirtschaft zu schädigen.

In einer britischen Filmzeitung hat sich der Urheber der neuen Kategorie, Watkins, Sekretär der britischen Filmzensur, eingehend geäußert. Früher bestand die Regelung, daß bei mit A bezeichneten Filmen Kinder nur in Begleitung Erwachsener Zutritt hatten. Auf diesen lastete also die letzte Verantwortung. Aber es zeigte sich, daß viele Eltern sich gar nicht darum kümmerten und Kinder in die bedenkenlichsten Filme mitnahmen. So schuf man noch die Kategorie der H-Filme, der «horriblen», der Schauerfilme. Hier waren Kinder gänzlich ausgeschlossen. Doch erwies sich, daß Kindern der Zutritt auch noch zu andern als bloßen Schauerfilmen verboten sein sollte, nachdem ein großer Teil der Eltern nicht selbst zum Rechten sah. Das Resultat war die Schaffung der X-Kategorie. Nicht nur Schauerfilme, sondern auch stark erotische, ferner sehr ironische Komödien, grimmige Behandlung des Stoffes und dergleichen fallen darunter.

Watkins ist der Auffassung, daß die Schaffung dieser Kategorie intelligenten Produzenten alle Möglichkeiten für einfallreiche Filme verschaffe. Sie könnten jetzt viel aufrichtiger Fragen der Scheidung, des Geschlechts usw. behandeln, ohne über Kompromisse nachsinnen zu müssen, wie man's den Kindern sagen solle. Als Beispiel führt er den Film «Opfer der Gerechtigkeit» an. Nicht daß er besonders brutal oder zweideutig wäre. Aber er hält ihn infolge seiner Kompromißlosigkeit und der Reife seines Themas als gänzlich ungeeignet für Kinder. Auch «Quo Vadis» hat er als «X»-Film erklärt. Die Tortur der Christen in der Arena, das wütende Feuer mit Mauern, die direkt in die Zuschauer zu fallen scheinen, scheinen ihm für Kinder ungeeignet. Einen Vorschlag, die schlimmsten Szenen herauszuschneiden, lehnte die MGM ab.

Gegenwärtig herrscht zwischen den Gegnern Waffenstillstand. Man will die weitere Entwicklung abwarten. Die Kinos lehnen vorerst die «X»-Filme fast gänzlich ab. «Opfer der Gerechtigkeit» war aber bis jetzt ein Erfolg, und wenn er andauern sollte, so hätte Watkins das Duell um die X-Kategorie wahrscheinlich gewonnen. Die Filmproduzenten ihrerseits halten vorläufig am alten Familien-Film fest, trotzdem sie die steigende Konkurrenz des Fernsehens auf diesem Gebiete zu spüren bekommen. Doch werden sie sich anscheinend erst unter einem harten Zwang umstellen. Sollte dies erfolgen, sollte die englische Produktion ihre Kompromisse mit der Wahrheit um der Jugend willen aufgeben, so könnten wir in der Schweiz mit unserm ausgedehnten Jugendschutz dies nur begrüßen.