

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

Herausgeber: Schweizer Film

Band: 7 (1941-1942)

Heft: 96

Artikel: Alles für die Première

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-734302>

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: 30.03.2025

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

gegen seinen Willen die tollsten Sachen anstellt. Paramounts zweite Serie ist in Europa kaum bekannt, es sind die Western-Filme um «Hopalong Cassidy», welcher bereits 36 erfolgreiche Filmabenteuer hinter sich hat und noch keine Spuren von Altersschwäche zeigt. *Columbia* hat sich gemerkt, daß in der jetzigen Zeit Kriminalromane unter allen Bestsellern zu finden sind. Der «Lone Wolf» ist ein Meisterdetektiv, der seit drei Jahren alle Verbrechen löst. Jetzt beginnt man auch mit der Herstellung der «Ellery Queen»- und «Boston Blackie»-Serien. Besonders populär ist Columbias «Blondie-Serie», welche die reizende Penny Singleton in immer neuen häuslichen Abenteuern zeigt. Es gibt bereits acht davon — auch Filme, welche einem internationalen Publikum gefallen dürften.

Universal hat eine besonders bekannte Serie, die Abenteuer des dicken, heiseren Andy Devine und seines Freundes Richard Arlen. Die *Warner Bros.* haben die Lemp-Familie («Vier Töchter», «Vier Frauen»;

«Vier Mütter» ... was kommt nächstens?), und auf dem Warner-Gelände denkt man auch daran, die «Brother Rat»-Filme serienweise umzubauen. Von den Serien der kleineren Studios sind eigentlich nur *Republic's* «Higgins Family» bekannt. Die Erklärung für die Verfilmung so vieler Serien liegt darin, daß die Kinobesitzer übereinstimmend berichtet haben, daß das Publikum eine gewisse Anhänglichkeit für bestimmte Serien-Charakter zeigt, sodaß diese Serienfilme sozusagen eine bestimmte Besuchermenge ins Kino ziehen. Und bei den heutigen unsicheren Zeiten ist das schon sehr viel, denn von welchen anderen Filmen (außer sie sind gespickt mit großen Namen) könnte man das denn noch sagen? Hollywood denkt daher daran, die Serien jetzt durch «Gästenamen» noch weiter aufzubauen, sodaß aus einigen Serien ganz respektable A-Filme werden sollen. Budgets werden erhöht werden — und Hollywood erhöht in dieser kritischen Zeit keine Budgets, wenn es nicht eines Erfolges an der Kinokassa sicher ist.

Alles für die Premiere

Dieser Artikel, welcher Tatsachen berichtet, wird vielleicht den Schweizer Kintheaterbesitzern einige Propaganda-Winke geben, obwohl er typisch amerikanische Verhältnisse schildert.

Es soll eine Zeit gegeben haben, da man Filme machte und sie dann dem Publikum zeigte: entweder sie gefielen oder sie gefielen nicht, und dementsprechend waren dann die Ergebnisse. Wenn es diese Zeit gab, so ist sie — was Amerika anbelangt — unwiderruflich vorbei. Heute weiß man in den Vereinigten Staaten genau, wann ein neuer großer Film vorgeführt wird, so wie man über wichtige politische Ereignisse Bescheid weiß. Dafür sorgt die Premiere. Die Film-Premiere ist in den letzten Monaten ein amerikanisches Phänomen geworden. In Chicago ritten kanadische Polizisten auf weißen Schimmeln in Hotelhallen; die Polizei arbeitete krampfhaft, um Verkehrsunfälle zu vermeiden; fünftausend Männer, viele davon würdig und gesetzt, wetteiferten um die Ehre, beim Festbankett neben Madeleine Carroll sitzen zu dürfen. Was war geschehen? Nichts, als daß Cecil de Mille, einer der berühmtesten Hollywooder Filmgrößen, die Premiere seines neuen Films «Northwest Mounted Police» in Chicago abhielt.

Als «Gone with the Wind» seine Premiere in Atlanta, Georgia hatte (wo sich ein Großteil des Buches abspielt), zahlten zweitausend glückliche Leute den Preis von 10 Dollars und mehr für eine Kinokarte. Zwei Tage lang waren die Schulen geschlossen, hunderttausend Menschen flankierten die Straßen, welche zum Kino führten, eine Frau zahlte zwanzig Dollar,

um in dem Zimmer zu schlafen, das nachts vorher von Clark Gable bewohnt worden war. Der Bürgermeister hielt Reden. Die Zeitungen brachten die Sensation noch vor den politischen Nachrichten, und «Gone with the Wind» hatte eine gigantische Vorpropaganda. Das ist der einzige Zweck dieser lauten und sensationellen Affären: in die Zeitungen zu kommen. Und da es viele Menschen gibt, die gern in die Zeitungen kommen wollen, so erfreuen sich die Film-Premieren jetzt einer unglaublichen Popularität und die Studio-Propagandadirektoren, welche für die Inszenierung der Premiere verantwortlich sind, können Meisterstücke von Bluff und Reklame vollbringen. Aus ganz Amerika kommen die führenden Journalisten, werden zu Bankett-Tischen gesetzt, sehen den Film von einem bequemen Fauteuil aus und werden allmählich in eine Stimmung versetzt, in welcher es einem Sterblichen schwer fällt, sehr übel gelaunt zu sein.

Es wäre fehl, zu glauben, daß diese Premieren nur junge Backfische und halb-wüchsige Gentlemen erfaßt hat. Als Metro-Goldwyn-Mayer den Film «Young Tom Edison» in der Geburtsstadt des großen Erfinders, Port Huron in Michigan, vorführte, sah man unter den Anwesenden: Henry Ford, den reichsten Mann der Welt; seinen Sohn Edsel Ford; Hollywoods L. B. Mayer und Mickey Rooney, den Star des Films. Alle vier wurden auf einem Vier-

sitz-Bicykel photographiert und das Bild erschien in allen amerikanischen Blättern von Boston bis Los Angeles. Die Bevölkerung der Stadt spielte «Statisten»: die Männer ließen sich Bärte wachsen, und bauten falsche Eingänge vor ihre Geschäfte, die Frauen gingen in Krinolinen und Häubchen zum Markt. Es sah genau so aus wie zur Zeit, da Edison ein junger Bursch in Port Huron gewesen war.

Für die Premiere von Warners «Virginia City» lud der Gouverneur des Staates Nevada zehn andere Gouverneure ein: sechs erschienen und feierten mit Errol Flynn und Miriam Hopkins, und vielen Hunderttausend anderen, welche aus ganz Amerika in Spezialzügen gekommen waren. Den Profit hatten alle Kinobesitzer, welche Virginia City spielten, und die Kaufleute in Nevada, denn die Besucher ließen viel Geld in Nevada. Als Paramount im vergangenen Jahr beschloß, die Premiere von «Disputed Passage» in Detroit anzusetzen, schlug man den Autofabrikanten vor, diese Premiere zu einem Fest der «Stars and Cars» zu machen. Die würdigen Automobilfabrikanten, die ganz genau wissen, was sie machen, gerieten aus dem Häuschen. Dorothy Lamour der Star des Films, sollte Ehrengast sein; da kam einige Tage vor dem festlichen Ereignis die Nachricht, Miß Lamour samt ihrem berühmten Südsee-Sarong könne leider nicht kommen. Telegramme gingen von Detroit nach Hollywood; die Zeitungen schrieben Leitartikel, Miß Lamour müsse kommen; der Bürgermeister, die Autofabrikanten und die Präsidenten zweier Universitäten telegraphierten Bittgesuche nach Hollywood. Natürlich kam Dorothy Lamour — es war ja schon immer beschlossen, daß sie kommen sollte, aber die smarten Publicity-Agenten hatten es durchgesetzt, daß der Paramount-Film tagelang auf den Titelseiten der Zeitungen zu finden war. Die Menschenmassen, welche sich in den Straßen von Detroit ansammelten, waren die drittgrößten in der Geschichte der Stadt.

In South Bend, Indiana, fand die Premiere des Warner Bros.-Films «Knut Rockne» statt, welcher die Geschichte eines berühmten Fußballspielers schildert. Die Feierlichkeiten wurden im Radio übertragen; hunderttausend Besucher aus allen Teilen des Landes kamen; Berühmtheiten von allen Gebieten; der Präsident der Universität sprach beim Festdiner; und Franklin Roosevelt junior, der Sohn des Präsidenten las einen Brief seines Vaters vor «... tiefer Eindruck ... Kraft und Zuversicht ... heroisch ...» Und das alles wegen eines Films! Kein Wunder, daß Amerikas Filmindustrie eine der wichtigsten Industrien des Landes ist, wenn die Premiere eines Films alle Tagesereignisse übertrönt und mit einem Brief des Präsidenten der Vereinigten Staaten ihren Höhepunkt erreicht.

Die verrückteste «Premiere» fand in Albany, Georgia, statt, wo Paramount den neuen Film «The Biscuit Eater» vorführte.

Der Held dieses Films ist ein Hund, welcher die Freundschaft zwischen einem kleinen, weißen Jungen und einem Negerjungen vermittelt. Europäische Propaganda-Fachleute hätten vielleicht Schwierigkeit gehabt, eine Hunde-Première zu veranstalten. Nicht aber Hollywood. Mr. Lewis, Publicity-Direktor von Paramount, beschloß kurzerhand, eine hündische Premiere zu machen. In allen Zeitungen stand zu lesen, daß außer dem Hund, welcher in dem Film gespielt hatte, auch die Hunde von Dorothy Lamour, Joan Crawford, Paulette Goddard und anderer Hollywoodstars als «Gäste» bei der Premiere anwesend sein würden. Und so geschah es. Die Hunde saßen auf den ersten beiden Reihen des großen Lichtspielhauses, männliche Hunde trugen kleine Fracks mit weißer Masche, während die Hundedamen Abendkleider aus Satin hatten, welche in graziöser Weise von Paramount beigesteuert worden waren. Die Vorstellung selbst war des öfteren von lautem Bellen unterbrochen, besonders an einer Stelle, da es in der zweiten Reihe zu einer kleinen Beißerei kam; aber das Publikum, das viele tausend Dollar zahlte, um bei dem Spaß anwesend zu sein, brüllte vor Lachen und die Telegraphen- und Telephonlinien brachten die Neuigkeit in alle Winde, womit der Zweck des Experimentes vollkommen erreicht war. Die Männer, die es zustande gebracht hatten, waren zufrieden. In einer Zeit wie heute ist es nicht leicht, Millionen Menschen auf die Straßen zu bringen, und aus einer arbeitssamen, großen, klar denkenden Stadt für einen oder zwei Tage ein mittleres Irren-

haus zu machen. Die Kinobesitzer lachen sich ins Fäustchen — jede neue sensationelle «Story» bringt neue Menschen ins Theater, welche sich den Film nicht entgehen lassen wollen.

Europäer in Hollywood.

Der Zuzug prominenter Europäer nach Hollywood hält unentwegt an. Nachdem jetzt die Franzosen eingetroffen sind, spricht man in manchen Lokalen von Hollywood schon mehr französisch als englisch. René Clair dreht bereits seinen ersten Film bei Universal, in welchem Marlene Dietrich «Die Flamme von New Orleans» spielt. Jean Renoir ist bei 20th Century Fox engagiert, ebenso Jean Gabin. Marcel Dalio kam dieser Tage mit dem Clipper aus Lissabon und wurde sofort von Paramount für eine Rolle in «Eine Nacht in Lissabon» engagiert. Es heißt, daß auch Danielle Darrieux bald hier sein wird, dagegen sind über Maurice Chevalier keine bestimmten Tatsachen zu erfahren. Von anderen Europäern ist die Wienerin Tala Birrell zu erwähnen; Reinhold Schünzel dreht eben einen Film mit Iona Massey, der «Neuer Wein» heißt und Schuberts Leben beschreibt; Heinrich Mann, Leonhard Frank, Alfred Polgar, Friedrich Torberg arbeiten an Drehbüchern; Georg Fröschel schreibt das Buch nach dem Bestsellers Mrs. Miniver; Kurt Bernhardt dreht bei Warners; Conrad Veidt ist mit der Figur des Generals in «Escape» ein Anwärter für den Akademiepreis geworden.

Amerikanische Filmprobleme

Unter diesem Titel brachte der «Tages-Anzeiger», Zürich, nachstehende Zeilen:

«Das durchschnittliche Eintrittsgeld in ein amerikanisches «movie» — movie, das ist der Volksausdruck für «Kino» — beträgt in den weniger großen Premierentheatern einen halben bis einen ganzen Dollar (Fr. 4.50), in den großen Lichtspielhäusern, welche die Filme für ihre Stadt zur Erstaufführung bringen, etwa 15 bis 40 Ct. und in der ungeheuren Zahl der kleineren Kinos 10 bis 15 Ct. Die offizielle Statistik berichtet, daß im Jahre 1930 jede Woche 80 Millionen Kinobillette verkauft wurden, eine Zahl, die gegenwärtig auf 65 Millionen gesunken sei. Wer rechenbegabt ist und Langeweile hat, kann sich mit dem Bleistift in der Hand ausrechnen, welche Summe jährlich hereinkommt, wenn wöchentlich 65 Millionen Eintritte in die amerikanischen Kinos zu verzeichnen und die Preise die obengenannten sind.»

Diese Mitteilung könnte vielleicht doch manchen unserer Leser interessant genug

erscheinen, um den Bleistift zur Hand zu nehmen und Vergleiche anzustellen.

Wer aber die amerikanischen Verhältnisse nicht kennt, wird dabei zu einem Trugschluß kommen, denn, um zu einem sichtigen Bild zu gelangen, darf man den Dollar nicht nach der heutigen Währung zu Fr. 4.50 umrechnen, sondern es kommt dabei die Kaufkraft des Dollars zur Bewertung. Im täglichen Leben ist der Dollar ungefähr soviel wert wie zwei Franken bei uns in der Schweiz. Für diejenigen Leute, welche die großen Premierentheater in den Großstädten besuchen und nur einen halben bis einen ganzen Dollar für die besten Sitze auszugeben brauchen, ist diese Ausgabe nicht mehr als mit höchstens 80 Cts. der halbe Dollar, oder Fr. 1.50 der ganze Dollar umzurechnen. Und gar erst der Preis von 10 bis 40 amerikanische Cents für die Plätze in den Quartierkinos und den Großtheatern in den Provinzstädten ist außerordentlich niedrig. Obwohl umgerechnet in Schweizer-Geld 10 amerikanische Cents 45 Rappen bedeuten und

Das Programm von Heute

✱

Das neue Filmprogramm

mit Szenenbildern, Inhaltsbeschreibung, Liedertexten und der aufgesteckten

Künstlerkarte

des Hauptdarstellers

✱

Ein risikoloser, laufender Nebenverdienst, da unverkaufte Broschüren zurückgenommen werden

✱

Bestellen Sie frühzeitig bei:

Programm von Heute

Bild- und Ton-Verkaufsbüro
VADUZ (Liechtenstein)
Tel. 218

40 Cents Fr. 1.80 sind, so gibt in Amerika selbst der kleine Mann 10 und 15 amerikanische Cents leichter aus, als bei uns 20 Rappen, und 40 Cents bedeuten ihm nicht mehr wie bei uns 50 Rappen; und dafür bekommt man die besten Plätze in allen Kinos, ausgenommen in den Luxus-Erstaufführungstheatern der Weltstädte!

Nun erst wird dem Leser klar werden, warum in Amerika jede Woche 80 Millionen Kinobillette verkauft werden können. Allerdings wird dabei der Gedanke auftauchen: kann der Theaterbesitzer bei diesen Eintrittspreisen auch eine Rendite herauswirtschaften? Die Frage beantwortet sich eigentlich selbst, denn sonst würden die ungeheuer vielen Kinos in Amerika längst nicht mehr bestehen. Es ist schon lange her, daß der Schreiber dieser Zeilen in Amerika war und kann mit genauen Zahlen nicht dienen, aber soviel kann gesagt werden, daß die allgemeinen Ausgaben, hauptsächlich die Theatermieten, im Vergleich zu unseren Spesen ebenso enorm billig sind, wie das Verhältnis der Eintrittspreise zu den unsrigen.

Bei der großen Besucherzahl ist auch zu berücksichtigen, daß in Amerika keine Altersgrenze besteht, man geht mit der ganzen Familie ins Kino. Bei diesen Preisen hat ein Familienvater, selbst wenn er mit sechs Personen geht, noch keinen Dollar ausgegeben, der ihm nicht schwerer fällt auszugeben, als wenn er bei uns allein geht und einen besseren Platz nimmt. Da die Preise sehr niedrig sind, zahlt man auch für die Kinder den vollen Preis. J. A.