

**Zeitschrift:** Film und Radio mit Fernsehen  
**Herausgeber:** Schweizerischer protestantischer Film- und Radioverband  
**Band:** 5 (1952-1953)  
**Heft:** 17

**Artikel:** Kinoreklame und kein Ende  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-964376>

### **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:** 14.03.2025

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

## Wie Chaplin «Limelight» schuf

ZS. Alle Filme Chaplins sind das Produkt einer langsamen, nervösen und sehr überlegten Arbeit. Chaplin ist meist schlechter Laune dabei, und seine Ausbrüche sind gefürchtet. An ihnen zerbrach auch seinerzeit die Zusammenarbeit mit Mary Pickford, mit der er maßgebend an der Gründung der «United Artists» beteiligt war. Aus diesem Grunde ließ er auch nie jemanden, der nicht dazu gehörte, zu den Dreharbeiten zu. Erstmals bei den Aufnahmen zu «Limelight» lockerte er diese Sperre, und der amerikanische Journalist T. Pryor hat uns eine Schilderung über die Art und Weise gegeben, in der Chaplin an diesem großen Film gearbeitet hat.

Es begann wie bei allen Filmen Chaplins: Er hatte eine Idee, doch vergingen mehr als 2½ Jahre Arbeit, bis er das Drehbuch fertiggestellt hatte. Dann suchte er eine auserlesene Schauspielergemeinschaft für die Darstellung. Besonders die Rolle der jugendlichen Tänzerin machte ihm Sorgen. Er suchte sie schließlich über den Inseratenweg. Der Text der Annonce, die nicht an übermäßiger Bescheidenheit leidet, ist klassisch geworden: («Gesucht: junges Mädchen, um mit einem Schauspieler, der allgemein als der größte der Welt bezeichnet wird, eine führende Rolle zu spielen.»)

Chaplin bezeichnete seinen Mitarbeitern den Film als ein «heiteres Werk», wenigstens wünsche er es so. Er benahm sich sehr zurückhaltend, fast scheu.

Doch als die Arbeit begann, erlebte man einen andern Chaplin, eine gänzlich veränderte Persönlichkeit. Er wurde der weitaus geschäftigste Mann auf der Szene. Er kontrollierte die Kamera, stellte die Einstellung genau fest, regulierte die Beleuchtung, las das Drehbuch wieder und wieder, bevor er das Signal zum Beginn gab. Als die Musik begann, klopfte er mit den Füßen den Takt und vollführte tänzerische Bewegungen. Dann hörte er plötzlich auf und blickte durch den Sucher. Hierauf wischte er sich die Stirne, während sein Körper wieder mit der Musik mitging. Er unterbrach sich, lief zum Orchester und schaute sich das Geschehen von dort an. Dann warf er sich in einen Stuhl, streckte die Beine von sich und ließ sich wie ein Mann in vollständiger Erschöpfung gehen. — Viermal ließ er die Szene wiederholen, beim vierten Mal umarmte er den Schauspieler auf der Bühne.

Niemand dachte, daß Chaplin nicht befriedigt sei. Doch manövierte er den Schauspieler zu einem Punkt auf der andern Bühnenseite, den er vorher mit Kreide bezeichnet hatte. Dann wurde das Ganze in dieser geänderten Perspektive nochmals geprobt und schließlich aufgenommen. Erst jetzt war es Chaplin zufrieden.

Dieses Vorgehen ist nicht nur bezeichnend für die Arbeitsweise des Künstlers, sondern beweist auch, daß alles, ob gut oder schlecht, Chaplins ureigenstes Eigentum ist. Alles wird den Schauspielern gezeigt und vorgeschrieben, nichts dem Zufall oder der Improvisation überlassen, alles kritisch beargwöhnt. Chaplin ist während der 12 Arbeitsstunden von einem rastlosen Tätigkeitsdrang erfüllt, der übrigens auch auf seine Mitarbeiter übergeht. Das bedeutet nicht, daß er alles autoritär und im Befehlstone abwickelt. Er kann mit Schauspielern sehr geduldig sein und weiß sogar, daß sie manchmal freier spielen, wenn er fort ist. So kündigte er in einem Falle an, daß sein Vertreter die Aufnahmen weiterführen solle, da er dringende anderweitige Arbeit zu erledigen habe. In Wirklichkeit begab er sich nur in den Hintergrund, wo er von den Darstellern nicht gesehen werden konnte. Die Szene wurde darauf genau nach seinen Anweisungen ohne jede Hemmung aufgenommen.

Zum ersten Mal zeigte sich auch, daß Chaplins Technik des Films darin besteht, ihn langsam, gewissermaßen aus sich selbst, wachsen zu lassen. Wie er für die Herstellung eines Drehbuches jahrelange Zeit braucht, so arbeitet er auch bei den Aufnahmen, ja sogar hinsichtlich der Musik. Er beherrscht verschiedene Instrumente, sogar die Orgel, aber hat nie eine Note Musik geschrieben. Dazu ließ er sich einen jungen Pianisten kommen, der nun während 9 Monaten mit ihm arbeiten mußte. Er ging dabei summend im Zimmer herum, während der Musiker die Noten sofort aufzuschreiben hatte, sobald sie einer Melodie glichen. Manchmal legte sich Chaplin auch nieder, um während Stunden laut zu brüllen. Der Pianist glaubte zuerst, es mit einem Wahnsinnigen, aber bestimmt nicht mit einem genialen Menschen zu tun zu haben. Es schien alles nur ein sinnloser Tonsalat. Doch plötzlich kam dann einmal eine interessante Tonfolge, worauf er ihm zuschrie, sie zu spielen und aufzuzeichnen. Dieses innere Warten und Reifenlassen ist vielleicht Chaplins schöpferisches Geheimnis.



Zwei berühmte Regisseure treffen sich: Rosellini (links) begrüßt Chaplin in Rom. (Photo-Sacchi)

## Kinoreklame und kein Ende

ZS. Wir waren schon wiederholt gezwungen, auf die schweren Mißstände auf diesem Gebiete hinzuweisen. In der Westschweiz, aber auch schon in der Zentralschweiz, haben die Behörden neue, eingreifende Bestimmungen erlassen, die eine Art Vorzensur bedeuten. Es läßt sich leider kaum mehr bestreiten, daß die vom Lichtspieltheaterverband 1943 angenommenen Selbsthilfemaßnahmen in den Statuten, (Verbot aller unseriösen Reklame, Bußen), entweder auf dem Papier geblieben sind oder sich doch als unwirksam erwiesen, sofern sie richtig gehandhabt wurden. Die Mißstimmung in der Öffentlichkeit ist groß, denn es handelt sich nicht bloß um vereinzelte Verstöße. Auch wo nicht grobe Uebertretungen vorliegen, herrscht ein tiefes Niveau. 1950 wurde ein entsprechendes Postulat im Nationalrat angenommen, für das sich 1952 auch die Geschäftsprüfungskommission des Ständerates interessierte. Der Bundesrat wird in absehbarer Zeit dem Parlament Bericht erstatten müssen. Dieses wird zu entscheiden haben, ob gesetzliche Maßnahmen für das ganze Land zu ergreifen seien. Es ist leicht möglich, daß sich heute Mehrheiten dafür finden, und vielleicht auch noch einige andere Dinge gesetzlich festgelegt werden, welche das Ende des Filmkartells bedeuten würden.

Vorläufig hat das Eidg. Departement des Innern vom Lichtspieltheaterverband Auskunft über die getroffenen Vorkehrungen und über die erzielten Ergebnisse verlangt. Der Verband wird kaum viel anführen können, denn die Klagen und der Widerwille über das Reklameunwesen sind in der letzten Zeit eher stärker geworden. In einem neuesten Zirkularschreiben macht er seine Mitglieder mit Recht darauf aufmerksam, daß unseriöse Reklame das ganze Kinowesen diskreditiert. Denn die Reklame ist das Aushängeschild des Gewerbes, mit dem es sich der Öffentlichkeit vorstellt, und es wird wie jedes andere darnach beurteilt. Gleichzeitig appelliert der Vorstand darin an die Mitglieder, sich der schwerwiegenden Folgen ungehöriger Reklame bewußt zu werden und sie zu unterlassen. Die Praxis bei Uebertretungen müsse verschärft werden.

Wir müssen gestehen, daß wir von einer solchen Maßnahme keine wirkliche Besserung erwarten. Sie wird auch im Parlament kaum genügen, um einen Vorstoß in der Richtung auf gesetzliche Bestimmungen zu verhindern. Während die Öffentlichkeit eine grundsätzliche Aenderung des ganzen Geistes in der Kinoreklame erwartet, eine Wendung von Grund auf, ist das Beharrungsvermögen in Kinokreisen viel zu groß, hat man sich viel zu sehr auf altgewohnte, bequeme Wege festgelegt, um sich energisch umzustellen. Besonders nicht mit der Raschheit, die geboten wäre. Wir haben auch aus langer Erfahrung die Ueberzeugung gewonnen, daß vielen Kinobesitzern die Vorstellung fehlt, wie eine gute und doch wirksame Reklame auszusehen habe. Es ist nicht so sehr böser Wille als Unvermögen; sie begreifen ehrlich nicht, warum der oder jener Reklametext minderwertig ist. Sie sind auch nicht selten von einer geheimen Angst erfüllt, besonders bei schwachen und schlechten Filmen. In der Tat, wie sollen Zuschauer für solche angelockt werden, wenn nicht zum mindesten auf marktschreierische Weise oder durch Versprechen von Sensationchen? Fängt aber der eine auf diese Weise an, so kann sein Konkurrent nicht gut zurückbleiben. Es ist meist die schlechteste Reklame, welche das Niveau in einer Ortschaft bestimmt, und die andern infiziert.

Selbstverständlich trifft auch die Verleiher eine große Schuld. Sie leiten in den meisten Fällen das aus dem Ausland erhaltene Propagandamaterial unbesehen an die Kinos weiter. Aber sie vergessen, daß das, was in Paris oder in Amerika mit seiner Riesen-publicity angängig ist, nun einmal bei uns häufig auf betonte Abneigung stößt. Mag man uns deswegen Spießbürger schelten, uns mangelnde «Großzügigkeit» vorwerfen, es stört uns nicht, im Gegenteil. Unser mehrheitlich immer noch puritanisch eingestelltes Volk hat das Recht auf eine eigene Werttafel. Es wäre schlimm, wenn es zum Beispiel Pariser Urteile und Einstellungen blind übernehme. Die Verleiher müssen sich hier mehr als bisher ihrer Verantwortung bewußt werden.

Selbsthilfemaßnahmen müßten demnach weit wirksamer gestaltet werden. Sie könnten wohl nur in einer obligatorischen Vorzensur des gesamten Reklamematerials bestehen. Wen das Wort «Zensur» erschreckt, der erinnere sich, daß eine solche bereits an verschiedenen Orten für die Reklame besteht, aber durch die Polizei, was bedeutend unangenehmer ist. Die damit betraute gemeinsame Kommission des Filmkartells würde mit Gewinn dazu auch sachverständige Vertreter der kulturellen Filmorganisationen beziehen. Es wäre dabei nicht nur mit Verboten zu arbeiten, sondern den Kinos auch mit positiven Vorschlägen an die Hand zu gehen. Nur auf diese Weise könnte eine bedeutsame Wendung erzielt werden, welche gesetzliche Maßnahmen erübrigte.

Zum mindesten sollte der Lichtspieltheaterverband aber genaue Angaben über die Bußenpraxis bei Verstößen veröffentlichen. Man hat in der Öffentlichkeit dazu kein großes Vertrauen mehr. Die Anzahl der Beschwerden, die Art ihrer Erledigung, die Höhe der verhängten Verbandsstrafen sollten bekannt sein, damit sich jedermann ein Urteil über die eigenen Anstrengungen des Filmkartells bilden kann. Es ist höchste Zeit.