

Zeitschrift: Film und Radio mit Fernsehen
Herausgeber: Schweizerischer protestantischer Film- und Radioverband
Band: 15 (1963)
Heft: 14

Artikel: Bei den Monstrefilmen
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-962869>

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: 15.03.2025

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

FILM UND LEBEN

BEI DEN MONSTREFILMERN

FH. Monstrefilme sind im Zunehmen begriffen, was festgestellt werden muss, ob es uns gefällt oder nicht. Die Riesen-Show hat ihre Anhänger im Publikum, und damit selbstverständlich auch bei den Produzenten. Interessanterweise sind dabei lange nicht alle Riesenfilme finanzielle Erfolge gewesen. Der amerikanische Spezialist für diese Art Film, Samuel Bronston, der den Monstrefilm "55 Tage in Peking" produziert hat, ist wiederholt mit solchen in Schwierigkeiten geraten. Er hat keine Filme geschaffen, die weniger als Millionen Franken kosteten, aber sein "John Paul Jones" war ein totaler Misserfolg und ist in den meisten Ländern Europas gar nicht gelaufen. Das Defizit betrug über 9 Millionen, und er muss über ganz besondere geschäftliche Fähigkeiten verfügen, dass es ihm trotz dieses Schuldenberges gelang, weitere 15 Millionen Franken aufzutreiben, um damit "König der Könige" herzustellen. Auch dieser erwies sich jedoch keineswegs als so erfolgreich, wie er gehofft hatte, und er kam aus den Schulden nicht heraus. Erst mit dem "Cid" erzielte er einen Treffer, der ihm grosse Kassenerfolge auf der ganzen Welt einbrachte. Gegenwärtig ist er mit der Herstellung eines Films über den Untergang des römischen Reiches beschäftigt und hat bereits ein Drehbuch für einen Riesenfilm über die französische Revolution in Auftrag gegeben.

Sein "55 Tage in Peking", der jetzt in der Schweiz läuft, ist ein typisches Beispiel für seine Arbeitsweise. Der Film hat ca. 17 1/2 Millionen Franken gekostet, d. h. ebensoviel wie ein grosses Super-Tankschiff von 100'000 Tonnen. "Was irgendwie sensationell wirkt, wurde hineingestopft: Hinrichtungen, Schlachten, Explosionen, Feuerbrände, langsamer oder qualvoller Tod, hässlicher Tod, lieblicher Tod, erfüllte Liebe, tragische Liebe, schöne, schlitzäugige Chinesinnen, ein grossäugiges, verlassenes Chineslein ("für die Mütter"), 4000 bössäugige Chinesen (der Film soll ja nicht in China verkauft werden), und etwa 1000 kriegerische Helden aus jedem Land, in das der Film verkauft werden soll." In dieser Weise hat die "Times" den Film ironisiert. Dazu kommen aber noch die Stars, sowie die interessante Länge von drei Stunden, damit jederman wirklich genug hat. Massenpsychologisch gesehen hat er alles.

Dazu kam die Ausstattung: An der Strasse von Madrid nach Toledo war die gesamte "Verbotene Stadt" des alten Peking, in der die Kaiserin von China residierte, wieder aufgebaut worden, alles in Gold und Violett. Oben auf den Stufen des Himmelstempels hat sie ihr Zentrum, in welchem der Thron für die Kaiserin (Flora Robson) steht, umgeben von Hofdamen und Eunuchen. Die Kostüme hatten allein 1,3 Millionen verschlungen, die Bauten 1,6 Millionen, die Besetzung 3,3 Millionen (dagegen das Drehbuch nur Fr. 700'000.-).

Der Unbeteiligte wird sich fragen, was sich die Hersteller solcher Filme im Grund denken. Der Filmkritiker, der kein Freund von ihnen zu sein pflegt, wird erwidern: gar nichts, nur an ihr Geld. So einfach liegen die Dinge jedoch nicht. Gewiss sind die benötigten Summen so hoch, dass sich alles mehr oder weniger darnach richten muss, sie irgendwie wieder einzubringen. Ein Misserfolg nimmt hier rasch katastrophale Formen an. Aber es gibt doch eine Menge Ueberlegungen, die daneben noch gemacht werden müssen, um nicht zu stolpern.

Bronston und seine Leute sind einmal der Auffassung, dass solche Riesenfilme für die Massen heute das beste Mittel darstellten, um die Leute vom Fernsehschirm wegzulocken. Es ist eine bekannte Erscheinung, dass viele Fernseher es mit der Zeit müde werden, immer nur das kleine Bild, das vorwiegend doch nur Grossaufnahmen gestattet, keine perspektivischen Hintergründe, anzustarren. Nach ihrer Auffassung bietet hier das Monstrebild im Riesenfilm gerade das, was die Fernseher sich nach einiger Zeit heimlich wünschen. Diese Riesenfilme bewegten sich auf einem Gebiet, auf welchem das Fernsehen nicht konkurrieren könne.

Allerdings müssten hier Vorsichtsmassnahmen getroffen werden. Bronston ist hier ein gebranntes Kind. Er und seine Mitarbeiter haben der "Times" erzählt, auf was alles zu achten ist. Ihre Ausführungen geben ein interessantes Bild über moderne Wege der geschäftlichen Filmproduktion.

Entscheidend für den Erfolg ist danach eine enge Beziehung mit den Verleihern. Diese, welche die Filme an die Kinos weiter vermieten, haben ein besonderes Interesse am guten Gang eines Filmes. Sie können die Pläne prüfen und über Marktbedürfnisse Ratschläge erteilen. Der Film ist international, er wird in jedes Land verkauft und aus jedem Land lässt sich etwas lernen, und die Verleiher kennen ihre Länder. "Sie beteiligen sich bei uns und sind infolgedessen mit "dem Herz" beim Verkauf des Filmes beteiligt", führte Bronston aus. Vor dem "Cid", noch mit dem "König der Könige" hat der Produzent die ganze Last des Risikos allein getragen. Das Resultat war schlecht. Das hat sich von da an geändert.

Dann sind Stars nötig, nach der Erfahrung Bronstons. Im "Cid" waren es Charlton Heston und Sophia Loren, welche die Grundlage für den Erfolg legten. Sie waren die Einladung an das Publikum, sich den Film anzusehen. Wer kam, sah eine interessante "Show". Enttäuscht wurde niemand. Unter solchen Voraussetzungen, meint Bronston,

können etwa 14 Millionen Franken gewagt werden. Aber - und damit spielte er auf den Cleopatra-Film der Konkurrenz an - man müsse wissen, wo die Grenze sei. Einen Film mit einem kranken Star herzustellen und die Kosten auf 130 Millionen Franken ansteigen zu lassen, würde er niemals unternehmen. Noch zuversichtlicher äussern sich seine Mitarbeiter. Einer von ihnen ist der Ueberzeugung, dass sie mit dieser Art der Produktion dem ganzen übrigen Filmgeschäft um 5 Jahre voraus seien. Sie seien ein Panzer-Regiment, schnell und wendig, mit einer grossen Durchschlagskraft. Die zahlreichen Rank und Allied Artists Kinos in allen Erdteilen kosteten sie nichts. Manchmal müsse man sich anpassen; wenn zum Beispiel eine besonders begehrte Schauspielerin die Rolle unter der Bedingung übernehme, dass sie neu geschrieben und das Stück anders aufgebaut werde, so liesse sich dies machen. Schliesslich seien sie ein Geschäft... Ein Anderer weiss von interessanten Erfahrungen zu berichten: Für die Ausstattung könnten nur erstklassige Sachen gekauft werden. Im Publikum gebe es immer Kenner und sachverständige Spezialisten. Wenn Stil Ludwig XIV vorgeschrieben sei, dann müsse es eben echter Ludwig XIV sein. Für den Peking-Monstrefilm studierten sehr teure Sachverständige die Farbe vom chinesischen Lacks während 6 Monaten. Vor allem müsse auch die Auswahl der Schauspieler richtig erfolgen. Mit englischen Schauspielern könne er immer ruhig schlafen, sie hätten Stil, wüssten auch um den den Kostümen entsprechenden Stil. Sie seien auch viel bessere Römer als die Italiener; sobald man diese in Kostüme stecke, würden sie gleich pathetisch. Im übrigen müsse man mit allen Schauspielern umgehen wie mit kranken Kindern. Er persönlich träume von einem Film mit nur drei Mitwirkenden. -

Eine wichtige Funktion hat selbstverständlich der verantwortliche Publizitätschef. Er ist allerdings der Auffassung, dass die neue Formel von Bronston gar nicht so neu ist. Solche Filme wurden schon in den Steinzeiten des Films gedreht, zum Beispiel "Geburt einer Nation". Auch "Der grosse Ziegfeld" war einer, "Der Planwagen" und noch andere. Pro Film kann er bis etwa 10 Millionen Franken für Publizitätszwecke ausgeben. Aber heute müsse mit grösserer Vorsicht als früher gearbeitet werden. Wenn ein Monstrefilm versage, sei die Sache doppelt so schlimm als früher. "Die vier apokalyptischen Reiter" seien dafür ein Beispiel, und auch "Spartacus", der nicht so gross war, geriet lange in Schwierigkeiten, die erst jetzt überwunden sind. Interessant ist seine Erfahrung, dass die grossen Musicals, die moderne Form der alten Operette, sozusagen nie einen Gewinn abwerfen. Sie seien zu national begrenzt. "Guys and Dolls" zum Beispiel könnten in Japan nicht gezeigt werden. "Ben Hur" sei der Film gewesen, der ein für allemal bewiesen habe, dass mit dem richtigen Stoff wirklich ein Gewinn zu erzielen sei, wie hoch sich auch immer die Kosten belaufen. Der Film kostete ungefähr 112 Millionen Franken, aber er sei auf dem Weg, das Doppelte einzubringen und werde immer wieder gespielt werden. "Vom Winde verweht" bringe auf diese Weise bei jeder Neuausgabe etwa 43 Millionen Franken ein. Fox habe 130 Millionen Franken für "Cleopatra" ausgegeben, während Metro-Goldwyn auf die alte "Meuterei auf der Bounty" zurückgriff. Bronston habe den "Cid" gewählt, der vor 1 1/2 Jahren keinen Rappen wert gewesen sei. Heute habe er allein in der Stadt New York 4 Millionen Franken eingebracht, ferner 7 Millionen aus Südamerika. Wenn man den richtigen Stoff besitze, verkaufe er sich immer.

Der Drehbuchverfasser aller Bronston-Filme ist ein Rechtsanwalt aus Chicago. Er ist einer der Hauptaktionäre der Firma, aber auch eines der hauptsächlichen Räder im Betrieb. Er entscheidet im Wesentlichen, welcher Stoff für einen Film in Frage kommt. Aber das wird auf keinen Fall durch ästhetische Ueberlegungen bestimmt, sondern immer nur durch geschäftliche. Es kann zum Beispiel davon abhängen, dass Charlton Heston gerade frei ist. Sie seien keine Künstler, keiner von ihnen. Sie machten Filme, die bis 11 Millionen Dollars kosten dürfen, das sei alles. Sie hätten die Verleiher zu befriedigen, und diese seien Geschäftsleute. Das Publikum sei ein Lebewesen mit einem Instinkt. Es wisse, was in einem Film drinsteckt. Glaube man, "Cleopatra" werde so aussehen, als ob 30 Millionen Dollars drinsteckten? Er wette, dass sie nicht viel grösser aussehe als der "Cid". Ausserdem bemühe er sich immer, den historischen Ablauf nicht zu vergewaltigen, wenn auch etwas Dichtung dazugehöre. Im Film "Untergang des römischen Reiches" lerne der Zuschauer viel mehr über die Römer als je. Sie drehten Filme von Männern, die Geschichte machten, von epischer Grösse. -

Alle mussten jedoch zugeben, dass der letzte Entscheid über Erfolg oder Misserfolg immer beim Publikum liegt. Wenn es für einen Film nicht in grösserem Ausmass in Bewegung gesetzt werden kann, helfen alle anderen Massnahmen nichts.