Wirksame Werbung

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **6 (1940)**

Heft 89

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-734095

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ein Prachtskerl und Max Knapp als korrekter, biederer Kleinhandwerker zu nennen. Nicht weniger haben zum guten Gelingen des Films Mathilde Danegger, Voly Geiler und Lukas Ammann beigetragen. Wenn auch außer Ellen Widmann und Max Knapp keine bekannten Namen in diesem Film figurieren, so steht doch die Darstellung auf der Höhe der ihr gestellten Aufgabe.

Noch besonders erwähnenswert ist die erstklassige Photographie und die selten reine Tonwiedergabe.

Alles in allem genommen handelt es sich hier um einen Film, der von unserem Schweizerpublikum freudig aufgenommen werden wird und unserer jungen Schweizer Filmproduktion alle Ehre macht. — Der Film ist eine Produktion der Elite-Film A.-G., Zürich.

G. Eberhardt.

Wirksame Werbung

Es ist noch immer kein Vergnügen, Kinoinserate zu lesen. Noch allzu oft sind sie in bedenklich schlechtem Deutsch abgefaßt, enthalten Ausdrücke, bei denen der Schreiber sich gar nichts vorgestellt hat — und die deshalb auch wirkungslos bleiben —, allzuoft überschütten sie den Leser mit Superlativen, die niemanden mehr zu überzeugen vermögen. Kluge Zeitungsleser lächeln, wenn sie jede Woche beim Programmwechsel bemerken müssen, daß nun schon wieder der stärkste, oder der sensationellste, oder der spannendste, oder der pikanteste Film des Jahres zu sehen sei. Wieviel stärkste oder spannendste Filme gibt es denn überhaupt? Merkt denn der Inseratenschreiber gar nicht, daß er sich mit seinen ewigen Superlativen selber schadet? Angenommen, der Leser glaubt ihm sein Gerede vom stärksten Film: dann wird er das nächste Programm gar nicht mehr sehen wollen, weil es ja, wenn das stärkste schon vorüber ist, sicher schwächer sein muß. Oder der Leser glaubt dem Inseratenschreiber seine Superlative nicht: dann ist er mißtrauisch gegen alles, was im Inserat steht, und die Werbung verwandelt sich in ein Abschreckungsmittel. Viele Kinoinserate sind heute noch Abschreckungsmittel. Allen Schreibern von plumpen, abgeschmackten Kinoinseraten raten wir, die paar guten Beispiele, die es immerhin schon gibt, aufmerksam durchzulesen und sich immer wieder zu überlegen, daß ein Filminserat nicht für «die Dame ohne Unterleib», nicht für «den stärksten Mann der Welt», nicht für «die unzerreißbarsten Hosenträger», nicht für türkischen Honig, Riesenräder oder Haut-den-Lukas, sondern für *Filme* werben sollte. Es muß immer und immer wieder gesagt werden: Kinobesitzer, die sich bemühen, auch die gebildeten Leute zu Filmfreunden zu machen, müssen selber ihre Bildung beweisen. Das Inserat ist die Visitenkarte des Kinobesitzers; es kann wirksam, unterhaltend und anregend verfaßt sein, ohne unverschämt, zweideutig oder brutal zu wirken.

Schweiz. Lichtspieltheater-Verband, Zürich

(Deutsche und italienische Schweiz).

Sitzungsberichte

Vorstands-Sitzung vom 28. Mai 1940.

In Anwesenheit von Vertretern der Großtheater von Zürich, Bern und Basel wird die durch die zweite Mobilisation entstandene äußerst prekäre Lage der Kinotheater eingehend besprochen. Nach Aufstellung bestimmter Richtlinien wird eine Delegation des Vorstandes beauftragt, sofort mit dem Verleiherverband in Fühlung zu treten, um in gewissen Punkten eine Erleichterung der offiziellen Lieferungsbestimmungen zu erreichen.

Gemeinsame Bureau-Sitzung vom 30. Mai 1940 in Bern.

In gegenseitiger, sehr offener Aussprache wird die allgemeine Lage beleuchtet. Die Vertreter des F. V. V. erklären sich grundsätzlich bereit, die Begehren der Lichtspieltheater um Anpassung der Film-Mietverträge an die gegenwärtige Situation zwecks eventueller Einberufung einer außerordentlichen Generalversammlung sofort dem Vorstande zu unterbreiten, wobei einer Delegation des S. L. V. Gelegenheit geboten werden soll, vor dem Plenum der Verleiher ihren Standpunkt darzulegen.

Weitere acht Geschäfte werden in längerer Diskussion nach eingebrachten Anträgen erledigt.

Vorstands-Sitzung vom 2. Juli 1940.

In Sachen Cinéma Roxy, Zürich, wird in zweistündiger Beratung versucht, zwischen den Parteien — Vermieter, Mieter und Untermieter — bezüglich Erledigung des bestehenden Mietvertrages und Abschluß eines neuen Vertrages zu vermitteln. Infolge der grundsätzlichen Verschiedenheit der Standpunkte bleiben die Bemühungen vergeblich, und der Vorstand sieht sich veranlaßt, der Hausbesitzerin mit Rücksicht auf das von ihr gewährte, bedeutende Entgegenkommen bezüglich der weitern Vermietung freie Hand zu lassen.

Der Vorstand hört einen Bericht über die am 28. Juni stattgefundene, außerordentliche Generalversammlung des Verleiherverbandes, die über diverse Begehren des S. L. V. zu befinden hatte. Danach hat sich die Versammlung damit einverstanden erklärt, daß bis auf weiteres die gemäß *Art. 7 b der Mietvertragsbestimmungen* dem Verleiher zustehende Sanktion der Versetzung auf die Nachnahmeliste *nicht vor Ablauf von 30 Tagen seit dem letzten Spieltag* durchzuführen ist, was für viele Theaterbesitzer eine bedeutende Zahlungserleichterung bedeuten wird. Bezüglich aller übrigen Postulate des S. L. V. wurde von einer generellen Regelung abgesehen. Dagegen soll jeder Streitfall, in dem es zwischen Verleiher und Theaterbesitzer zu keiner Einigung kommen kann, einer *Schlichtungskommission* vorgelegt werden, die aus je zwei Mitgliedern der beiden Verbände besteht. Nachdem durch die teilweise Demobilisation eine Besserung der Lage zu erhoffen ist, glaubt der Vorstand, sich mit den Beschlüssen des F. V. V. zufrieden zu geben und auf die weitere Verfolgung der noch offenen Postulate verzichten zu können. In der vorgesehenen Schlichtungs-