Hollywood im Umbruch

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **6 (1953-1954)**

Heft 13

PDF erstellt am: **03.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-963911

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

— eine immer wieder erneute Ankurbelung und suggestive Bearbeitung der Massenbesucher. Die Gefahren einer allzu durchsichtigen und primitiven Reklamemethode dürfen bei einer Untersuchung über die Gründe einer internationalen Filmkrise jedoch keineswegs unterschätzt werden.

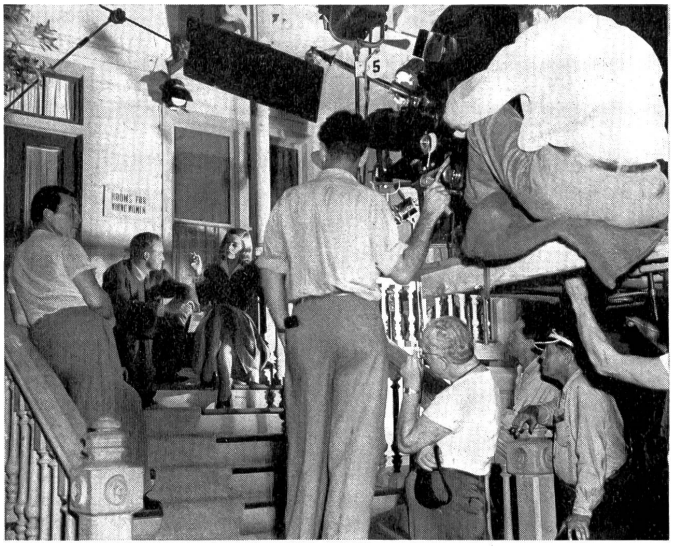
Keine Regel ohne Ausnahme. Aber leider sind die Pioniere für eine seriöse Anpreisung der Filmkunst unter den Filmverleihern und Kinobesitzern selten geworden. Einem der bahnbrechendsten Experimentierfelder auf diesem Gebiet, wenn nicht dem einzig restlos konsequenten überhaupt, begegnen wir beim «Studio für Filmkunst» in München-Schwabing. Dieses spricht den Filmfreund wie den an sich filmfremden Theateranhänger gleichermaßen an. Es bemüht sich um ein regelrechtes Repertoire, ohne den geringsten Kompromiß an den Geschmack einer breiten, oberflächliche Unterhaltung suchenden Masse. Pro Woche stehen bis zu sieben Filmwerke auf dem Repertoirespielplan, wobei die wesentlichsten von Zeit zu Zeit wiederholt werden. Die Zusammenfassung der Filme geschieht nach Thema, Regisseur und Schauspielern, und es finden regelmäßig Diskussionen mit Filmpraktikern statt. Die Folge der Spielfilme wird ergänzt mit Kulturfilmmatineen und verbilligten Vorstellungen für die Jugend. Das «Studio für Filmkunst» veröffentlicht monatlich eine 16seitige Programmzeitschrift mit Kommentaren über den Spielplan. Das erstaunlichste dieser auf privater Basis betriebenen Institution ist, daß sie im Vergleich zu den übrigen Kinos mit den niedrigsten Eintrittspreisen glänzend zu existieren vermag. Unter der Leitung von Fritz Falter ist es heute zu einem geheimen Zentrum des künstlerischen, wertvollen Films geworden und darüber hinaus zu einem wahrscheinlich weitherum einzigartigen Unternehmen, das Nachahmung verdient. Seine Praxis beweist jedenfalls, wie dem auf Irrwege geratenen Reklamewesen in der Filmwirtschaft mit Erfolg begegnet werden kann und leistet damit einen bahnbrechenden Anfang zur Lösung der nicht zu verschweigenden Filmkrise, auf einem Sektor, der uns ebenso wichtig wie das Problem der Produktion erscheint.

Hollywood im Umbruch

BJ. Es gibt nur eine einzige Sorte von Menschen, die sich heute in Hollywood wohl fühlt: die Berichterstatter. Jetzt haben sie endlich andern Stoff als die Liebes-, Scheidungs- und sonstigen Klatschgeschichten über die Stars. Teils ist Hollywood ein brodelnder Hexenkessel, teils stiller Friedhof, auf dem Träger einst großer Filmnamen beschäftigungslos als ihre eigenen Denkmäler herumsitzen. Einige, darunter beste Schauspieler, haben es vorgezogen, zu verschwinden und sich eine neue Existenz auf der Bühne oder im Fernsehen zu schaffen. Sicher ist, daß selbst die obersten Spitzen der Filmindustrie nicht genau verstehen, was eigentlich vorgeht, und noch viel weniger die Regisseure, Autoren und Schauspieler. Aber alle sind sie ohne Ausnahme bedrückt, selbst jene, die sich optimistisch stellen und sogar Grund dazu haben.

Die guten alten Zeiten, da man nichts anderes zu tun hatte, als irgendeinen Film mehr oder weniger zusammenzukurbeln, einem Kino zu übergeben und auf die Seite zu springen, um von den anstürmenden Zuschauermassen nicht zu Tode getrampelt zu werden, sind vorbei. Die berüchtigten «B»-Filme sind erledigt, was für Hunderte die Entlassung bedeutete. Die Verwaltungsbureaux sind ebenso zusammengeschmolzen wie die Photo-Mannschaften, Drehbuch-Teams und die Bühnenarbeiter. Ein großes, weißes Leintuch hat sich auf die Stadt gelegt, und in allen Restaurants, Gratisaufenthaltsräumen und Gartenbänken findet man heute Arbeitslose jeden Ranges. So viel zum Friedhof.

Doch dazwischen brodelt und zischt es. Lange nicht alle geben sich geschlagen. Jane Wyman, obwohl schon einige Zeit ohne Arbeit, erklärt, daß es 1935 nicht besser gewesen sei. Vor allem aber wird dem Anwachsen des Friedhofes dadurch Grenzen gezogen, daß einzelne Filme mehr als je Publikum anziehen und Einkünfte bringen, welche als die höchsten jemals erzielten angesprochen werden müssen. Wie ist das möglich? Die Antwort lautet: Sensation, Ausgefallenheit, Abweichen vom gewohnten Durchschnitt um jeden Preis. Shary, der Produktionsleiter der MGM, ist nicht melancholisch. Daß sich unter den bisherigen Erfolgsfilmen auch Qualitätsstreifen befinden und die B-Filme verschwinden, freut ihn. Er glaubt, daß der moderne Mensch Platz für alles habe: Bücher, Fernsehen, Film und Theater. «Wo das Fernsehen sich neu ausbreitet, haben die Kinos einige Zeit gewiß schwer zu leiden. Aber bald einmal strömt das Publikum in die Kinos zurück, allerdings nur, wenn Filme gezeigt werden, die irgendwie vom Ueblichen abweichen: «Größte Schau der Welt», «Ivanhoe», «Schnee vom Kilimandscharo». Diese haben uns mehr eingebracht als jemals. Jeder Film muß in Zukunft etwas Besonderes sein, die unkritischen Zuschauermassen stehen uns nicht mehr zur Verfügung. Sie müssen viel sorgfältiger gedreht werden, wir können keine Risiken mehr eingehen und müssen viel genauer kalkulieren. Gewiß mußten viele Mitarbeiter entlassen werden, aber dabei sind wir doch auch viel totes Gewicht los geworden.» Hartmann von der Paramount fügte bei: «Die ganze Filmherstellung war bis jetzt falsch organisiert. Das Star-Wesen muß abgebaut werden. Unsere Verpflichtungen den Stars gegenüber bildeten einen Mühlstein um unsern Hals.» Hartmann ist auch der Ueberzeugung, daß Film und Fernsehen in Zukunft viel enger zusammenarbeiten müßten. Die Paramount hat sich maßgebend an der Telemeter-Fernsehorganisation beteiligt, deren Kunden zu Hause ein Geldstück in ihren Fernsehapparat werfen müssen, damit er funktioniert. Dafür sehen sie dann auch Kinofilme der Paramount, z. B. auch den in der Schweiz vorgesehenen «Forever Female». Hinsichtlich der verschiedenen Breitbandfilme will sie vorläufig zuwarten, während andere



Filmaufnahme in Hollywood, was heute mit viel größerer Sorgfalt geschehen muß.

Produzenten, Fox, Warner, MGM versuchen, ihre Filme durch Tiefenschärfe (mit Brillen, Cinemascope und Cinerama) anziehender zu gestalten. Der Brillen-Film ist nicht über einen Anfangserfolg hinausgekommen, hat aber eine leichte Wiederbelebung erfahren, als der MGM-Versuchsfilm «Kiss me Kate» in der plastischen Fassung 30 Prozent mehr einbrachte als in der flachen. Auch die Columbia-Film wird zu Abklärungszwecken «Miss Sadie Thompson» in beiden Versionen anbieten. Das Publikum soll entscheiden. Fox wagte mit seinem Cinemascope den größten Sprung, der ihm gelang. Selbst nachdem der Neuigkeitswert des schwachen Films «Das Gewand» verflogen war, wurde der zweite Film der gleichen Art, «Wie heirate ich einen Millionär», zu einem großen Kassenerfolg. Zanuk ist überzeugt, daß dem Cinemascope die Zukunft wie seinerzeit dem Tonfilm gehöre, wenn er auch zugibt, daß ein schlechter Film dadurch nicht besser werde. Auch verlangt er von jetzt an gute Filmgeschichten als erste Grundlage für einen Film, die Filmautoren müßten viel mehr als früher geschätzt werden. Lieber keine Filme mehr als solche mit einer schlechten Erzählung! — Nur die Universal scheint bei ihrer Spezialität, dem farbigen Wildwest-Film, verbleiben zu wollen.

Kurz und bündig hat sich Billy Wilder über die Situation geäußert: «Jetzt werden bei den Produzenten die Knaben von den Männern getrennt!» Hoffen wir, daß die Männer obsiegen.