Zeitschrift: Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum
Herausgeber: Zappelnde Leinwand
Band: - (1921)
Heft: 11

Artikel: Tiere als Film-"Stars" : eine verunglückte Hundereklame
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-731741

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.12.2025

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

Der Talisman.

Marcia, eine junge Bretonnierin, fand eines Tages beim Spaziergang einen wunderbaren Stein, von dem die Sage ging, daß die grausame Königin Grenade ihm einst einem Priester geraubt habe, worauf sie mit samt dem Stein und ihren Städten verschwunden sei. Silas Martin, ein niedriger, geiziger Mensch, erfuhr von dem Funde und setzte alles daran, denselben in seinen Besitz zu bringen. Um dies zu erreichen, heiratete er das Mädchen und ging mit ihm nach Amerika. Bald mußte Marcia erkennen, welch trauriger Charakter ihr Mann war, der hohe Summen auf den Stein aufnahm und versuchte, seine Frau auf seinen Sekretär Sterling abzuwälzen, um ihrer ledig zu sein.

Sterlings Freund, ein Detektiv, beobachtete das Ehepaar schon geraume Zeit und war eines Abends Zeuge eines Vorfalles, der dem Wüstling das Leben kostete. Marcia wollte den gefundenen Stein anderweitig versorgen, als sich ihr Gatte auf sie stürzte, um sie zu erwürgen. In der Verzweiflung ergriff sie einen Metalleuchter und versetzte ihm einen Schlag, der ihn tötete. Die gerichtliche Untersuchung, irregeführt durch falsche Aussagen, endigt mit einem Freispruch des als Mörder angeschuldigten Sterling. Nach langem Zögern gab Marcia den Bitten Sterlings nach und die beiden wurden ein Paar. Sterling litt jedoch schwer unter dem Gedanken, daß seine Frau ihn trotzdem für den Mörder ihres Gatten halten könnte, und holte bei seinem Freunde, dem Dektektiv, Rat. Dieser erzählte den beiden den genauen Hergang des Todes, wie er ihn mit angesehen, versprach aber, das Geheimnis zu bewahren, wenn Marcia den Stein der Kirche vermache, in welche Bedingung beide gern einwilligten. Nachdem sie den Unglückstalisman wieder los waren, trübte nichts mehr ihr reines Glück.

Tiere als Film-„Stars".

Eine verunglückte Hundereklame.

Filme, die Tierbilder und Tierszenen zum Inhalt haben, erfreuen sich beim amerikanischen Kinopublikum einer starken Beliebtheit: Die Transatlantic-Film-Co. Ltd. pflegt sie als Spezialität. Sie ist unausgesetzt bemüht, Abwechslung in das gewählte Milieu zu bringen und so das Interesse an ihren Erzeugnissen sowohl bei den Besuchern wie bei den Theaterbesitzern wach zu erhalten.

Zu ihren „Hauptdarstellern" gehören zwei überaus geschickte Schimpansen, die klugen „Stars" „Napoleon" und „Sally", die schon in einer ganzen Reihe von Stücken mitgewirkt haben. Wo immer sie auf der

Geraldine Farrar in „Der Talisman".

Leinwand gezeigt werden, erzielen sie ansehnliche Erfolge. Groß und klein jubelt ihren possierlichen Darbietungen zu.

Ein billiger „Star" mit bedeutender Zugkraft ist auch „Joë Martin", der intelligente Affe der Universal Manufacturing-Company, deren Affenlustspiele großen Umsatz erzielen und in den Spielplänen der amerikanischen Kinotheater zu den begehrtesten Nummern gehören.

Die „Star of the Last-Film-Comp." hat kürzlich ein sehr spannendes Tierdrama auf den Markt gebracht, dessen Handlung im Jungle spielt. Der Film heißt „Lion Trapping" und zeigt in geschickter Aufmachung den Fang lebender Löwen in Fallen. Die wichtigste Rolle darin bot eine Riesenschlange; ein Löwe, ein Wildschwein, mehrere Leoparden und eine größere Anzahl von Affen wirken überdies im Film mit. Um dieses Tierensemble herum entwickelt sich das inhaltliche Geschehen in teils aufregender, teils lustiger Weise. Die Aufnahmen sind nach amerikanischen Blättermeldungen durchaus gut und so wirksam, daß das Interesse des Zuschauers auch nicht einen Augenblick erlahmt.

Die Erfolge dieser Tierfilmdramen haben natürlich auch andere Firmen veranlaßt, das gleiche Genre zu pflegen. Durch den Wettbewerb auf diesem Gebiet entstehen mancherlei Variationen und man ist ehrlich erstaunt über die Unerschöpflichkeit der Tierfilmdichter, denen anscheinend immer neue Ideen einfallen.

Das ziemlich rührselige Hundestück „A Dogs Life“ der Fox-Film-Gesellschaft war von der Direktion des „Majestic-Theaters“ in Newyork zur Aufführung erworben worden. Mit einer großen Reklame sollte die Aufmerksamkeit des Publikums auf diese Neuheit gelenkt werden. Die Theaterleitung hatte nun den Einfall, Hunde für das Stück Propaganda machen zu lassen. Wie der Titel erraten läßt, ist ein Hund in den Vordergrund der Handlung gerückt, dessen wechselvoller Lebenslauf in einer stark sentimentalen, an das Mitleid appellierenden Tendenz bildhaft geschildert wird. Der Manager des Theaters erließ in den gelesensten Tageszeitungen folgende Einrückung:

„50 bis 100 Hunde gesucht! Bringt Eure Hunde Sonnabend 10 Uhr 30 Minuten ins Majestic-Theater. Ihr behaltet Eure Hunde und bekommt Geld dazu!“

Am bezeichneten Tage erschien natürlich eine Armee von Leuten, die ihre Hunde zur Verfügung zu stellen bereit waren. Alle Hunderassen und Größen waren vertreten. Der Reklamechef teilte nun den Begleitern der Hunde seine Absichten mit. Er wollte die Hunde als vierbeinige „Sandwichmen“ benützen. Zu diesem Zweck hatte er kleine Plakate in Sattelform anfertigen lassen, auf denen in auffallender Schrift und Farbe der Titel des neuen Hundefilms zu lesen war. Diese Sattelplakate sollten den Hunden umgebunden werden, worauf man sie in der Stadt herumlaufen lassen wollte.

Die Idee wurde von den Begleitern angenommen, die versprochene Belohnung eingeheimst. Die vierbeinige Gesellschaft wurde in die Halle des Theaters gebracht, um dort „kostümiert“ zu werden. Ein riesenhafter, grimmig dreinschauender Bullenbeißer stürmte wie ein Gewittersturm in die friedliche Gesellschaft und im Augenblick entbrannte die wütendste Hundeschlacht. Es gab ein unbeschreibliches Durcheinander, ein Beißen und Raufen, gegen das die unglücklichen Hundebesitzer umsonst anrannten. Es war nicht möglich, die aufgeregten Hunde zu trennen. Die, die bemüht waren, die wütend verbissenen Köter voneinander zu lösen, liefen Gefahr, selbst angegriffen zu werden. Alles rannte, rettete, flüchtete sich vor der Wut der gereizten Tiere, bis endlich ein Angestellter den glücklichen Einfall hatte, mit einem mächtigen Strahl kalten Wassers auf die außer Rand und Band geratene Hundeschar beruhigend einzuwirken.

Im Nu war die Theaterhalle geräumt; indeß bot sie den Anblick böser Verwüstung. Die hübschen Plakate waren begreiflicherweise vollkommen ruiniert, zerbissen und zerstampft. Damit war die Reklameidee unausführbar geworden. Trotzdem blieb der Erfolg nicht aus. Die Hundeschlacht sprach sich herum, lockte Neugierige in das Theater, und da das Stück an sich den Newyorkern gefiel, blieben auch die Kassenerfolge nicht aus.