Zeitschrift: Zappelnde Leinwand : eine Wochenschrift fürs Kinopublikum

Herausgeber: Zappelnde Leinwand

Band: - (1924)

Heft: 13

Artikel: Wie arbeiten die Amerikaner [Schluss]

Autor: Seidenstein, Berthold L.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-732153

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: 27.10.2025

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

Wie arbeiten die Amerikaner.

Von Berthold L. Seidenstein. Gefretär der "Apollo"=Film Al.=G., Wien. (Goluß.)

Ist ein Kilmwerk beendigt oder auf dem Wege zur Beendigung, seht der Sturm der Reklame ein. In den Riesenstädten Amerikas mit ihrem Chaos von elektrischen Lichtsluten, schwingenden Strahlenbundeln, wandelnden Unfündigungen, leistet die Reklame das Unerhörteste. Es beschleicht den behäbigen Europäer ein Gefühl des Staunens (und vielleicht auch des Grauens), wenn er hört, wie vor dem Erscheinen des Films "The Kid" ein geplagter Mensch auf einem stockhohen Gerüst der Union Square zu New-York durch zwei Stunden ununterbrochen die Worte: "Charlie Chaplin!!" und "Jackie Googan!!" durch ein Megaphon in die Luft hinausbrullte! Ober wenn er hört, daß vor Erscheinen des Films "Grandma's Bon" an den Straßenseden Chicagos seidene Taschentücher mit dem Bildnis Harold Llonds an die Passanten verteilt und wie seine lebensgroßen Porträts, von Ballons getragen, an verschiedenen Orten der Stadt zugleich in die Lust entführt wurden! Die ungeheuren Kossen, die eine derartige Reklamegebarung verschlingt, seken selbstverständlich eine Ertragsfähigkeit des betreffenden Films voraus, die jeden Laien in Erstaunen versetzen muß, und basieren auf der Spekulation, das Publikum werde der Reklame mit Haut und Haaren verfallen, was sich auch in den feltensten Fällen als unrichtig erweist.

Und dennoch geschah kürzlich trok der anfangs erwähnten enormen Renstabilität des guten amerikanischen Films, trok seiner so ausgedehnten Ausbeutungsmöglichkeit etwas Unerwartetes, selbst für die Fachleute der Branche Ueberraschendes: Eine von Amerikas mächtigsen Gesellschaften, die Famous Plazers Corporation, sperrte plöhlich ihre Riesenateliers und entließ "provisorisch" nicht weniger als 50000 Schauspieler und Angeskellte! Wo liegen denn die Ursachen? Was sind die Gründe dieser einschneidenden Maßregel?

Es sind ihrer hauptsächlich zwei: Widerstand gegen die unerhörten Ge-

stehungskosten und eine neue Lufrativitätsberechnung.

Ueber die gewaltige Höhe der transatlantischen Stargagen und Regiesdiäten ist des österen hinlänglich berichtet worden. Wenn man bedenkt, daß sich das Einkommen des Löwen unter den Groteskomikern, Charlie Chapslins, auf zirka 1½ Millionen Dollars jährlich beläust, wenn man ferner erstährt, daß Fairbanks, Mix der kleine Soogan, die Betth Blothe, die Schwestern Talmadge, William Kart und viele Regisseure fürstlich eingerichtete Paläste in Hollowood besiken und daß Harold Llond einen Park von 12 Krastwagen sein eigen nennt, so begreist man, daß die amerikanische Künstlerwelt fast jedes Vierkeliahr automatisch eine Erhöhung ihrer Gagen in ganz ungerechtsertigter Weise beansprucht, kurz gesagt: daß sie verwöhnt wird, und begreist man den "Streik der Filmdirektoren", die durch zeitweilige Sperrung der Ateliers den ins Unglaubliche wachsenden Ansprüchen ihrer "Untergebenen" begegnen wollen.

Der zweite Grund jedoch läßt sich in einer knappen Rentabilitätskalkulation präzisieren, die auf dem lekten Filmkongreß zu Los Angeles zur Sprache gesbracht wurde und augenscheinlich bedeutenden Erfolg erzielte. "Unsere Durchschnittserzeugnisse", so sagen sich die Filmunternehmer, "erzielen in den Verseinigten Staaten zirka 60% Reingewinn, im gesamten Auslande jedoch bloß 25—30%; unsere Exklusioschlager werfen bei uns 300%, im Auslande bloß

100% ab; unseren Filmen steht das ausländische Publikum nicht mit so viel Verständnis gegenüber wie unser eigenes; überdies ist der ausländische Markt von uns überschwemmt worden und wir sind gezwungen, von den Ausländern geradezu unbedeutende Lizenzpreise entgegenzunehmen. Gelingt es uns jedoch, erstens, die Gagen unseres Personals um ein Drittel heradzusehen, und zweitens unsere Produktion derart einzuschränken, daß wir unsere Kräste nicht durch Massenerzeugung von Durchschnittssilmen zerspliktern, sondern sie durch Zusammenfassung und Fabrikation von Exklusivsilmen konzentrieren, so erzielen wir hierdurch nicht nur bedeutend niedrige Gestehungskosten, sondern auch bedeutend höhere Auslandpreise, da dann die Unterwertung unserer Erzeugnisse ein Ende hat." Wie man sieht, ist es also die Rücksicht auf das Ausland, die sich bemerkbar macht — zum erstenmal seit dem Bestehen der amerikanischen Filmindussrie.

Sollten dem Beispiele der Famous Plagers Co. die anderen Mächte der transatlantischen Filmproduktion, allen voran die First National, die Goldwin und Universal Dictures Co., folgen, so wäre das charakteristische Symptom einer Eindämmung der Produktionsslut gegeben und eine namhaste Sanierung der europäischen Erzeugung wäre letzten Endes die unmittelbare Folge.

Was ist "echt filmisch"?

Bon Dr. Roland Schacht.

Auch der langweiligste Film hat einen interessanten Moment: wenn er zu Ende ist. Das ist keine simple Bosheit, sondern eine Feststellung. Denn es ist immer interessant, beim Sinausgehen die Urteile des Publikums zu hören. Was der dicke Herr mit der Nutte sagt und das äktliche Fräulein mit den Schmachtlöcken, der junge Lebemann aus dem Konfektionsgeschäst und das Mädchen mit dem elegischen Gesichtsausdruck, das auch mal zum Film zu gehen gedenkt. Ja, wer genau mitreden will, sollte sich wenigstens ein paarmal im Jahr von der Wirkung berühmter Filme in den kleinen billigen Schaubuden des Ostens oder der Vorstädte überzeugen. Dann erst begreist er, warum Jannings populär und Mia Man oder Lya Mara vergöttert werden. Jugegeben, daß der Ausschnitt, den man hört, immer nur zufällig ist. Aber aus all' diesen Zufällen ergeben sich doch nicht nur amüsante, sondern auch sehr lehrreiche Gesamtbilder.

Fragt man die Branche nach ihrem Urteil über bestimmte Filme, so fällt es natürlich je nach Konkurrenz oder Verbandsverhältnis verschieden aus, ist aber im allgemeinen abhängig von den Kassenrapporten. Für die Branche lautet die Frage nach der Qualität eines Films eigentlich: Ist er gut vertäuslich? Oder: Geht das Publikum rein? Für die Branche ist der Film

Mit dem meisten Zulauf der beste.

Dabei wird aber vergessen, daß der in diesem Sinne beste Film stets auch ein gefährlicher Film ist. Er erstickt, wenn er zuerst kommt, vielkach die Chancen aller in irgendeinem Sinne ähnlichen Filme, die — Ideen liegen ja vielkach in der Lust — aus irgendwelchen Gründen einige Wochen später herauskommen. Die Branche glaubt sehr häusig, weil ein, zwei Filme eines bestimmten Genres gut gegangen sind, müßten auch der dritte oder vierte gehen. Aber im Grunde ist nichts gefährlicher als derartige Spekulationen auf die derzeitige "Beliebtheit". Jählings bekommt, aus irgendwelchen Gründen,