

Zeitschrift:	Schweizer Film = Film Suisse : officielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz
Herausgeber:	Schweizer Film
Band:	- (1935)
Heft:	30
Artikel:	Um die Schaffung eines schweizerischen Films : drei Projekte für Filmateliers
Autor:	Senger, Max
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-733712

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: 02.02.2026

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

Um die Schaffung eines schweizerischen Films

Drei Projekte für Filmateliers

Es ist nicht von ungefähr, wenn heute der Ruf nach dem schweizerischen Film, nach einer einheimischen Filmproduktion lauter ertönt als je. Die Aussichten für den schweizerischen Film sind nämlich noch nie so günstig gewesen wie heute. Die Schweizerische Verkehrscentrale lud daher Dienstag den 28. Mai die Vertreter aller Interessengruppen zu einer orientierenden Besprechung über das Thema «Schweizerfilm» in die «Zimmerleute» ein, und der grosse Aufmarsch der Gäste bewies, welches Interesse man zurzeit der vorwürfigen Frage entgegenbringt.

Die Verkehrscentrale begnügte sich, durch ihren Vertreter feststellen zu lassen, dass die Aussichten für einen einheimischen Film relativ günstig seien und das Problem deshalb einer Diskussion wert sei. In der nachfolgenden Aussprache wurde in erster Linie die Frage der Finanzierung ventiliert. Dr. Ikké als Sprecher der in Zürich domizilierten Filmfinanzierungsellschaft wies auf die Wichtigkeit der Arbeitsbeschaffung und die Verdienstmöglichkeiten für Handwerk und Gewerbe hin, ferner auf die Heranziehung von Schweizer Schauspielern und Schriftstellern. Mit der Errichtung eines Filmateliers allein wäre die schweizerische Industrie allerdings noch nicht lebensfähig, die Finanzierung steht dabei im Vordergrund. Ein exportfähiger Film kostet heute 230.000 bis 300.000 Franken; nimmt man an, die Amortisation würde auf drei Jahre angesetzt, dann müsste ein Produzent zum vorherrein über eine Million Fr. Herstellungskapital verfügen. Deshalb muss auch bei uns ähnlich wie in Deutschland, wo die staatliche Filmkreditbank mit 10 Millionen Betriebskapital existiert, eine Kreditorganisation geschaffen werden, die von den schweizerischen Grossbanken und von der Nationalbank die nötigen Rediskontokredite erhält. Dazu wiederum ist vor allem nötig, dass ein herzustellender Film für kreditwürdig befunden und gestaltet wird. Dazu müssen alle ausländischen Abenteurer, die in der Schweiz nur Gold verdienen wollen, ausgeschaltet werden. Auf der andern Seite müssen die nötigen Produktionsbedingungen hergestellt werden, was durch Errichtung eines Filmateliers, welches nicht zuviel kosten darf, möglich wird. Der Bau des Ateliers sollte von Kanton und Gemeinde subventioniert oder wenigstens unterstützt werden.

Einige Ausführungen zur Frage des Produktionsprogramms machte der Sekretär der Präsenfilm AG., Dr. Meyer. Vor allem wäre ein angemessener Ausbau der «Schweizer Wochenschau» möglich, wenn man ausländische Wochenschaufilme kontingentieren würde. An Beiprogrammfilmen könnten pro Jahr zirka 30 hergestellt werden, doch wäre dieses Programm mit behördlicher Unterstützung auf 40 ausbaufähig. Bezüglich der Herstellung von Grossfilmen warnte der Redner vor zu grossem Optimismus; 5 bis 6 Stück pro Jahr scheint ihm die obere Grenze zu sein. Man müsse Filme erzeugen, die auf Erfolg im In- und Ausland zählen können. Vor Millionenprojekten möchte die Präsenfilm warnen.

Der Präsident des Schweizerischen Filmverleihverbandes, Dr. Eckhardt, begrüsste die gefallenen Anregungen warm, hob aber die Schwierigkeiten hervor und betonte, dass zwischen eigentlichen Propagandafilmen für das Land, Lehrfilmen und Spielfilmen zu unterscheiden ist. Auch er findet, dass nur ein einziges Atelier für die schweizerische Produktion gebaut werden sollte, das sich zudem in der Nähe einer grossen Stadt befinden muss, damit die Kompanieren immer gleich zur Verfügung steht.

Mit Interesse aufgenommene Angaben machte der Sekretär des Schweiz. Lichtspieltheaterverbandes, J. Lang, über die Unterstützung des Filmgewerbes im Ausland, namentlich in Deutschland, wo der Produzent von der Regierung für jeden exportierten Film noch 50 Prozent des Reinerlöses bekommt. In der Schweiz könnte man wenigstens an eine Schenkung des Ateliergeländes, kostenlose Abgabe von elektrischem Strom etc. denken. Für die Produktionsleitung muss ein Mann von internationalem Renommé gewonnen werden; dasselbe trifft für die Hauptdarsteller zu. An einheimischen Librettisten dürfte bei uns kein Mangel sein. Lang bedauerte, dass in letzter Zeit soviel Neugründungen auftauchten und bald wieder verschwanden, weil dadurch die Leute, die Geld für Filmproduktion hergeben wollen, vor den Kopf gestossen werden. — Als Sprecher der Schriftsteller gab Dr. F. Möschlin der Ansicht Ausdruck, dass nur unter tätiger aktiver Mitwirkung von Bund und Behörden das Problem einer schweizerischen Filmproduktion zu lösen sei; Bundesrat Etter beabsichtige nach der Abstimmung über die Krisen-Initiative die Interessenten des Films zu einer Konferenz zusammenzurufen. «Wir Schriftsteller werden jeden Versuch unterstützen, welcher geeignet ist, den schweizerischen Film zu dem auszubauen, der ein Land würdig ist, welches auf sovielen anderen Gebieten Grossstädte der Kultur hervorgebracht hat.»

Sensationell im negativen Sinne wirkte die aus der Versammlung kommende Mitteilung, dass zurzeit drei Atelierprojekte in Bearbeitung sind: eines in Zürich, über das Architekt Dür architektonische Angaben machen konnte (es würde 700.000 Fr. beanspruchen); das zweite in Montreux, das namentlich zur Belebung des dort stagnierenden Fremdenverkehrs gedacht ist; hierüber orientierte Herr Jongenel, der in sehr sympathischer Weise geltend machte, wie die wirtschaftliche Belebung eines schwärkämpfenden Hotelgebietes mit den landschaftlichen und klimatischen Vorzügen der schweizerischen Riviera in der Schaffung eines schweizerischen Ateliers vereinigt werden könnte. Schliesslich gab Herr Direktor Kuhn bekannt, dass in St. Gallen, wo bekanntlich die Stikkereimaschinen stillliegen, das Projekt eines Ateliers bereits greifbare Form angenommen hat durch die am 2. Mai erfolgte Gründung der Tonfilmatelier AG.; man werde in St. Gallen unabhängig von übrigen Projekten unbedingt Filme herstellen...

In der restlichen Aussprache wurde auch über die inhaltliche Gestaltung eines schweizerischen Films debattiert, wobei der Schreiber dieser Zeilen davor warnte, «Schweizerfilme» im Sinne der Herausstellung folkloristischer Bräuche und Verherrlichung der Gletscher und Alpenweiden zu produzieren, wie überhaupt sich in dem Glauben zu befinden, dass nun ausgerechnet unser

Land berufen sei, einen besonders guten Film zu produzieren, auf den das Ausland gewartet hat. Wir werden vielmehr eine goldene Mittellinie wählen müssen und die Internationalität, die unser Land auf andern Gebieten beweist, auch im Film zum Ausdruck bringen, wobei selbstredend schweizerische Schriftsteller und Schauspieler gewonnen werden müssen. Felix Möschlin dagegen betonte, dass er dass Heil eines Schweizerfilms einzieht und allein in der bewussten Herwirkung des demokratischen Gedankens und Wesens unseres Landes erblicke.

Die dreitägige Versammlung beschloss die Schaffung eines Studiotauschusses, der alle wichtigen Fragen prüfen wird, um dann später darüber Bericht zu erstatten.

* * *

Wir bringen in extenso den sehr interessanten Vortrag des Herrn Dr. Max Senger:

Die Schweizerische Verkehrscentrale hat sich gestattet, Sie für heute zu einer Interessentenversammlung einzuladen, um das Problem der Gründung einer schweizerischen Filmindustrie gemeinsam zu besprechen. Sie fragen sich vielleicht, wie die Schweizerische Verkehrscentrale dazu kommt, sich auf industrielle Probleme zu wenden und ich bin Ihnen daher eine gewisse Erklärung schuldig.

Geist ist die Gründung einer schweizerischen Filmindustrie ein industrielles Problem. Der schweizerische Film jedoch ist ein so wichtiger Faktor im Dienste unserer Verkehrspropaganda, dass wir als Hüter der schweizerischen Verkehrsinteressen nicht unbeteiligt zusehen können, ob es gelingt eine schweizerische Filmindustrie ins Leben zu rufen oder nicht.

Der Film ist heute zu einem propagandistischen Machtfaktor geworden, den jeder Staat in seinen Dienst stellen muss und auch fast jeder Staat, mit Ausnahme der Schweiz, hat den Film in seinen Dienst gestellt. Die Bedeutung des Films als Propaganda-Instrument wird einem erst so recht bewusst, wenn man sich vorgeworfen, dass auf der Welt 61.921 Kinotheater bestehen und 185 Millionen Menschen wöchentlich dieses Kino besuchen. Mit keinen anderen Mitteln kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Für sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Für die Schweiz ist nun aber der Film von ganz besonderer Bedeutung, da die Schweiz von Fremdenverkehr beinahe schleifsmässig abhängig ist. Es ist in letzter Zeit wiederholt auf die Bedeutung des Fremdenverkehrs für unsere Volkswirtschaft hingewiesen worden und man hat erkannt, dass der Fremdenverkehr für die Schweiz die grösste Exportindustrie darstellt, wenn sich auch der sogenannte Export in etwas anderer Weise abwickelt als bei den übrigen Industrien. Gelingt es uns nicht den Fremdenverkehr wieder anzuwickeln, so werden wir unsere Handelsbilanz nicht mehr im Gleichgewicht bringen und laufen Gefahr, jährlich hunderte von Millionen unseres Volksvermögens zu verlieren.

Wir dürfen uns auch nicht auf den Standpunkt stellen, dass der Fremdenverkehr von selbst wie der einsetze, sobald die Krise überwunden sein wird, denn ob diese Krise überhaupt überwunden werden kann wie frühere Krisen, und ob sie nicht der Beginn einer neuen Wirtschaftsstruktur bedeutet, ist noch nicht nachgewiesen. Sicher aber erscheint eines, dass wir in Zukunft alles das erkämpfen müssen, was uns früher von selber in den Schoss gefallen ist, und dass wir nur dann den Strom der Fremden wieder in unser Land lenken können, wenn wir in eindringlicher Weise für unser Land im Ausland werben. Eine wirkungsvolle Werbung ist jedoch nur möglich durch die Heranziehung des Films und dadurch wird der Film zu einem lebensnotwendigen Moment für unseren Fremdenverkehr. Die Schweizerische Verkehrscentrale als offizielles Organ für die schweizerische Werbung im Ausland, hat daher ein eminentes Interesse daran, dass eine schweizerische Filmindustrie entsteht, die ein wertvolles Instrument im Dienste unserer Verkehrspropaganda darstellt. Sie hat auch ein Interesse daran, dass diese Industrie von Anfang an seriös aufgebaut und lebensfähig ist und hat sich daher gestaltet die verschiedenen interessierten Kreise hereinzuholen, um dieses Problem in aller Gründlichkeit zu besprechen. Sie werden mir daher zugestehen müssen, dass die Schweizerische Verkehrscentrale berechtigt gewesen ist, Sie zu der heutigen Besprechung einzuladen.

Bei anhören haben wir uns selbstverständlich auch schon bemüht, den Film in den Dienst unserer Propaganda zu stellen. Dies war aber nur in beschränktem Umfang möglich, weil eine schweizerische Produktionstätte fehlt und man bei der Herstellung von Filmen entweder auf die eigenen, beschränkten Möglichkeiten angewiesen war, oder aber der Hilfe des Auslands bedurfte. Es bestehen in der Schweiz einige Firmen die Kulturfilme herstellen können und die auch schon bisher zum Teil aus eigenem Antrieb, zum Teil im Auftrage der Schweizerischen Verkehrscentrale oder lokaler Verkehrsvereine, Filme hergestellt haben, die dann allerdings nicht immer die Verbreitung im Ausland gefunden haben, die winzbar gewesen wären. Auf den Gebiete der Wochenschau bestand eine zeitlang eine schweizerische Wochenschau, die jedoch von



SPLENDID Bern - ALHAMBRA Basel

Der grosse Erfolg des URBAN Zürich

CAPITOLE Lausanne - RIALTO Genève

Shirley's Lachende Augen haben dem Splendid-Palace in Bern Rekordeinnahmen gebracht.

Achtung!

3 neue Filme mit dem entzückenden kleinen Star Shirley Temple gehören zur kommenden FOX-PRODUKTION

den ausländischen Gross-Unternehmen verdrängt worden ist. Auch auf diesem Gebiet muss in irgendeiner Form Remedy geschaffen werden, da schweizerische Wochenschau-Bilder wertvoll sind, für die Propaganda im Inland und durch einen Austausch mit ausländischen Wochenschauern nicht unbeteiligt zusehen können, ob es gelingt eine schweizerische Filmindustrie ins Leben zu rufen oder nicht.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren eine eigene Filmindustrie gegründet, oder die Bestehende kann so eindringlich für die Schönheiten eines Landes geworben werden, wie mit dem Film. Es leuchtet jedem ein, dass das lebendige Bild, das vor den Augen der Zuschauer abrollt, eine weit nachdrücklichere Werbewirkung hinterlässt, als ein flüchtig betrachtetes Plakat, ein Zeitungsserat oder ein Prospekt. Auch durch den Radio ist es nicht möglich in der eindringlichen Art und Weise für ein Land zu werben wie durch den Film.

Fast sämtliche Länder der Welt haben die Bedeutung des Films als Propagandafaktor erkannt und den Film entsprechend in den Dienst der staatlichen Werbung gestellt. Zahlreiche Staaten haben daher in den letzten Jahren