

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

Herausgeber: Schweizer Film

Band: 6 (1940)

Heft: 89

Artikel: Wirksame Werbung

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-734095>

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: 13.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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, Riesenträder 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 Kintheater 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 Vorstände 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 weiteren Vermietung freie Hand zu lassen.

Der Vorstand hört einen Bericht über die am 28. Juni stattgefundenen, außerordentlichen 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. 7b 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-