Zeitschrift: Kinema

Herausgeber: Schweizerischer Lichtspieltheater-Verband

Band: 7 (1917)

Heft: 51

Rubrik: [Impressum]

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

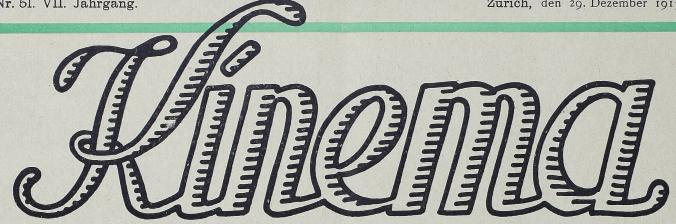
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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



Statutarisch anerkanntes obligatorisches Organ des "Schweizerischen Lichtspieltheater-Verbandes" (S. L. V.)

Organe reconnu obligatoire de "l'Association Cinématographique Suisse"

Abonnements: Schweiz - Suisse 1 Jahr Fr. 20.— Ausland - Etranger 1 Jahr - Un an - fcs. 25.—

Insertionspreis: Die viersp. Petitzeile 50 Cent.

Eigentum und Verlag der "ESCO" A.-G., Publizitäts-, Verlags- u. Handelsgesellschaft, Zürich I Redaktion und Administration: Gerberg. 8. Telef. "Selnau" 5280 Zahlungen für Inserate und Abonnements nur auf Postcheck- und Giro-Konto Zürich: VIII No. 4069

Erscheint jeden Samstag • Parait le samedi

Paul E. Eckel, Emil Schäfer, Edmond Bohy, Lausanne (f. d. französ. Teil), Dr. E. Utzinger. Verantwortl. Chefredaktor: Dr. Ernst Utzinger.

Redaktion:

Film- und Kino-Reklame.

Von Paul E. Eckel, Zürich.

ganz bescheidene Kollektion zur Verfügung. Ich hoffe, ten Artikel heute Versäumtes und Uebergangenes nachholen zu können.

eigentlich zunächst drei Hauptkategorien: 1. Die Reklame in einem vornehmen kleinen Medaillon, ist die Fabrikder Filmfabriken, 2. die Reklame der Filmverleih-Geschäfte und 3. die Reklame der Lichtspieltheater. Die kommen dann ganze Bilderserien aus dem Film, sowie ersten zwei Kategorien fallen meist zusammen, d. h. die die Mitteilung auf einer Annoncenseite, wie auch im nur, dass die Filmfabriken zunächst ihre Annoncen er- sei. Man glaube nun ja nicht, dass dies die ganze Relassen und Szenarios versenden, um die Filmverleihunter-klame-Arbeit darstelle. O nein, mittlerweile hat auch nehmungen auf ihre Neuerscheinungen aufmerksam zu die persönliche Werbearbeit begonnen. Im Filmklub, an ganz gleiche Publizität gegenüber den Theaterbesitzern unternehmen.

Ueber das Gebiet der Reklame habe ich schon viel pagiert wird. Zunächst liest man in den Fachblättern und oft geschrieben, nicht aber über das spezielle Gebiet kleine Notizen im Umfange von 5-20 Zeilen, welche im der Film- und Kino-Reklame, die uns insofern schon redaktionellen Teil der Zeitung publiziert sind und aus stark interessieren muss, als die moderne Werbetätigkeit denen zu entnehmen ist, dass der berühmte Regisseur X im Film Dimensionen angenommen hat, die zum Teil zur Herstellung von 6 grossen Filmwerken bei der Fazur Bewunderung rufen, zum andern Teil einzudämmen brik Y engagiert worden sei. In der nächsten Nummer nötig geworden sind. Wenn ich es heute unternehme, über liest man dann, dass es dem Regisseur X gelungen sei, Kino-Reklame zu plaudern, so ist es ein kleines Wagnis, die Filmfirma Z für die Y-Fabrik zu gewinnen und dass steht mir leider trotz der reichhaltigsten Sammlungen, demnächst mit den Arbeiten begonnen würde. Zu gleicher die ich an Plakaten, Prospekten und Anzeigen aller Art Zeit finden wir in allen Fachblättern entweder am Fusse besitze, auf dem Gebiete der Kinematographie nur eine von unzähligen Textseiten die Worte "Dschainas", in einer Nummer darauf, ebenso in einer sehr fetten von den reklamemachenden Fabriken des Auslandes Reklame-Zeile unter dem Textteil die Worte: "Die Rache punkto Material beschickt zu werden, um in einem zwei- der Dschainas", bis dann vielleicht im dritten Heft eine mehrfarbige Werbearbeit erscheint, die den bildhübschen Kopf einer Indierin, einer Dschainas (budhistische Sekte In der Film- und Kino-Reklame unterscheiden wir in Indien) trägt. Ganz klein in der Ecke der Annonce, marke der Filmfabrik abgebildet. In den nächsten Heften Reklamen sind meist dieselben, mit dem Unterschiede Textteil, dass der erste Teil des Filmes vorführungsbereit machen, währenddem diese letzteren später meist die der Filmbörse, im Café, im Restaurant, überall, wo sich "Filmmenschen" begegnen, raunt man sich etwas in die Ohren. Zuerst "Dschainas! Was ist das? Was soll das be-Verfolgen wir nun einmal, wie ein neuer Film pro- deuten? Wer inseriert so?" Dann später wieder: "Aha,