

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 28 (1952-1953)
Heft: 7

Artikel: Reservieren Sie mir die sieben Sünden in der Hafenkneipe vom 1.-7. August
Autor: R.D.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1070851>

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

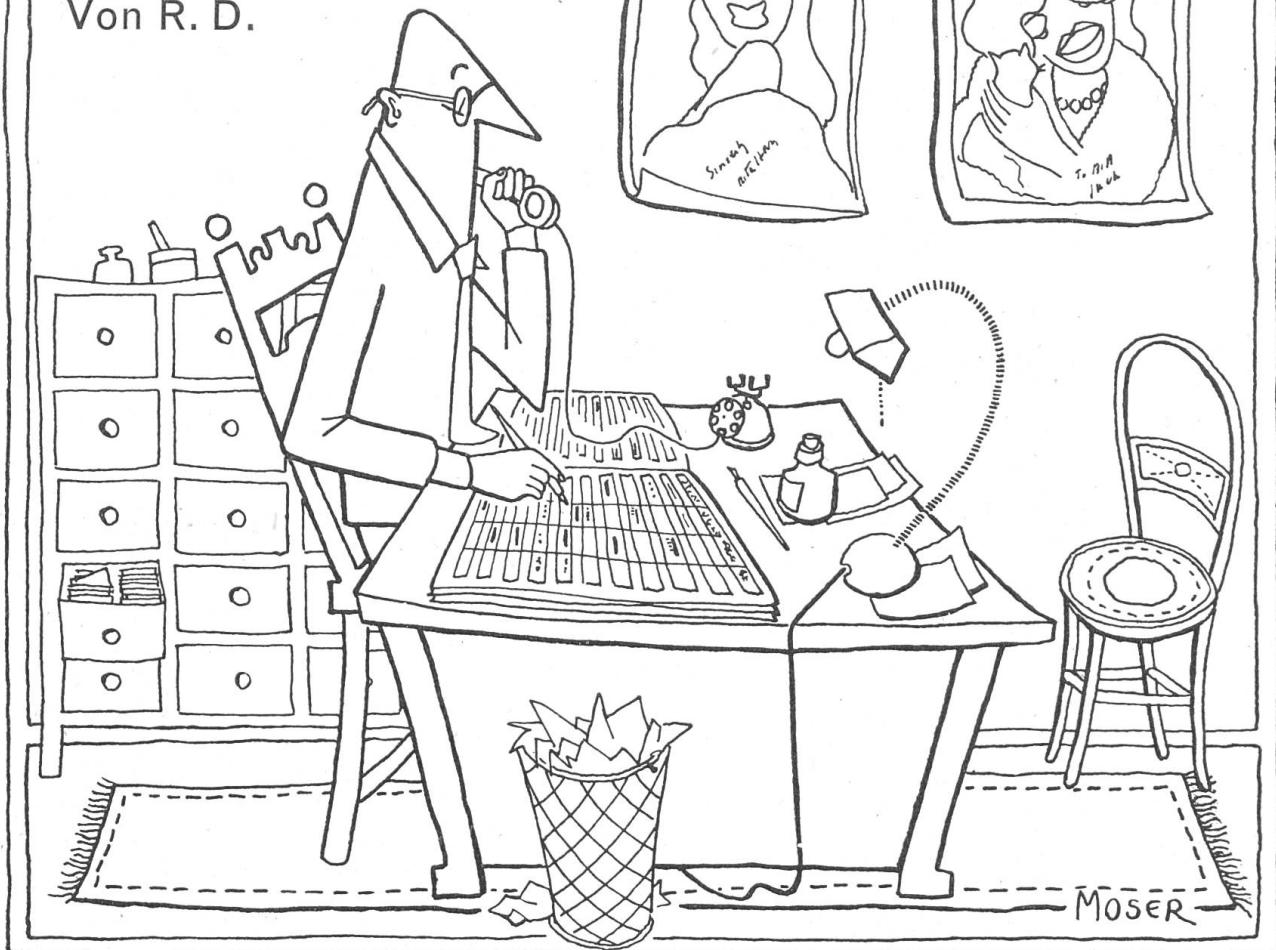
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.01.2026

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

Reservieren Sie mir die sieben Sünden in der Hafenkneipe vom 1.-7. August

Von R. D.



MITTEN im letzten Weltkrieg, als jeder Ar-
beitende mit einer halbwegs sichern An-
stellung sich zufrieden gab, verließ ich meinen
ersten Tätigkeitsbereich nach der Banklehre,
weil ich nur dreihundert Franken im Monat
verdiente und, was mich in größerem Maße
beunruhigte, weil meine Arbeit wirklich nur
so viel wert war. Daran trug ich keine Schuld.
Man hatte für mich einfach nichts zu tun.
So sagte ich denn einem gut bürgerlichen
Arbeitsplatz Valet und ließ mich vom Film-
verleih als Programmateur anwerben, zu
Fr. 85.— die Woche.

Die braven Verwandten bewegten ihre be-

sorgten Häupter hin und her und mahnten
mich eindringlich, ja nicht dem Laster in die
Schlingen zu geraten. Nach ihrer Ansicht
konnten die Verleiher von Gangster- und
Gruselfilmen so wenig eine Seele haben wie
beispielsweise Dr. Frankenstein oder Al Ca-
pone persönlich.

Nun, ich fühlte mich unter den Filmleuten
gleich von Anfang an sehr wohl und ließ mich
allmählich davon überzeugen, daß der Mann,
der Woche für Woche mit schweren Propa-
gandaheften umherreist und seine Ware zu
placieren sucht, keineswegs eine dunklere
Seele besitzt als der Geschäftsmann, der mit



Maruba Schaumbäder im Dienste Ihrer Schönheit

Benützen Sie den wirksamen Maruba-Schönheitsschaum regelmäßig für Ihre Körper- und Gesichtspflege. Er ist ein wahrer Jungbrunnen für die Haut. Zarte Parfüms (Lavande, Rose, Eau de Cologne, Fichten) geben das Gefühl wohltuender Frische (kein unangenehmer Seifengeruch). Da garantiert frei von Petrolderivaten, entkalkt Maruba das Bade- wasser in wirksamer Weise und ist deshalb für Kinder und Personen mit empfindlicher Haut sehr zu empfehlen.

MARUBA ist besser, weil hergestellt auf Basis edler pflanzlicher Öle und Fette, mit Zusatz naturreiner ätherischer Öle.

MARUBA hat sich seit Jahren im In- und Ausland millionenfaches Vertrauen erworben, weil Schweizer Qualitätsprodukt.

MARUBA ist vorteilhafter: 30—40 Rp. für ein Vollbad beim Kauf einer Vorratsflasche.

Flacons zu Fr.—.70, 3.45, 6.30, 14.40, 24.75. In allen Apotheken, Drogerien, Parfümerien und beim guten Coiffeur.

Neu: Bain de Mousse MARUBA DE LUXE

Produits Maruba S. A., Zürich



Die
Schweizer Hausfrau
näht mit

Mettler
FÄDEN
aus Rorschach

Holz, Seife oder Uhren handelt. Auf die Produktion der Filme, die er verbreitet, kann der schweizerische Verleiher keinen Einfluß ausüben. Unser Land ist so klein, daß die Erträge aus seinen Filmvorführungen nicht ins Gewicht fallen. Als wir einmal der amerikanischen Muttergesellschaft verständlich machen wollten, daß durchschnittliche musikalische Lustspiele mit süßen Liebesliedern vielleicht die amerikanische Collegejugend zum Rasen brächten, in der Schweiz aber so gut wie wertlos seien, antwortete man uns aus New York unverblümt, wir möchten das Kritisieren gefälligst unterlassen, die Schweiz sei als Filmmarkt zuwenig interessant, um sich nach ihr zu richten.

Programmateur!

Um den Beruf des Programmateurs zu erklären, muß ich die ganze Organisation vom Filmverleih kurz beschreiben. Das Filmverleihbüro ist kein Ort, in dem Schauspieler ein- und ausgehen oder worin gar Nachwuchsstars rekrutiert werden, wie einst ein zierliches Persönchen es glaubte und mich um Probeaufnahmen bat. Der Unterschied zu einem andern Büro besteht höchstens darin, daß an seinen Wänden einige Plakate von kommenden Meisterwerken oder Starfotos kleben und, wenn ein Boß aus Amerika herüberfliegt, man schnell sein Konterfei hinhängt, aber auch hier verdrängen Belege, Statistiken, Doppel und Formulare selbst diese kümmerlichen Reste der Filmromantik.

Dem Unternehmen steht, wie es sich gehört, ein Direktor vor. Er und seine Vertreter suchen die Kinobesitzer auf und vermieten ihnen die Filme anhand von Prospekten, sogenannten Press-Sheets, die zum Film, den sie anpreisen, ungefähr im gleichen Verhältnis stehen wie ein Hotelprospekt zum Hotel. Die Kinobesitzer wissen das, und deshalb braucht es unzählige Worte von Seiten des Verleiher, bis ein Vertrag unterschrieben ist.

Ein Film wird in der Regel für eine Woche vermietet. Es gibt aber Landkinos, die nur über das Wochenende spielen, zum Beispiel vom Donnerstag bis am Sonntag.

Die sogenannten Schlüsselstädte für den schweizerischen Filmverleih sind Zürich, Basel, Bern, Lausanne und Genf. Dort werden die Filme in Erstaufführung für eine oder meh-

rere Wochen vermietet, und zwar mit Prolongationsklausel. Damit sich der Leser einen Film-Mietvertrag vorstellen kann, will ich einen skizzieren und anhand eines praktischen Beispiels erläutern, wie abgerechnet wird.

Die Mond-Film AG vermietet dem Sonja-Kino in Zürich, das rund 800 Sitzplätze aufweist, den Farbenfilm «Die gelbe Rose» zu folgenden Bedingungen:

1. Woche: 40 % der Nettoeinnahmen

2. Woche: 35 % der Nettoeinnahmen

3. Woche: 30 % der Nettoeinnahmen

Minimalgarantie: Fr. 4000.— (für die ganze Spieldauer).

Spieldauer: mindestens 3 Wochen.

Der Film muß solange je um eine Woche prolongiert werden, als er am Samstag und Sonntag der vorhergehenden Spielwoche noch zusammen Fr. 2500.— und mehr Nettoeinnahmen erzielt. Die Prolongationen werden zu 25 % der Nettoeinnahmen berechnet.

Der Streifen kostet das Kino also auf jeden Fall Fr. 4000.—. Wenn er erfolgreich ist und das Theater in der ersten Woche Fr. 15 000.— einnimmt, netto, in der zweiten Woche Franken 10 000.—, in der dritten Woche noch Fr. 8000.— und in der ersten Prolongations- und zugleich letzten Spielwoche Fr. 4000.—, dann bezahlt der Mieter den folgenden Preis:

1. Woche: 40 % von Fr. 15 000 = Fr. 6 000

2. Woche: 35 % von Fr. 10 000 = Fr. 3 500

3. Woche: 30 % von Fr. 8 000 = Fr. 2 400

4. Woche: 25 % von Fr. 4 000 = Fr. 1 000

Total Miete Fr. 12 900

Der Vermieter wiederum steht mit der Muttergesellschaft in New York in laufender Rechnung und gibt vom eingenommenen Betrag einen erklecklichen Teil an sie ab. Wie hoch der Prozentsatz ist, habe ich nie erfahren können.

Bei der Preisgestaltung wird vom Vermieter immer auf die Möglichkeiten des Kinos abgestellt, auf die Platzzahl zuerst, dann auch auf die Anzahl Vorstellungen. Es ist schwierig, einfach zu sagen: Der Preis eines in der Schweiz verliehenen Filmes beträgt soundso viel. Die untere Grenze liegt etwa bei einem Fixpreis von Fr. 100.— (Landkinos), die obere ist sehr beweglich. Doch dürfte das genannte Beispiel für viele Premierenkinos zutreffen. Ich habe auch Verträge gesehen mit 50 % der Nettoeinnahmen und Garantien von über



Keine VERSTOPFUNG mehr! ...Jetzt regel- mässiger Stuhl-

dank Luvax, dem Darmstimulativ.

Damit Ihr Wohlbefinden und Ihre Unternehmungslust wiederkehren, müssen Sie Ihren mangels Uebung erschlafsten Darm kräftigen und wieder zur Regelmässigkeit erziehen. Dies erreichen Sie mit Luvax, dem neuen Darm-Stimulativ. Luvax enthält nämlich Bassorin, das die Eigenschaft besitzt, den Darminhalt aufzuspannen und sein Volumen zu verdoppeln.

Zuerst befreit Luvax Ihren Darm über Nacht. Dann übt und stärkt es den Darmmuskel, indem es ihn zur Arbeit zwingt, so dass er bald wieder seine Aufgabe von selbst erfüllt, und die Entleerung des Darms wieder jeden Tag zur selben Zeit automatisch erfolgt.

Es gibt keine Verstopfung mehr mit Appetitmangel, Blähungen, Kopfweh und Reizbarkeit. Der Appetit kehrt wieder, die Verdauung geht ohne Mühe vor sich, der Atem wird rein, die Gesichtsfarbe gesünder. Luvax ist besser als ein Abführmittel; es ist ein natürlicher Anreger der Darmfunktion.

Die komplette Kur zur Behandlung der Verstopfung kostet nur Fr. 9.40; die Spar-Packung für mehrere Wochen Fr. 4.70. In allen Apotheken und Drogerien erhältlich. Vertretung für die Schweiz: **Max Zeller Soehne**, Romanshorn.

LUVAX
macht der
Verstopfung
ein Ende



Frühling...

nicht nur die Natur, auch die Menschen erneuern ihr Kleid...

In Wollen-Kellers unerschöpflichem Frühlings-Assortiment finden Sie für die ganze Familie die letzten Neuheiten zu günstigen

Preisen!



Strehlgasse 4 ZÜRICH Bahnhofstrasse 82

Fr. 10 000.—. Weil die Premierenkinos oft wochenlang prolongieren, mieten sie selten mehr als einen bis zwei Filme auf einmal bei derselben Gesellschaft. Sie müssen geschickt einteilen: Nicht zu viele Filme abschließen, damit sie bei langer Spieldauer eines einzelnen nicht mit «Ware» überhäuft sind, aber auch nicht einen zu knappen Bestand dürfen sie haben, auf daß bei einem Mißerfolg rasch ein anderer eingesetzt ist.

Der Programmateur hat nun erstens einmal die wöchentliche Ernte an Verträgen auf Karten zu schreiben, damit er sofort sieht was für Filme vom Kunden abgeschlossen wurden, wenn dieser telefoniert. Dann verfügt er über ein dickes Buch, in welchem links alle Filme aufgeschrieben stehen und es rechts viele Kalenderblätter hat, worauf mit horizontalen Strichen angegeben ist, von wann bis wann der Film schon zum voraus besetzt oder programmiert ist, wie es in der Fachsprache heißt.

Es ist nämlich nicht damit getan, daß der Vertrag unterzeichnet wird — die Filme sollten vom Lichtspieltheater so rasch als möglich datiert werden, weil die Miete erst nach Abspielen zahlbar ist und weil es im Interesse des Verleiher liegt, daß der Vertrag schnellstens erfüllt wird, damit er Gelegenheit zu neuen Abschlüssen erhält.

Dabei ist nun der Programmateur dem Verleiher eine wertvolle Hilfe. Wenn ihm ein Kinobesitzer telefoniert und der Film, den er vertraglich übernommen hat und nun programmieren möchte, schon von einem andern Kunden beansprucht ist, dann darf der Programmateur nicht einfach bedauernd mit den Achseln zucken und sagen: «Es tut mir leid, der Film ist schon besetzt. Adieu, ein andermal wieder!» Nein, er muß entweder sofort ein neues Datum zu gewinnen suchen oder blitzschnell die Kundenkarte hervorangeln, nach ungespielten Filmen forschen und anhand der Titel unverzüglich erkennen, was für ein Streifen dem gewünschten ähnlich ist, als dann nachsehen, ob dieser frei ist, und ihn, wenn ja, dem Kunden anpreisen.

Wenn mich nun ein Kinobesitzer aus Zürich am Telefon bittet, den im Titel genannten Film «Die sieben Sünden in der Hafenkneipe» vom 1.—7. August für ihn vorzumerken, dann antworte ich geschäftstüchtig: «Es tut mir leid, der Streifen ist für diese Woche schon besetzt, aber ich kann Ihnen den andern empfehlen: „Die Verworfene von Schanghai.“ In der Art

ist er gleich, und die Schlägerei in der Spezlunke ist ebenfalls erstklassig, wie die berühmte Keilerei im andern Film, wenn auch etwas kürzer!»

Sollte es dem Programmateur auf diese Weise gelingen, das Datum für die eigene Gesellschaft zu erobern, dann ist er stolz, wie ein Kopfjäger auf Borneo es sein muß, wenn er seine Sammlung bereichern kann.

Nur von den wichtigen Filmen verfügt der Verleiher über mehr als eine Kopie. Unsere Gesellschaft, die bloß Filme von *einer* amerikanischen Produktionsfirma verlieh, welche unter den berühmten Produktionsgesellschaften Hollywoods, an Herstellungszahlen, Güte der Filme und Berühmtheit der «verwendeten» Stars, etwa den drittletzten Rang einnahm, besaß damals einen Farbenfilm in fünf Kopien, wovon zwei französisch nachgesprochen waren, und ein paar andere in zwei oder drei Kopien. Vom weitaus größten Teil der Filme war nur eine Kopie in der Schweiz, was vollauf genügte. Je erfolgreicher ein Streifen ist, desto öfter ist er abwesend. Seine Lebensdauer hängt davon ab, wie die Operateure mit ihm umgehen. Schlechte Ap-

parate verderben die Zelluloidperforation, und um Steckenbleiben und Brände zu verhüten, werden die Bilder mit defekter Perforation herausgeschnitten. Je länger ein Filmleben also dauert, desto kürzer wird der Streifen. Der Filmkontrolleur des Verleihs prüft jeden Film, der vom Kino zurückkommt. Er läßt ihn zwischen den Fingern durchgleiten, um die Perforation zu kontrollieren, und gleichzeitig untersucht er die Bildchen nach Kratzern. Wir hatten Filme, die wohl hundertmal gespielt wurden. Andere wiederum kamen nur aus der feuerfesten Filmkammer heraus, wenn sie zur Ansicht gesandt wurden. Dann schickte man sie mit höflichem «Dankeschön» zurück, und nach ein paar Monaten gerieten sie in Vergessenheit. Besonders vielen amerikanischen Kriegsfilmen, die gegen Kriegsende massenhaft hierher gelangten, war ein solches Schicksal beschieden. Sie waren längst überholt, als die Deutschen endlich die Blockade aufheben mußten. Nur einige wirkliche Meisterwerke bestanden vor dem kriegsmüden Publikum.

Alle Buchungen im Filmverleih basieren auf dem englischen Originaltitel. Für die Schweiz



Hören Sie, wie das Eisen mir

KRAFT und GESUNDHEIT

zurückgegeben hat

Ich war so erschöpft, dass ich wohl meine Anstellung verloren hätte, wenn nicht eines Tages...



Dauernde Müdigkeit vom Aufstehen an, Appetitlosigkeit, fehlende Widerstandskraft, bleiches Aussehen: Nehmen Sie bei jeder Mahlzeit 2 Pink Pillen! Das Medizinal-Eisen, das sie enthalten, ist so kräftigend, dass in 3 Wochen die roten Blutkörperchen im verarmten Blut sich um 500.000 - 700.000

per mm³ vermehren können und die Lebenskraft in alle Zellen des Organismus bald wiederkehrt. Pink Pillen in allen Apotheken und Drogerien. Packung Fr. 2,80; Dreifache Kurpackung Fr. 6,75. Ersparnis Fr. 1,65.

**PINK
Pillen**

In wenigen Wochen gibt diese Kur den geschwächten Frauen die Lebenslust zurück.



GENERALVERTRETUNG FÜR DIE SCHWEIZ : MAX ZELLER SÖHNE, ROMANSHORN



Die rührende Anmut des Säuglings, die tausend lieblichen Momente seiner Entwicklung . . .

das muss gefilmt werden!



Noch nach Jahren werden diese Streifen Sie entzücken.

Halten Sie die kleine Kinokamera

PAILLARD L8

stets bei der Hand.

**ELEGANT, PRÄZIS,
PREISWERT**

Einstellbar auf Aufnahmefrequenz von 12, 16, 24 u. 32 Bildern, Sek. 15 m. Projektionsfilm (Doppel 8 mm). Qualitätsoptik Kern-Paillard erzielt scharfe Bilder.

P Verlangen Sie
eine unverbindliche Vorführung
bei Ihrem Photo-Kino-Händler

hat man deutsche und französische Titel, die auch auf den Verträgen figurieren und die vom Kunden am Telefon genannt werden. Da ist es für den Programmateur von großem Vorteil, wenn er alle drei Titel und erst noch die Nummer des Filmes auswendig weiß, damit er am Telefon rasch Auskunft geben kann.

Ich pflegte im Anfang die Filmliste ins Strandbad mitzunehmen und dort zu studieren, bis mir die dreimal hundert englischen, deutschen und französischen Titel der rund hundert noch im Umlauf befindlichen Filme geläufig waren, und ihre Ordnungsnummern dazu. Wenn mir dann später ein Kunde «Die erste Verabredung» verlangte und der andere aus der welschen Schweiz «Le secret de Madame Bentley», dann wußte ich, daß es sich um den Film «It happened one Evening» handelte und daß er die Nummer 89 trug. Denn von drei Filmtiteln war selten einer die Übersetzung des andern.

Was der Programmateur daneben noch im Kopf haben mußte, geht aus folgender Begebenheit hervor:

Ich hatte mein Amt eben erst angetreten, als mich eines Morgens ein Zürcher Kinobesitzer am Telefon anschrie: «Was zum Teufel ist denn mit Ihnen los? Glauben Sie eigentlich, ich lasse mir so etwas bieten?» Und er erzählte, was er sich nicht bieten lasse. Kurz darauf summte das Telefon erneut. Es war ein anderer Kinobesitzer aus Zürich, des ersten heftigsten Konkurrenten. «Sind Sie verrückt geworden? Hallo! Das lasse ich mir nicht bieten!» Auch er setzte mir auseinander, was er sich nicht bieten lasse. Was ließen sie sich alle beide nicht bieten? Ich hatte dem einen Reprisenkino das Lustspiel «Narren der Luft» mit dem Komikerpaar Abbott und Costello, dem andern Reprisenkino, dessen Revier an des ersten Gebiet angrenzt, das Lustspiel «Tölpel zu Wasser» mit dem Komikerpaar Abbott und Costello programmiert, in der gleichen Woche.

Es ist allerhöchstes Gebot im Filmverleih: Nie gleichartige Streifen der eigenen Gesellschaft in benachbarten Kinos zur selben Zeit datieren. Solche Sünden wider das Gebot passierten mir später nie mehr, denn die beiden Streithähne sorgten dafür, daß mir auch noch der Direktor zu verstehen gab, er sei ebenfalls nicht gewillt, sich dergleichen bieten zu lassen . . .

Beiprogramme

Ein durchschnittlicher Film mißt seine guten zweieinhalb Kilometer. Neben ihm hat auf dem Programm meistens kein zweiter Hauptstreifen mehr Platz, und die fehlende Meterzahl bis auf die abendfüllende Filmlänge von etwas über dreitausend Meter wird mit dem Beiprogramm ausgefüllt.

Unsere Spezialität waren die Musikfilme von ungefähr einer Viertelstunde Spieldauer. Darunter hatte es einige langweilige mit honigsüßen Sängerinnen und, was noch abstoßender wirkt, ebensolchen Sängern. Andere wiederum waren unterhaltend, meist wenn sie ursprünglichen Jazz enthielten. Bei allen Kinos fanden die Kurzfilme mit dem Negerquartett «Delta Rhythm Boys» großen Anklang. Diese Vokalisten wurden dank der paar kleinen Produktionen bald weltberühmt. Auch einen hervorragenden Count-Basie-Film besaßen wir; den hütete ich wie ein Juwel, und ich gab ihn nur an erstklassige Kinos ab.

Ja, über die Beiprogramme war ich Herr und Meister! Neben den Musikfilmen verfügte ich über kurze Reisefilme, Dokumentarstreifen von Absonderlichkeiten und einige unbedeutende Trickfilme à la Walt Disney, nur viel plumper und jeder Poesie bar.

Den großen Premierentheatern mußte ich das Vorprogramm immer zuerst zur Ansicht senden, den andern aber schickte ich es mit dem Hauptfilm. Wenn ich zum Beispiel für 700 Meter Beiprogrammfilme zu liefern hatte, wählte ich meist einen Musikfilm aus und eine Trickzeichnung oder einen Dokumentarfilm. Die meisten dieser Nebenproduktionen hatte ich nie gesehen, aber durch die Kritik der Kinobesitzer wußte ich genau Bescheid, was gut, mittelmäßig oder langweilig war. Das war der einzige Maßstab. Ich richtete mich nicht nach städtisch, halbstädtisch oder ländlich, sondern legte Wert auf ein unterhal tendes Programm. Ein kleines Landkino, das nur wenig für die Filme bezahlte, hatte genau so gut ein Anrecht auf kurzweilige Vorfilme wie ein Großstadtttheater. Ich war immer der Ansicht, daß man zu einem Musikfilm nicht auch noch ein musikalisches Beiprogramm geben sollte, und zu einem Marinefilm keinen Dokumentarstreifen über die Walfischjagd im nördlichen Eismeer. An der Abwechslung war mir gelegen, und die Kinos billigten größten-



Neue Lebensfreude!

Die vitaminarme Kost, der Sonnenmangel und die Erkältungen der Wintermonate hatten die Reserven meines Körpers bedrohlich reduziert.

Elchina mit Eisen, Phosphor und Extr. Cinchonae besiegte die deprimierende Frühlingsmüdigkeit. Es schenkte mir körperliche und psychische Kraft.

Unsere Kurpackung enthält
4 grosse Flaschen à 6.95 = 27.80,
kostet aber nur Fr. 20.80

diese Flasche gratis ...

drum eine Kur
ELCHINA
mit Eisen

Ein Fläschchen nur... die Jahre schwinden



Hegt eine Frau den sehnlicheren Wunsch, als jung zu erscheinen und jung zu bleiben?

Für alle Frauen schuf Miss Arden ihre wahrhaft sensationelle

FIRMO LIFT TREATMENT LOTION

um welche Haut zu glätten, Fältchen zu verhüten, Krähenfüße wegzuwischen und der ersten Schlaffheit und Verdickung der Haut Einhalt zu gebieten.

Mit kleiner Mühe – ein großes Resultat! Ihr Spiegel soll Ihr Zeuge sein!

Firmo Lift Lotion ist bei allen E L I Z A B E T H - A D R E N - D e p o s i t ä r e n erhältlich.



Elizabeth Arden

NEW YORK LONDON PARIS ZÜRICH

teils, was ich ihnen sorgfältig auslas. Der einzige Einwand, den sie anbrachten, war: «Der Film ist langweilig», und sie sandten ihn zurück. Im Reiche der Leinwandträume darf man gewagt, ordinär, brutal, lustig, derb, abstoßend, ekelregend, grausig wirken — nur nie langweilig!

Wildwester für das Bundeshaus!

Die Filmverleiher in der Schweiz kontingenieren sich selber, und die schweizerische Filmkammer wacht über diese Selbstkasteiung, damit ja nicht ein Verleiher mehr als seine zwanzig, dreißig, vierzig oder fünfzig Filme einführt, die ihm jährlich kraft seiner Wichtigkeit eingeräumt sind.

Deshalb bedarf ein Film, wenn er an der Grenze eintrifft, eines von der genannten Kammer visierten Papieres. Nachdem schon in diesem Formular über ihn erschöpfend Auskunft verlangt wird — Wie lang ist er und wie breit? Wer ist der Regisseur und wer sind die Hauptdarsteller? Wo hat man ihn gedreht und wer hat den Ton aufgenommen? —, wird auch noch eine Inhaltsangabe verlangt, selbst für Filme, die völlig inhaltslos sind (wie die Kritiker nachher schreiben ...).

An Wildwestern herrschte bei uns immer Mangel. Edelwildwester gab es genug, aber die waren als Beiprogramm zu lang und zu langweilig. Edles ist nun einmal langweilig. Einst lag ein kurzer, aber allem Anschein nach rassiger Wildwester am Zoll, und ich konnte von der Muttergesellschaft in New York mit dem besten Willen keine Inhaltsangabe bekommen. Der Vertreter drängte auf rasche Einfuhr, weil er beabsichtigte, verschiedene «Doppelschlagerprogramme» zusammenzustellen, wie der Fachausdruck lautet (z. B. ein Wildwester und ein Lachschlager), aber trotz meinem Flehen erhielt ich aus Bern keine Einfuhrbewilligung. Man wollte dort eine Inhaltsangabe sehen. Gut, knirschte ich, ihr sollt eine kriegen!

Ich brauchte meine Phantasie gar nicht erst anzustrengen. Ein Postkutschenüberfall bildete den Kern meiner Wildwest-Story. Das bei dieser Gelegenheit entwendete Gold wurde von den Bösewichten mit den dreitägigen Stoppelbärten und den verschlagenen Blicken in ein Felsennest geschleppt. Dann galoppierte der wackere Jeff Horsebackjumper heran, von

seinen singenden und klingenden Cowboys zu Pferd und auf der Gitarre begleitet, und der sorgte dafür, daß die Goldbarren wieder in die Hände des rechtmäßigen Diebes, nämlich des Staates, gelangten, und daß die Schufte nach erbitterter Knallerei erledigt wurden. (Mit Blei gefüllt, heißt der Fachausdruck.)

Es war dies das erste- und letztemal, daß eine Filmidee von mir Erfolg hatte. Denn schon am folgenden Tag bekam ich meine Einfuhrbewilligung. Später sah ich den Film, und der von mir erdichtete Inhalt — o Wunder — stimmte beinahe! Postkutschen und Gold waren zwar ausnahmsweise nicht vorhanden, aber die wilde Knallerei am Ende, die hatte ich mit seherischer Sicherheit vorausgeahnt!

Es tut mir heute aufrichtig leid, daß ich eine offizielle Einrichtung in Bern an der Nase herumführte, um so mehr, als sich die Herren sonst immer sehr zuvorkommend zeigten. Es geschah aus lauter Verzweiflung, und da nahm ich eben selbst Wildwest-Manieren an.

Die doppelte Zigeunerin

Wenn der Film glücklich eingeführt ist, stellt sich der gesamten Angestelltenschaft des Filmverleihs ein großes Problem: Der Haupttitel! Was ein rechter Cinéaste ist, wie sich die Bürolisten vom Filmverleih gelegentlich hochtrabend nennen, wirkt bei der Titelgestaltung eifrig mit. Bei uns waren wir alle, vom Direktor bis zum Laufburschen, mit jener Filmverrücktheit, jener déformation professionnelle, gesegnet, die unsere Kollegen in Handel, Fabrikation und Verwaltung einfach nicht haben konnten. Die Verbundenheit mit der Filmromantik, wenn auch nur am äußersten Zipfel und durch einen dünnen Faden, machte uns glücklich und stolz.

Wir importierten dreißig Filme im Jahr. Sie brauchten alle einen verlockenden deutschen und französischen Titel. Die Tessiner Kinobesitzer wählten ihre Titel selber, und manchmal gab es da Anlaß zum Lachen. Ich erinnere mich eines Filmes, der «Gipsy Wildcat» hieß, zu deutsch: «Zigeuner-Wildkatze». Im Tessin aber gab man ihm den Titel «Gipsy, la zingara», weil der Kinodirektor wohl der Auffassung war, «Gipsy» sei ein Vorname. Und so ergab sich der Unsinn: «Zigeunerin, die Zigeunerin». Allerdings mußte einer Englisch und Italienisch sprechen, damit er es merkte.



15790 a

In den meisten guten Geschäften erhältlich.
Verlangen Sie ausdrücklich YALA.

Fabrikanten: Jakob Laib & Co., Tricotfabrik, Amriswil





In Bosnien wird dem Mädchen als Zeichen der Verlobung ein Ring und ein Apfel überreicht und ihr Annehmen dieser Pfänder durch Schießen und Jauchzen gefeiert. Dann begibt sich das Brautpaar zum Pfarrer, um das Aufgebot zu bestellen. Die Hochzeit findet meistens an einem Montag statt. Das Hochzeitsmahl besteht oft aus zehn bis zwanzig verschiedenen Speisen; ebenso reichlich ist der Wein vorhanden. Ist der Augenblick des Abschieds gekommen, so kniet die Braut der Reihe nach vor Vater und Mutter, vor Geschwistern und Schwägerinnen nieder und bittet mit gefalteten Händen und weinender Stimme um Vergebung für jeden begangenen Fehler und um den Segen. Vor dem Hause des Bräutigams singen tanzende Mädchen der Braut entgegen: «Willkommen unserer jungen Frau!»

Auch bei uns freut sich die junge Frau auf ihr neues Heim. Vor allem, wenn sie es gemeinsam mit ihrem Bräutigam bei Möbel-Pfister, der führenden Einrichtungsfirma, ausgewählt hat. Ein Besuch der wundervollen Ausstellungen in Zürich, Basel, Bern, St. Gallen, Lausanne, Genf, Bellinzona oder direkt in der Fabrikausstellung Suhr am kommenden Samstag macht sich reichlich bezahlt. Insbesondere die neuen Spezialmodelle 1953 bieten zahlreiche Vorteile, wie sie anderswo nur in höheren Preislagen anzutreffen sind. Darum: Auch bei Möbel-Pfister vergleichen und dann entscheiden.

I N S E R A T

Nun, die doppelte Zigeunerin hatte trotzdem Erfolg.

Die deutschen Titel dachte ich mir aus. Auf einem Zettel schrieb ich hin, was mir gerade einfiel, strich durch, setzte Neues hin, und oft brütete ich lange Zeit ob solcher Arbeit. Wenn der Direktor von der Reise zurückkam, unterbreitete ich ihm meine Liste und die der Kollegen, welche die Früchte ihrer Anstrengungen eifersüchtig gehütet hatten. Dann wurde verglichen, diskutiert, erklärt und referiert, daß es eine Freude war, bis die Entscheidung fiel — oder vertagt wurde.

Solche Sitzungen fanden gewöhnlich am Donnerstag statt, wenn der Direktor noch einige Ruhe genoß, ehe die Vertreter am Freitag ihn mit Beschlag belegten und ihre Abenteuer des langen und breiten erzählten.

Der Film «Ali Baba and the 40 Thieves» brauchte einen Titel. Jon Hall, ein Schweizer, spielte in diesem «Wildoster» den Ali Baba und Maria Montez seine Braut. Die Handlung entsprach ungefähr dem Märchen aus «Tausendundeiner Nacht». Mir schien, eine Titelkonferenz für diesen Film erübrige sich, aber als ich den Vorschlag machte, ihn einfach «Ali Baba und die vierzig Räuber» zu nennen, lächelte man spöttisch. Der Direktor erklärte mir, einem Film dürfe man in der Schweiz nie, nie, nie den Titel eines Märchens geben, denn die Erwachsenen glaubten dann, es handle sich um einen Kinderfilm, und blieben dem Kino fern!

Nun, ich hatte noch andere Titel in Bereitschaft.

«Wie wäre es mit „Sturm über dem Morgenland“?» fragte ich. Der Buchhalter meinte, man könne ihn dann mit einem modernen Kriegsfilm verwechseln, und das wäre nicht gut. Ich sah das ein, mit Bedauern zwar, denn der Titel gefiel mir.

Nach einigem Nachdenken schlug der Filmkontrolleur als französischen Titel «Les cavaliers du désert» vor, und dessen deutsche Übersetzung «Reiter der Wüste». Dies paßte nun wiederum dem Direktor nicht. «Dieser Titel lautet einem vor zwei Jahren uraufgeführten Streifen der „Vedette-Film“ zu ähnlich. Jener hieß „Wüstenreiter“ und war ausgesprochen schlecht.»

«Außerdem gibt es auch in Amerika Wüsten, und das Publikum wird glauben, es sei ein Wildwester», fügte ich unter allgemeinem Beifall hinzu.

«Wie wäre es mit „Die Sklavin von Bagdad“?» meinte der Direktor und blinzelte uns an.

«Im Film kommt doch gar keine Sklavin vor!» wandte ich entrüstet ein.

«Egal», sagte der Filmprüfer, der ohnehin dem Direktor nur selten widersprach.

«Egal, stimmt», sagte dieser gutgelaunt. «Maria Montez ist zwar die Gefangene des grausamen Mongolenkönigs (hier wichen nämlich die Handlung vom Märchen ab), aber noch lange keine Sklavin. Das macht jedoch nichts. Die Worte „Sklavin“ und „Bagdad“ kennzeichnen den Film am besten!»

Nun hatte ich endlich begriffen. «Ja», warf ich ein, «dabei werden die Leute noch angenehm an einen erfolgreichen Film derselben Art erinnert, an den „Dieb von Bagdad“, und da dieser ein guter Film war, kann die Ähnlichkeit nicht schaden, wie es beim „Wüstenreiter“ der Fall gewesen wäre, im Gegenteil!»

Worauf der Film endlich benannt war, zu unserer großen Erleichterung.

Das Wort «Liebe» durfte in Titeln nie vorkommen. Es war zu süß, zu unbestimmt. Man setzte dafür «Sünde», was fester umrissen schien und auch imstande war, die Männer anzulocken. Auf «Liebe» reagierten nur die weiblichen Zuschauer positiv. Sehr gut waren Titel wie «Das Geheimnis des (Frauen-)Arztes».

Vielen Filmen, welche Sie bestimmt gesehen haben, gab ich während meiner Programmateurzeit ihren Namen. Mein Meisterstück aber war ein Titel für den Film, der «Stubborn Lady» hieß, wenn ich mich recht erinnere, zu deutsch «Störrische Dame». Ich nannte ihn «Die Schenke zum Roten Pferd», weil darin irgendwo von einer «Red Horse Inn» die Rede war, und ich bin heute noch felsenfest davon überzeugt, daß er Tausende von Zuschauern angelockt hat und am großen Erfolg des betreffenden Farbenfilmes mitschuldig war. Die Kritiker aber schrieben: «Der Wildwester, der den Hintertreppenroman-titel trägt „Die Schenke zum Roten Pferd“, ist gar nicht so schlecht wie sein Titel!»

Was in den Schaukästen steht läuft nicht immer auch im Film

Nach dem Krieg durften wir endlich den Film «Armeetölpel» wieder herausgeben. «Armeetölpel» war ein Soldatenschwank der



Es hat sich herumgesprochen

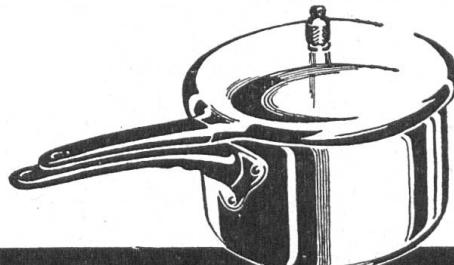
Die Zahl der glücklichen DUROmatic-Familien wird im Jahre 1953 100 000 erreichen. Auch ich bin stolz darauf, meine Hausgeschäfte rasch und sauber erledigen zu können und schätze deshalb den DUROmatic-Dampfkochtopf als Küchenhelfer Nr. 1.

| Liter | 4,5 | 6 | 10 |
|-------|-------|------|-------|
| Fr. | 71.50 | 80.— | 108.— |

abzüglich 5% Rabatt.

Lassen Sie sich DUROmatic im Fachgeschäft erklären, oder besuchen Sie die interessanten

Vorführungen an der MUBA 1953 in Basel, Stand Nr. 4000, Halle X.



DUROmatic

DER DAMPFKOCHER FÜR SIE

„Und Sie ?“
„White Horse !“

WHITE HORSE
SCOTCH WHISKY

Generalvertretung für die Schweiz: BERGER & CO LANGNAU/BERN
Für Zürich und Ostschweiz: Berger & Bujard A.G., Zürich, Tel. 235638

volg Traubensaft

naturrein alkoholfrei

allerharmlosesten Sorte, in dem Amerikaner den amerikanischen Soldatenbetrieb verulkten. Während des Krieges war er aber in der Schweiz verboten, von einer Zensur, die sich «plus royaliste que le roi» zeigte, denn sie begründete das Verbot wie folgt: «Lächerlichmachung der US-Armee!»

Dieser Film wurde eben in Basel gespielt. Eines Morgens telefonierte mir der Kinobesitzer ganz aufgebracht: «Gestern beschwerten sich einige Personen, weil die Szene, in der die beiden Komiker auf einem Tank Unfug treiben, wohl auf den ausgehängten Reklamebildern, nicht aber im Film sichtbar ist! Senden Sie mir diesen Auftritt sofort, Sie haben ihn bestimmt herausgeschnitten!»

Mit großer Mühe erklärte ich dem Herrn, wir hätten diese Szene doch nicht herausgenommen, wozu denn? Im übrigen wisse er ja, daß die Aushängebilder gestellt seien und nicht dem Film entnommen. Dabei hatte ihm seine eigene Einbildungskraft noch einen Streich gespielt. Wie konnte er denn wissen, daß die Komiker Abbott und Costello, die auf dem Aushängeschild ihre Köpfe zum Panzerturm herausstreckten, gerade im Begriff waren, mit dem Tank Unfug zu treiben? Die Lösung war viel einfacher: Statt die Filmhelden, um derentwillen ja das Publikum einen Kinoplatz kaufte, im Porträt zu zeigen, stellte man sie auf einem Panzerwagen in Positur. Der Tank war nur Requisit des Fotografen und hatte mit der Handlung nichts zu tun.

Jeder Film ist von einer oder mehreren Serien Fotos begleitet, die gestellt sind und ähnliche Szenen im Film mehr oder weniger genau wiedergeben. Diese Bilder werden dann auf Kartons aufgezogen, mit Titeln versehen und vor die Kinos gehängt. Es kommt sehr selten vor, daß die Reklamefotos direkt dem Film entnommen und vergrößert werden. Solche Vergrößerungen erscheinen grobkörnig und ziemlich dunkel. Man sah sie etwa bei russischen Filmen, weil die Russen offenbar keine Reklamefotos herstellten und den Schweizer Verleiher zwangen, einige der ungezählten Bildchen im Filmband zu vergrößern.

Das Publikum hat hie und da die Ansicht, daß man absichtlich zügigere Aushängebilder mache, um es zu täuschen. Ja, die Reklameleute machen es absichtlich so, aber nicht eigentlich um die Zuschauer irrezuführen, sondern weil ihnen immer noch das «Show-Busid

ness» im Blut liegt, das Schaustellertum — der Zirkus! Der Zirkus, da liegt das Geheimnis. Wenn beispielsweise Knie auf seinen Plakaten Urwaldszenen zeigt mit kämpfenden Riesenschlagen, Tigern, Alligatoren und anderem Getier — glauben Sie denn, es werde nun die Dschungel in die Arena gezaubert? Nein — Sie wissen doch, daß der Dompteur im Sägemehl steht, und die Raubtiere lauern nicht im Gehölz, sondern hocken auf umgestülpten Kübeln, die der Schreiner Hobel gefügt und Meister Pinsel fein säuberlich bemalt hat. So ist auch die amerikanische Filmwelt — Schaustellertum, ein wenig übertrieben, grell bemalt, nicht immer ganz ernst zu nehmen.

Zeitungsreklame

Für die Zeitungsreklame muß der Verleiher dem Kunden Material und Ideen zur Verfügung stellen. Nur die Direktoren der großen Premierenkinos in den Schlüsselstädten sehen sich in der Regel die Filme an, ehe sie sie spielen oder für sie einen Mietvertrag abschließen.

Wenn in den Großstädten die Premieren stattfinden und die Kinoreklamen erscheinen, kauft der Vermieter einige Exemplare der Tageszeitung, die das größte und schönste Inserat bringt, schneidet die Anpreisungen fein säuberlich aus und klebt sie in Reklamedossiers, die alsdann dem Film überall eine Woche vorausgehen, in alle Städte und Dörfer, die mit Lichtspieltheatern gesegnet sind. Der Kinodirektor in der Provinz sucht sich dann ein Klischee aus, das ihm von der Verleihgesellschaft geliefert wird, schreibt den Text vom Premierenkino in Zürich oder Bern oder Lausanne getreulich ab und wartet dann ergeben auf Rekordbesuch.

Es war meine Pflicht, saftige Reklamesätze aus den amerikanischen Press-Sheets zu übertragen. Wenn mich die Lust zu «schöpferischer» Betätigung überkam, formte und schmiedete ich stundenlang Schlagzeilen für neue, kommende, noch größere, noch sensationellere Filme. Denn im Bereich der Filmproduktion ist alles Kommende gewaltiger, besser, lustiger, packender als das Vergangene. Von Hollywood aus überträgt sich die Begeisterung auf den Gesellschaftssitz in New York, dort gibt es einen Mann, welcher den





Eine Welt von Minderwertigkeits- Gefühlen

fällt über Sie her, sobald Sie wissen, daß Ihre Haut unrein ist, entstellt von Mitessern, Bibeli, Ekzemen. Hier ein Rat, der schon Hundertausenden geholfen hat: Gehen Sie in die nächste Apotheke oder Drogerie und verlangen Sie eine Flasche *D. D. D.*, das altbewährte englische Heilmittel gegen Hautleiden.

Kleine Flasche Fr. 1.90, gr. Fr. 4.95
Für besonders empfindliche Körperstellen: D.D.D.-Balsam, Topf Fr. 2.65

D. D. D.

Richtige

WUNDPFLEGE

mit:



desinfiziert, kühlst,
klebt nicht auf der Wunde

In allen Apotheken u. Drogerien

- VINDEX-Kompressen
- VINDEX-Binde, zum Abschneiden
- VINDEX-Wundsalbe in Tuben
- VINDEX-PLAST-Wundschnellverband

FLAWA, SCHWEIZER VERBANDSTOFF- UND WATTEFABRIKEN AG, FLAWIL

Direktoren der Verleihorganisationen in allen Ländern seitenlange Briefe schreibt über einen Film, der eben erst gedreht wird. Er lobt ihn über alle Maßen und tut das so überzeugend, daß auch der fremde Direktor und sein Personal in helle Begeisterung geraten und den Superfilm zu hohen Preisen vermieten, womit endlich der Zweck erreicht ist, den jener Mann in New York anstrebt. Man sagt oft, Filmreklame machen heiße mit Superlativen arbeiten. Das stimmt vielleicht für die Reklame, die sich an das Publikum wendet, im Innern der Produktions- und Verleihgesellschaften aber benutzt man viel lieber den Komparativ, denn dieser ist unendlich. «Besser als der letzte, schlechter als der nächste...»

Wenn der Kinobesitzer Inserate verfaßt, ohne den Film zu kennen

Eine Wildwestbude in einer größeren Stadt gab einst ein Doppelschlagerprogramm. In einem der Filme spielte ein vierschrötiger Kerl namens Tex Ritter die Hauptrolle. Dieser Name muß beim Kinobesitzer, als er das Inserat abfaßte, eine Gedankenassoziation mit «Texas» und «Ritter» hervorgerufen haben, denn im Inserat stand neben dem Filmtitel zu lesen: «... mit den weltberühmten Texas-Rittern...» Einem anderen Direktor wiederum spukte wohl irgendwie Boccaccio im Kopf herum, als er den Schauspieler Rod Cameron in einem Premiereninserat «Rod Decameron» titulierte! Es gibt kaum ein Inserat, in welchem so viel Unsinn zusammengeschrieben wird wie im Filminserat. Diese Kategorie Ankündigungen bildet denn auch eine nie versiegende Quelle für den «Gazettenhumor» im «Nebelspalter». Manchmal aber sprechen auch Kinoinserate die Wahrheit, ohne daß sie es beabsichtigten. Wie zum Beispiel dieses:

«... einer der ganz wenigen Filme, die als Kunstwerk die Menschen geistig und sittlich erheben...»

Wertskala

Es ist leider meistens so, daß ein «Gut» des Filmverleihs und ein «Gut» des Filmkritikers nicht dasselbe ist. Wir hatten hervorragende Filme (im Sinn des ernsthaften Kritikers), die sehr schlecht besucht waren und selten gespielt wurden. Geistreiche Lustspiele

(ich denke da an Filme im Genre der Frank-Capra-Produktionen oder an die Parodie «Arsenik und alte Spitzen», die nicht von uns verliehen wurden, aber hier als Beispiel gelten mögen) hatten fast nur in den Studios der großen Städte Erfolg. Auf dem Land bevorzugte man Schwänke. Ich traf einst nach der Aufführung von «Hellzapoppin» einen Bekannten, der aussah, als wollte er schnurstracks den Kinodirektor erwürgen gehen. Er war ein fleißiger Kinobesucher, aber er fühlte einfach nicht heraus, daß «Hellzapoppin» nichts anderes war als eine außergewöhnlich gute und feine Lächerlichmachung des Lebens in Hollywood.

Filme mit Groteskkomikern dagegen waren meist — und nicht selten verdienterweise — erfolgreich. Doch hören wir, was ein ausländischer Journalist mir über das Verhältnis des Schweizers zum Unsinn der Groteskkomik sagte: «Ihr Schweizer seid seltsame Leute! Da geht ihr ins Kino und lacht zwei Stunden lang herzlich über die tollsten Einfälle zweier Groteskkomiker (Laurel und Hardy oder Abbott und Costello), und wenn ihr aus dem Saal tretet, in munterer Stimmung, dann sagt ihr: «Das isch jetz en chäibe Chabis gsy!» Dabei kugeln euch noch die Lachtränen über die Backen!»

Ist der andere ein Blutsauger?

Ein Filmverleiher pflegte zu sagen: «Ich will einen Film lieber nicht sehen, ehe ich ihn überall vermietet habe, sonst fehlt mir am Ende die Kraft, ihn den Kunden aufzuhalten!» So wenig Vertrauen hatte er in die Lobgesänge der Produktionsgesellschaft!

Es ist wahrhaftig so: Der Verleiher würde viel zuviel Zeit verlieren, wollte er sich alle Filme vorführen lassen, die er zu vermieten hat. Er beschränkt sich auf die wichtigsten.

Der Kinobesitzer hat gewöhnlich den Film auch nicht gesehen, wie wir ja vernommen haben, und so werden die meisten Verträge blind abgeschlossen. Viele Kunden verlangen nicht einmal eine gedruckte Inhaltsangabe. Sie sind zufrieden, wenn ihnen der Vertreter das Geschehen skizziert. Die Handlung ist für sie nicht wichtig. Die Hauptsache ist der Genre des Filmes. «Ich spiele nur starke Filme — Bei mir zieht als Vorprogramm nur Gene Autry — Haben Sie eine Marlene Die-



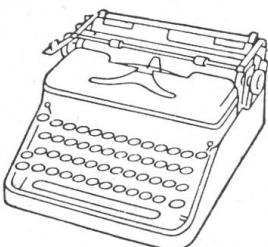
Traugott SIMMEN & CIE. A.G. Brugg / Aarg., Möbelwerkstätten, Zürich, Uraniastrasse 40 Lausanne, 47, Rue de Bourg.



Schweizer
Präzisions-
Schreibmaschinen

Hermes ist in unserem Lande des technischen Fortschrittes mit Abstand die meistgekaufte Schreibmaschine; allein in der Schweiz stehen weit über 200 000 Büro- und Portable-Modelle im Betrieb. Ist dies nicht der beste Beweis für die Überlegenheit dieses einheimischen Spitzensfabrikates? Schaffen auch Sie sich eine Hermes an: Sie werden mit Ihrer Wahl zeitlebens zufrieden sein.

■
Modelle schon
ab Fr. 230.—



■
HERMAG Hermes-Schreibmaschinen AG
Zürich, Bahnhofquai 7, Tel. 25 66 98
Generalvertr. f. d. deutsche Schweiz

*Das Beste
ist
auf lange Sicht das
Billigste!*

Verlangen Sie für Ihre **Aussteuern** und **Hauswäsche** unverbindliche Offerten der

Leinenweberei
Langenthal AG

Wir beraten Sie ohne Kaufzwang.

Ihre Haut braucht
NIVEA

Unübertroffen
für Gesicht und Hände

Pilot AG., Basel

trich? — Wie ist der neueste Laurel und Hardy?» So tönt es.

Kinodirektoren beklagen sich beim Publikum nicht selten, sie würden von den Filmverleiern gezwungen, schlechte Filme vertraglich abzuschließen und zu spielen. Wie weit ist dieser Vorwurf berechtigt? Es ist klar, daß die Filmverleiher dem Kunden in den kleineren Städten, in den Städtchen und auf den Dörfern nicht immer nur den Rahm ihrer Produktion vermieten wollen. Die Kinos brauchen ja nicht immer nur Spitzofilme, besonders nicht im Sommer. So kommt es denn vor, daß mit einem anerkannt erfolgreichen Film andere, mittelmäßige Produktionen vermietet werden, vielleicht mit der versteckten oder offenen Drohung: «Wenn Ihnen an der Rosine gelegen ist, dann wollen Sie gefälligst auch ein Stück Kuchen dazu nehmen!» Solches ist ja im Handel gang und gäbe, und es geschieht tatsächlich im Filmverleihgeschäft häufig.

Aber — nie habe ich es erlebt, daß ein Kinobesitzer von unserer Gesellschaft gezwungen wurde, einen Film zu spielen, wenn er einfach nicht wollte, oder ihn ungespielt zu bezahlen, trotzdem wir laut Vertrag dazu berechtigt gewesen wären. Ein Verleiher wird kaum so dumm sein, es mit dem Manne völlig zu verderben, der ihm seine Ware abnimmt. Und wenn nun auf dem Vertrag noch ein oder zwei ungespielte Filme figurieren und der Kinobesitzer will sie nicht vorführen, dann ist er beim nächsten Vertreterbesuch der starke Mann und sagt: «Einen neuen Vertrag möchten Sie abschließen? Bitte — aber nur wenn Sie auf meinem alten Vertrag die ungespielten Filme streichen oder gegen bessere austauschen!» Der Vertreter tut das, macht einen neuen Vertrag, wiederum mit einigen unbedeutenden Filmen, die dann teils gespielt werden und teils auf dem Vertrag stehen bleiben. Ungefähr dies ist der Kreislauf; einmal gewinnt der Kinodirektor und ein anderesmal der Vertreter, besonders wenn er Filme zu vermieten hat, nach denen der Kinodirektor lechzt, weil sie ihm Geld einbringen werden. Ist dann sein Publikum zufrieden, dann gibt der Kinodirektor gerne bekannt, *er* sei es, der solche feine Produktionen auslese. Wenn die Zuschauer murren, hebt er bedauernd die Schultern und schiebt dem Filmverleiher die Schuld in die Schuhe: Er habe ihn gezwungen ...

Von einer einzigen Ausnahme weiß ich, und

ich darf die Geschichte wohl erzählen, denn die Hauptbeteiligten sind nicht mehr am Leben — ausgenommen die Zensur, die leider unsterblich ist.

Ein Verleiher konnte nach vielen Besuchen bei einem gewissen Kinodirektor vier Filme unterbringen. Ungezählte Halbtage hatte er in des Widerspenstigen Büro verbracht, nutzlos; denn der Herr hatte ihm jedesmal Hoffnung gemacht, sich Zigaretten anbieten lassen, aber im entscheidenden Moment stets abgesagt. Nun war es endlich gelungen, und der Verleiher war stolz.

Als es dann hieß, die Filme auch zu spielen, wurde seltsamerweise einer nach dem andern von der Zensur des betreffenden Kantons zurückgewiesen. Der Kinobesitzer war mit den Gewaltigen von der Zensur eng befreundet ... Das fand alsbald auch der Verleiher heraus, und er sann auf heilsame Rache. Vorderhand blieb ihm nichts anderes übrig, als den Vertrag zu annullieren.

Nach Jahr und Tag sandte er die vier Filme einem andern Kinobesitzer in jener Stadt, der ihm gewogen war, auf daß er sie der Zensur vorführe. Und siehe da — noch seltsamer —, sie wurden alle ohne weiteres angenommen.

Der Zensur konnte der Verleiher damals keines auswischen, sie war zu stark. Er wollte die Sache auch nicht durch die Sensationspresse aufbauschen lassen, und weise schwieg er. Dem Kinobesitzer dagegen gab er einen Denkzettel.

Er sandte ihm seinen gewandtesten Vertreter, und der bot ihm anhand von verlockenden Prospekten einen sensationellen Spitzenfilm in Erstaufführung an. Der Prospekt war das einzige Sensationelle an diesem todlangweiligen Streifen. Das mit der Erstaufführung stimmte auch — es hatte ihn niemand anders spielen wollen! Der Kinodirektor biß nach langem Zögern an, und er schloß den Film zu einem doppelt so hohen Preis ab, wie er üblicherweise bezahlte. Darauf wurde der betreffende Streifen im andern Kino der Zensur vorgeführt, von dieser angenommen, und der allzu schlaue Kinodirektor, der die früher vier hatte verbieten lassen, mußte nun diesen zuerst vor leeren Stühlen spielen, ihn dann vorzeitig vom Programm absetzen und den hohen Preis trotzdem bezahlen.

Im allgemeinen aber herrscht zwischen den Verleihern und den Kinobesitzern ein gutes Verhältnis. Oft wirkt der Verleiher beratend,



Ich verkaufe weder Barometer noch Thermometer noch Reißzeuge noch Rechenschieber noch Kompass — ich mache nur **eines**: Augenoptik! Ich passe Brillen an!



Sihlstraße 38, beim Scala-Kino, Zürich

Elsässer

Talacker 11, Zürich 1, Telefon 27 29 55/56

*

Der Coiffeur

für natürliche Frisuren

macht Ihnen natürliche Dauerwellen

nach dem einzigartigen

patentierten

Elsässer-Ozon-Verfahren.

 *

Just Berater

stets korrekt,
höflich und
hilfsbereit

führen nur Just-Erzeugnisse

ULRICH JÜSTRICH
WALZENHAUSEN

Bei spezifischer Herz-Nervosität

mit Herzklopfen eine beruhigende **Herz-KUR** mit **Dr. Antoniolis Herz- und Nerventropfen**. Der Herzmuskel ist nicht geschwächter. Erregt und gereizt ist das Nervensystem der die Blutgefäße des Herzens umspinnenden Nerven. Man verlange **beim Apoth. u. Drog.** dieses geruchlose, wohlschmeckende Heil- und Vorbeugungsmittel aus frischen Kräutern. Fr. 2.35, kleine Kur 10.15, Kur 18.70. Wo nicht erhältl., Versand Lindenhof-Apotheke, Rennweg 46, Zürich 1, Tel. (051) 27 50 77.

India Store

Frau Eva W. Walter, Schoffelgasse 3 (Rüdenplatz)
Zürich 1 Telefon 34 55 00

Handgewebte und -bedruckte Baumwollstoffe,
Schals, Gürtel und Taschen,
Sandalen
Aparter **Schmuck** aus Silber und mit
Halbedelsteinen

Der direkte Import aus Indien ermöglicht eine
niedrige Preisgestaltung

und es ist mir etwa passiert, daß ich einem Lichtspieltheater abwehren mußte, wenn es mitten im heißen Sommer einen Film programmieren wollte, den es teuer gemietet hatte und der als Spitzofilm für die Wintersaison gedacht war.

Das rote Skelett

Die amerikanischen Filme werden meistens in der Schweiz betitelt. Wir hatten Übersetzer, die Untertitelisten nach einem abgekürzten und mit allen technischen Angaben versehenen Drehbuch herstellten, deutsch und französisch.

Eines Tages — ich hatte eben nicht viel zu tun — nahm ich ein solches Kurzdrehbuch in die Hand und begann spielerisch ein paar Titel aus dem Amerikanischen zu übertragen. Und plötzlich kam mir die Idee: Warum konnte *ich* nicht solche Übersetzungen anfertigen? Ich beschloß, den Direktor zu fragen. Als er von der Reise zurückkam, brachte ich ihm mein Anliegen schüchtern vor. «Es würde mir Freude machen», sagte ich, «und ich könnte vielleicht etwas billiger arbeiten als der andere Übersetzer, und ich würde nur zu Hause arbeiten!» Dann sagte mein Direktor etwas, wofür ich ihm heute noch dankbar bin: «Übertragen Sie versuchsweise einen kürzern Film von geringer Bedeutung, damit Sie nicht viel Schaden anrichten können. Wenn die Sache etwas taugt, will ich Ihnen so viel bezahlen wie dem Übersetzer!»

Damit begann meine kurze, aber interessante Laufbahn als Untertitelübersetzer. Ich übertrug die Titel vom Amerikanischen ins Deutsche, und ein Bürokollege verfaßte später die französischen Titel. Der Anfang war unendlich schwer. Wenn ich auch immer eine große Vorliebe für die englische Sprache gehabt hatte, so war ich doch nie in England gewesen, und vom amerikanischen Slang hatte ich keine Ahnung. Aber irgendwie ging es doch.

Die Übersetzung der Titel muß dem Milieu der Filmhandlung angepaßt sein. Oft spielt dabei der Slang eine große Rolle. Ins Schweizerdeutsche durften solche Ausdrücke nicht übersetzt werden, weil wir erstens zu verschiedenen Dialekte haben und zweitens auch ein Zuschauer hochdeutscher Zunge dem Film folgen können soll. Dagegen darf man auch nie Ausdrücke gebrauchen, die zwar unsern Nach-

barn im Norden geläufig, aber uns unbekannt sind. Der goldene Mittelweg bleibt die gepflegte Schriftsprache, die genügend Abstufungen bietet, um dem jeweiligen Schauplatz der Handlung gerecht zu werden. Viel Einfühlungsgabe braucht es, um bei Lustspielen für Redewendungen, welche das Publikum zum Lachen bringen sollen und die nicht wörtlich übersetzt werden können, entsprechende Ausdrücke zu finden. Gerade in der Schweiz, wo viele Filmbesucher des Englischen mächtig sind und überdies eine große Anzahl Engländer und Amerikaner zum Kinopublikum gehören, ist die Gefahr groß, daß diese bei scherhafter Rede im Originaltext, die nicht oder unvollständig übersetzt ist, lachen, während sich die übrigen Zuschauer, die auf die Übersetzung angewiesen sind, um eine Pointe betrogen fühlen.

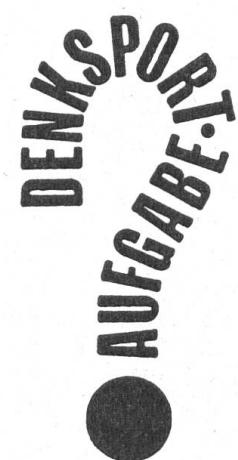
Wehe, wenn der Übersetzer irrt. Der Fehler kann nicht mehr ausradiert werden, und Abend für Abend haben hundert kritische Zuschauer Gelegenheit, das Original mit der Übertragung zu vergleichen. Ein Titelübersetzer (vielleicht auch ein Anfänger wie ich?) übertrug einmal in einem Reklamevorspann zu einem kommenden Film die Ankündigung: «... and here comes Red Skelton» mit «... und hier kommt das rote Skelett». Für Filmunkundige: Red Skelton ist der Vor- und Geschlechtsname eines beliebten amerikanischen Filmkomikers.

Sechsundzwanzigtausend Filmuntertitel hatte ich in wenigen Monaten übersetzt. Meine Finger waren braun vom Nikotin, um Mitternacht noch pflegte meine Schreibmaschine zu klappern, und zwar auf meinen Knien, damit es den Nachbarn nicht störe. Dabei hatte ich eine hübsche Summe Geldes verdient. Was tat ich mit dem Erworbenen? Bei dieser Übersetzungsarbeit war mir klar geworden, daß man «viel wissen muß, bis man weiß, daß man nichts weiß». Ich kündigte meine Stellung beim Film, übergab den Schlüssel zur Wohnung einem Freund und zog mitsamt meiner Frau nach London. Meine Frau betreute dort verwöhnte Aristokratenkinder und ich — saß im ausgebombten Gebäude der Schweizerschule und büffelte bescheiden wieder von Grund auf die englische Sprache.

Als ich zurückkam, o Ironie, da konnte man mir beim Film nicht mehr das Gehalt bieten, das ich dank meiner *guten* Kenntnisse in der Sprache Shakespeares nun mit Fug und Recht

verlangen durfte. Ich mußte eine andere Beschäftigung suchen. Bei dieser verwende ich jetzt meine erworbenen Sprachkenntnisse nutzbringend.

Aber auch heute noch blicke ich gern auf meine Laufbahn «beim Film» zurück, manchmal sogar mit Wehmut, besonders wenn ich auf der Leinwand das Wahrzeichen meiner alten Gesellschaft aufflammen sehe und die Musik dazu brausend anschwillt. Weiß ich doch, daß auch in mir ein Tröpflein fließt von jenem Schaustellerblut, von dem Irving Berlin in seiner Operette «Annie, nimm die Flinte» so treffend singen läßt: «There's no business like show business!» Man muß dabei gewesen sein, um es ganz erfassen zu können.



Dem Buche von Arsenjew «In der Wildnis Ostsibiriens» entnehmen wir folgende Stelle:

«Die ganze Luft war von bläulich leuchtenden Funken erfüllt, es waren Glühwürmchen (*lusiola mongolica*). Sie strahlten ihr Licht mit fortwährenden Unterbrechungen aus, und es leuchtete stets nur für eine Sekunde auf. An dem Aufleuchten eines solchen Fünkchens konnte man den Flug jedes einzelnen Insektes verfolgen. — Plötzlich zuckte blitzartig ein greller Schein auf und tauchte die ganze Erde in seinen Glanz. Ein riesiger Meteor mit langem Schweif zog am Himmel dahin. Nach einem kurzen Augenblick zerstob er in Tausende kleiner Funken und fiel irgendwo hinter den Bergen zur Erde nieder. Das Licht war wieder erloschen. Gleichzeitig waren, wie auf den Wink eines Zauberstabes, die phosphoreszierenden Insekten vor der Himmelserscheinung verschwunden, die sie alle überstrahlte.

Es vergingen einige Minuten, bis plötzlich wieder in den Zweigen ein Fünkchen aufblinnte, bald ein zweites, drittes, zehn, hundert und nach wenigen Augenblicken war die Luft wieder von Tausenden der Leucht-Elfchen erfüllt.»

Frage: Welcher Irrtum ist dem Forscher wohl zugestoßen? Auflösung Seite 57