

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 36 (1984)  
**Heft:** 11

**Buchbesprechung:** Bücher zur Sache

**Autor:** Sieber, Markus

### **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:** 17.04.2026

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

Papstbesuch am Fernsehen DRS geführt haben; die Wünsche und Argumente der Bischöfe und ihrer Medienbeauftragten jedenfalls zielten in eine andere Richtung. Möglich, dass auch das umstrittene Argument eine Rolle gespielt haben mag, dass die SRG nicht weniger Papst übertragen wollte als die Rundfunkanstalten der Nachbarländer, als dort der Papst zu Besuch war. Immerhin hätte man aber dann zur Kenntnis nehmen müssen, dass die 25 Stunden Live-Übertragung des Papstbesuches in Deutschland auch nicht unbestritten waren.

Es gibt Anzeichen, die darauf hinweisen, dass die Verantwortlichen im Fernsehen

das «Soll» an religiösen, speziell katholischen, Sendungen als für lange Zeit erfüllt betrachten. Hat sich damit das Fernsehen seines Programmauftrages nicht etwas zu spektakulär und zu einfach entledigt? Wäre es nicht gerade *nach* dem Papstbesuch angezeigt, über Reaktionen der Schweizer Bevölkerung auf die vom Papst angesprochenen Themen zu berichten, die aufgebrochenen Emotionen und vielleicht auch ein neu erwachtes Interesse an religiösen Erfahrungen aufzugreifen?

Paul Jeannerat  
Katholischer Radio- und  
Fernsehbeauftragter

---

## BÜCHER ZUR SACHE

---

### Kino und Kommerz: Selznicks Hollywood

*Ronald Haver: David O. Selznicks Hollywood, München 1981, Verlag Rogner & Bernhard / 2001, 425 Seiten, 1500 Abbildungen, davon 450 farbige, Fr. 77.–.*

Fünfpfündig mit den Massen 29 × 36 × 3 cm ist dieser Luxus-Schmöker eines der schönsten Bücher, die ich je vor mir hatte, und trotzdem wird diese Besprechung nicht ganz so enthusiastisch ausfallen. Die ersten drei Abschnitte reserviere ich für Leute, die das Buch anschaffen wollen, ohne es sich vorher schon miesmachen zu lassen. Eines sei gleich gesagt: Dass wir es jetzt für 77 Franken statt der anfänglichen über 200 kaufen können, ist ein Aufsteller, nur schon vom Visuellen her (Gestaltung: Thomas Ingall). Diese gut 400 Seiten überquellen von – mir zumeist nicht bekanntem – Bildmaterial, dieses ist zudem reprototechnisch und gestalterisch von höchster Güte. Wir begegnen nicht nur Fotos aus Selznicks Leben, den unweigerlichen Starportraits und Aufnahmen von Dreharbeiten, vielmehr sind da: Kostümentwürfe, aufgebilderte ganze Filmsequenzen, Originalplakate, die Entwicklung von Firmensigneten (zum Beispiel des MGM-Löwen), Technicolor-Farbstu-

dien und eine hervorragende illustrierte Erläuterung dieses Verfahrens, Kostproben aus den PR-Schlachten: «you name it, they got it!» Sein Ziel, ein Buch zu machen wie die Filme, die wir darin antreffen, hat der Autor erreicht. Und jetzt jenes Wort: GLAMOUR, und die Fingerspitzen sind auch dabei, beim Blättern, und haben ihre Freud.

Fast 12 Jahre habe Haver an diesem Buch gearbeitet. (In 12 Jahren hat Selznick 29 Filme produziert, darunter «King Kong», «David Copperfield», «Anna Karenina», «A Star is Born», «Gone With the Wind», «Rebecca», «Spellbound».) Tatsächlich ist beeindruckend, was er an Informationen zusammengetragen hat über diesen David O. Selznick, der am 10. Mai 1902 als jüngster von drei Söhnen eines jüdischen Paares in Pittsburgh zur Welt kam. Als risikofreudiger Kaufmann zog Vater Lewis J. 1910 mit der Familie nach New York City, wo er um 1912 seine Bijouterie verkaufte und ins rasch aufblühende Filmbusiness einstieg – am Business interessiert, am Film überhaupt nicht, nachzulesen etwa auch in Alice Guys Autobiografie. In der Werbeabteilung von Selznick International lernte David ab 1915 – neben der Schule vorerst – rasch den Verleih und die Promotion von Filmen kennen. Mit diesen Kenntnissen stieg er 1926 bei MGM ein und mauserte

sich in einem halben Jahr zum Produktionsassistenten, nicht weit unter dem legendären Irving Thalberg. Ein Streit mit diesem führte weitere sechs Monate später zur Kündigung und zum Übertritt zu Paramount. Schnell berühmter und zu einem der veritablen Filmmogule werdend arbeitete Selznick ab Oktober 1931 bei Radio-Keith-Orpheum (RKO), ab Februar 1933 wieder bei MGM, deren Louis Mayer inzwischen sein Schwiegervater wurde, und gründete 1935 die eigene Produktionsfirma Selznick International Pictures (später in David O. Selznick Productions umgewandelt, aus Steuergründen natürlich). Was bis zu Selznicks Tod am 22. Juni 1965 alles geschah, soll im Buch selbst nachgelesen werden.

Bücher über Stars und Regisseure derselben Epoche gibt's zuhauf, die Produzenten kommen meist zu kurz. Das ist besonders im Falle Hollywoods bedauerlich, wie auch dieses Buch klarmacht. Im extrem arbeitsteiligen Studiosystem hielten ja nicht die Regisseure die Fäden in der Hand, auch wenn viele von ihnen seit anfangs der 60er Jahre als Autoren «anerkannt» wurden, sondern der Produzent. Die absolute Machtposition immer wieder klar zu definieren und zu behaupten, dafür war Selznick notorisch bekannt. Mit seiner Pingeligkeit, Tyranie und der Aufsässigkeit der unzähligen «Memos», die er an Mitarbeiter versandte, hat er erstklassige Regisseure wie John Huston oder John Ford verloren, andere dafür zu Höchstleistungen innerhalb eines Ganzen motiviert, das der Film war, der Film als Ware. Selznicks Methoden hatten wesentlichen Anteil, Hollywood zur unterhaltungsindustriellen Produktionsstätte zu machen: Er war der erste, der konsequent die Resultate der vorgängigen Marktbefragungen und die Reaktionen des Preview-Publikums zur Direktive für jeden Aspekt einer Produktion machte, von Stoff- und Schauspielere Wahl über Filmtitel bis hin zur Montage. Ausserdem hat er Werbekampagnen entfesselt, die dem Anschein nach nur wenig hinter heutigem amerikanischem Multimedia-Irrsinn liegen.

Das Buch gibt erschöpfend Auskunft, ja, im Doppelsinn – zum Schwelgen, aber auch zum Sich-verzetteln und -verlieren.

Zwar sind die Anekdoten, Chronologien, atmosphärischen Schilderungen unterhaltend präsentiert, mir kommt aber die Analyse zu kurz, das Aufzeigen von Zusammenhängen, das diesen massigen Fakten-Wust erklären würde. Sogar die paar Abstecher ins breitere Zeit- und ökonomische Geschehen bleiben anekdotisch-episodisch. Selbstverständlich war Selznick filmbesessen und hatte ein Gespür für Sinnlichkeit und künstlerische Qualität seiner Produkte, primär behielt er aber doch «die Kino-Kasse fest im Blick», wie Haver einmal schreibt. Hollywood als Industrie, gewinnmaximierend, als Teil eines übergreifenden Systems und damit dessen Mechanismen unterworfen, für diese Sicht fehlt Harver der theoretische Ansatz.

Alles scheint einfach zu passieren, dann eben auch die Misserfolge Selznicks ab circa 1945. So muss Selznick das selbst erlebt haben, und eigentlich ist mir auch Havers Sichtwinkel unsympathisch, wie er sich ganz von oben kommend mit jenem Selznicks identifiziert. «(...) das Publikum, das ohnehin nie darüber nachdachte (...)», über die Filme nämlich, lesen wir etwa. Ganz schön zynisch mutet auch der Satz an, Selznick habe 1931 «wieder einmal auf der Strasse» gestanden – das war auf dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise, aber einige Wochen später verdiente er bei Paramount 2500 Dollar pro Woche. Dass das amtliche Existenzminimum damals bei diesem Betrag pro Jahr (!) lag, etwa die Hälfte aller US-Familien aber nicht einmal auf 1500 Dollar – immer noch pro Jahr – kamen, das wird in diesem Buch nicht gesagt. Uninteressant schien Haver wohl auch die eng mit solchen Realitäten zusammenhängende Frage, welche Funktion der Hollywood-Film erfüllte.

Markus Sieber

P.S. Mir sind immer wieder die Szenen in Woody Allens «Zelig» in den Sinn gekommen, in denen er sich über einen Hollywood-Film der 30er Jahre zum Leben Zelig mockiert. In wenigen Sekunden produziert Allen ein kritisches Verständnis für die Wechselwirkungen zwischen den Polen Leben und Film, speziell Hollywoodfilm, das diesem Buch völlig abgeht.

**AZ**  
3000 Bern 1

**Ueli Bellwald**

## **Der Erlacherhof in Bern**

**Baugeschichte,  
Restaurierung, Rundgang**

Format 20,5 × 25,5 cm,  
106 Seiten, 2 Farbtafeln,  
1 dreifarbige Falttafel,  
135 schwarzweisse Abbildungen,  
broschiert, Fr. 24.–



Dieses prächtige Erinnerungsbuch an die Restaurierung, welche von 1975 bis 1980 dauerte, wurde aus Anlass des Abschlusses der Renovationsarbeiten, an denen der Verfasser massgebend beteiligt war, herausgegeben.

**Zu beziehen bei:**

**BUCHSTÄMPFLI**

Postfach 263,  
3000 Bern 9,  
Telefon 031 2371 71