

Die Schweiz als Vermittlerin

Autor(en): **P.E.E.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kinema**

Band (Jahr): **9 (1919)**

Heft 2

PDF erstellt am: **27.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-719132>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Kinema

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. 30.—
Ausland - Etranger
1 Jahr - Un an - fcs. 35.—

Insertionspreis:

Die viergesp. Petitzeile 75 Rp.

Eigentum & Verlag der Zeitungsgesellschaft A.-G.

Annoncen- & Abonnements-Verwaltung: „ESCO“ A.-G., Publizitäts-, Verlags- & Handelsgesellschaft, Zürich
Redaktion und Administration: Uraniastr. 19. Telef. „Selnau“ 5280

Zahlungen für Inserate und Abonnements
nur auf Postcheck- und Giro-Konto Zürich: VIII No. 4069
Erscheint jeden Samstag □ Parait le samedi

Redaktion:

P. E. Eckel, Zürich, E. Schäfer, Zürich, Dr. O. Schneider, Zürich
Verantwortl. Chefredakteure:
Direktor E. Schäfer und Rechts-
anwalt Dr. O. Schneider, beide
in Zürich i.

Die Schweiz als Vermittlerin.

Der Krieg ist zu Ende. Das eptzefliche Menschenmorden hat aufgehört. Die Kriegsfackel ist verlöscht. Und so atmet denn die seit mehr wie 4 Jahren in Schmerz und Trauer, Leid und Drangsal versetzte Menschheit, wie das Erwachen aus einem zermarternden Alp, auf und fängt an langsam die erquickenden Hoffnungsstrahlen einer neuen, befreienden Ära wohligh einzufangen.

In allen Ländern, sowohl in den kriegsführenden, wie auch in den neutralen Staaten, hat die Kinematographie während des Krieges schwer gelitten. Wohl ist allerorts eine qualitativ und quantitativ beachtenswerte Produktion zu verzeichnen; aber was nützte es, wenn die Grenzen nicht offen waren und andere Exportschwierigkeiten sich selbst dem tüchtigsten Direktor und Propagandaleiter in den Weg stellten! — Was den Umsatz der Positive aber am meisten einschränkte, war die unmittelbare Wirkung des Krieges selbst: der Handel mit dem Feinde war eingestellt, verpöht, verboten, ja war sogar ein Verbrechen.

Wenn man vor dem Kriege die italienischen Filmköniginnen, wie eine Borelli, Bertini oder Menichelli auf der bewegten Leinwand in allen deutschen Ländern nicht nur gerne sah, sondern diesen Filmprogrammen buchstäblich achließ, ferner Umsatzstatistiken der Firma Pathé frères, die in Deutschland und Oesterreich eigene Zweigniederlassungen unterhielt, ein beredtes Zeugnis für den Erfolg des französischen Films auch in diesen Ländern ablegen, so weiß man andererseits, daß dem von der nordischen Schule stark beeinflussten deutschen Film auch in den En-

tentestaaten die gebührende Achtung entgegengebracht wurde. Die Filmindustrie muß aus ethischen Gründen international sein, denn die Kunst ist es von jeher gewesen und ein unbeschriebenes Servitut verbürgt diese alte Tradition. Wir sahen ja, währendem der Krieg noch tobte, in Deutschland des großen französischen Romantikers Jules Verne's Werk „Die Reise um die Welt in 80 Tagen“ verfilmen, ein Beweis also, daß kein Deutscher gegen französische Autoren etwas einzuwenden hat. Und in Frankreich hat sich neulich ein biederer Franzose für Wagner aufgeworfen, als man den deutschen Komponisten anzugreifen wagte; in der Tat wurde auch Wagner vor dem Kriege in Paris viel gespielt. Nein, die Kunst war, ist und bleibt internationales Gemeingut und dies trifft selbstverständlich für die Kinematographie am berechtigtesten zu, weil keine Kunst, weder Musik noch Gesang, weder Malerei noch Bildhauerei, auf so einfache und billige Weise allen Nationen der ganzen Welt zugänglich gemacht werden kann, wie dies beim Lichtbild möglich ist. Zudem vereint auch die kulturelle Verwendbarkeit des Filmbandes alle Länder der Welt zu einem großen Betätigungskonzern, um die größte Erfindung der Neuzeit den Wissenschaften, der Kunst, der Volkswohlfahrt, dem Erziehungsweisen etc. restlos zur Verfügung zu stellen.

Wie sollen sich nun aber die bisher in Fehde gestandenen Völker einander nähern können, wenn immer noch unlautere und üble Charaktere Haß und Feindschaft schüren, anstatt daß der endliche Friede eine allumflammende Verbindung wieder herbeiführe? — Wie, in einem Wort

gesagt, sollen deutsche Firmen nach Frankreich und französische Fabriken nach Deutschland gelangen? — Wir wollen zunächst noch gar nicht so weit gehen. Wir wollen erst untersuchen, wie das französische Publikum langsam am deutschen Film wieder Gefallen finden soll und wie auf der anderen Seite den Deutschen heute Geschmack an einem Pathé- oder Gaumont-Film beizubringen ist. Diese Neugewinnung des Interesses geht nicht von einem Tag zum andern, es braucht auch hier eine langsam ansteigende, manchmal tastende Tätigkeit, damit das Vertrauen der Völker untereinander sich wieder festigt. Es ist zunächst nötig, immer reciprok gedacht, daß man die Interessen des Nachbarlandes mit der neuesten Produktion, mit den Interpreten der Titelrollen, Regisseuren usw. bekannt macht, bis das Interesse durch ständige Publikationen und allerlei geeignete Reklamemittel immer mehr und mehr geweckt wird.

Eine andere Frage ist die: Wer ist zu solchem vermittelndem Wirken berufen? — Wer wird sich dieser kulturellen Verbrüderungstätigkeit annehmen. — Die Antwort ist rasch gegeben. Sie lautet: Der „Kinema“.

Jawohl, das neutrale schweizerische Fachblatt „Kinema“ ist, mehr als sonst wer, dazu prädestiniert, ein solches Vermittlungswerk, das, streng neutral durchgeführt, doch gewiß von allen Staaten begrüßt wird.

Wenn der „Kinema“ sich dazu anschickt, ein fünfsprachiges Friedenspropagandawerk herauszugeben, so übernimmt er ein großes Risiko. Doch hofft er auf die allseitige Unterstützung der gesamten kinematographischen Industrie rechnen zu dürfen und appelliert an alle diejenigen, die mit ihm erkennen, daß früher oder später es im Handel und Wandel wieder werden muß wie ehemals und daß seine Bestrebungen, der Branche im angeedeuteten Sinne vermitteln zu helfen, selbstredend dringend umfassender Unterstützung bedürfen.

„Von keinem Landstücken der Erde aus ist es daher den bisher kriegsführenden Staaten leichter möglich, den Versuch zu machen, die gelösten Bande neu zu knüpfen“.

heißt es im Prospekt auf den Seiten 1 und 2 und es ist direkt eine Existenznotwendigkeit, die Exportverhältnisse für die Zukunft dergestalt zu regeln, daß die Filme auch in den früher feindlichen Ländern gespielt werden können. Je länger, je mehr kostet ein gutes Filmband heute ein kleines Vermögen. Wir wollen ja nicht gleich an Filme wie „Quo Vadis“ und andere Ausstattungs- und Monumentalfilme, für deren Herstellung man Millionen aufwendet, denken, aber auch Stücke, die „nur“ 50 oder 100tausend Franken Herstellungskosten verschlingen, wollen sich rentieren. Wie aber, wenn sie nur im Produktionslande alleine abgesetzt werden können? — Je kleiner die Vertriebschancen, je teurer muß notgedrungen der Meterpreis des Films werden, da die Vervielfältigungskosten des Bandes im Verhältnis unangenehm kleiner sind, als die Erstellungskosten.

Dadurch, daß die 6-teilige Friedenspropaganda des „Kinema“ kostenlos nach der ganzen Welt verschickt wird, ist es möglich, daß der Australier und Argentinier erfährt, was in Italien, Deutschland oder Dänemark fabriziert und angeboten wird. Jedermann vermag sich dann direkt oder durch die Vermittlung des „Kinema“ mit den betr. Filmfabriken in Verbindung zu setzen.

Das sind selten gebotene Vorteile, die intelligenten Werbeleitern von Filmfabriken zweifellos sofort einleuchten, sodaß vorauszu sehen ist, daß der kinematographischen Friedenspropaganda überall die Türen geöffnet werden und den partizipierenden Firmen den erhofften Erfolg bringen wird. Die Aufgaben der Kinematographie sind viel zu groß, als daß sich die Produktionsländer nicht wieder zu gemeinsamer, fördernder kultureller Arbeit zusammenfinden. Dies zu erreichen sollen die besten Filme der Produktion möglichst rasch ins Ausland gehen, um dem Nachbarn seine Art, seine Gesinnung, seine Völkerliebe von heute — denn das Gewesene ist vorbei — zu zeigen und voran, um ihm damit zu beweisen, daß gar kein Grund zu einem so verderbenbringenden Kriege überhaupt, weder hien wie drüben, vorhanden war. P. G. G.

Allgemeine Rundschau = Echos.

Schiller im Film.

„Friedrich Schiller“, Deutsche Jugendfilmgesellschaft, nennt sich ein in München begründetes Unternehmen, dessen Ziele mit seinem Namen deutlich bezeichnet sind. Der erste in Vorbereitung befindliche Film bringt in mehreren Teilen ein Lebensbild Schillers. Alexander von Gleichen-Moswurm, der Urenkel des Dichters, hat mit dankenswertem Entgegenkommen seine wertvolle Förderung zugesagt. — Die künstlerische Leitung des Unternehmens, das in Verbindung mit berufenen Pädagogen dem Filmgebiet neue Bahnen eröffnen will, liegt in den Händen von Carl Schönfeld.

Wir begrüßen diese Neugründung auch in der Schweiz. Möge sie aber auch den blöden Hypochondern und Kinohetzern unter die Augen kommen! Der Film

wird, ganz im Gegenteil zu den Hoffnungen der Kinogegnern, immer mehr und mehr der Jugend zugänglich gemacht werden!

Kino und Großstadtjugend.

Der Münchener Lehrer Franz A. Schönbucher veröffentlicht im Schulwissenschaftlichen Verlag M. Haase, Leipzig-Prag-Wien, in einem Beihfte zur Zeitschrift „Lehrerfortbildung“ eine Abhandlung: „Das Kinoproblem im Lichte von Schillerantworten“, in der die Ergebnisse einer Umfrage über den Kinobesuch der Schüler einer Schulklasse mitgeteilt werden. Eine der wichtigsten Fragen, die gestellt wurden, lautet: Was ist dir lieber: ein Ausflug, ein Konzert, ein Kinobesuch, ein Theaterbesuch? Von 31 Schülern setzten 25 einen Ausflug an erste Stelle, 25 das Kino an letzte Stelle. Nicht einer nennt das Kino