

Leben gegriffene Situationen“ enträtseln. Musterbeispiel: „Eine Dame tritt ins Zimmer. Auf ihrem Hut ist ein Würstchen aufgespießt.“ Der Quizmaster fragt den Kandidaten: „Warum hat die Dame ein Würstchen auf dem Kopf?“

Unter Vertrag genommen hat Kalanag ferner nach eigener Darstellung

- ▷ den „bedeutendsten“ Jazz-Interpreten,
- ▷ einen der „besten“ deutschen Feature-Macher à la Peter von Zahn („aber nach der heiter-bissigen Seite“),
- ▷ „hervorragende Texter“ für abendfüllende Shows (Fernsehspiele sollen nur einmal wöchentlich gesendet werden),
- ▷ einen „Kalendermann“, der die Horoskop-Gläubigkeit ad absurdum führt, und
- ▷ einen Experten, der Untermietersorgen glossiert.

Als Sieben-Minuten-Füllsel zwischen zwei Sendungen soll „Ihr Hausfreund“ mit praktischen Ratschlägen immer dann in eine Studio-Wohnung platzen, wenn Wasserrohr oder Garderobenständer brechen.

Ob diese Kalanag-Gags und -Programme vom 1. Januar 1961 an die bundesdeutschen Heimgeräte beleben werden, ist freilich noch nicht entschieden. Kalanag: „Die Herren (von der Geschäftsführung des Freien Fernsehens) haben Angst vor meiner Courage.“

FILM

SAISON-ERFOLG

Sehnsucht nach Thule

Als der Major erfährt, daß er die Magd geschwängert hat, zieht er — wie es in einem Prospekt des Films heißt — „als alter Offizier die Konsequenzen“. Er nimmt den letzten Schluck aus der Schnapsflasche, wirft den aller-



Erfolgsautor Gulbransen
Bauern-Saga für Fernseher



Kaffee Hag schont Ihr Herz

... aber das allein würde noch nicht seinen Weltruf begründet haben. Er ist ein auserlesen feiner Bohnenkaffee, der jeden Kaffeekenner durch die Fülle seines Aromas und seinen abgerundeten, köstlichen Geschmack bezaubert. — Anregung ohne Aufregung — das ist es, was der moderne Mensch sucht. Deshalb trinken so viele Menschen in der ganzen Welt Tag für Tag, früh und spät

KAFFEE HAG

Soll es schnell gehen, dann HAG-BLITZ, den feinen, reinen Extrakt aus 100% Kaffee Hag.



Guter Zuspruch

hilft, aber auch guter Rat. Oft ist der Körper angespannt und belastet durch Zuviel an Hetze und Arbeit. Da raten wir zu Galama, um die Nerven zu beruhigen und das Herz zu stärken. Frohes Herz und starke Nerven sind Grundlage der Gesundheit. Galama ist naturrein, nur aus Pflanzen bereitet. Als Tonikum für Herz und Nerven bewährt.



Galama

WISSOLLWERKE • WILH. SCHMITZSCHOLL • ADLHEIM (RUHR) • KAKAO • SCHOKOLADEN • PRALINEN • ZUCKERWAREN

Wissoll

Weinbrand-Kirschen
Weinbrand-Bohnen
OHNE KRUSTE

Unendlich gut

letzten Blick auf den blauen Bergsee und erschießt sich.

Mit solcher Moral ist ein Lichtspiel ausgestattet, das seit der vergangenen Woche in 50 westdeutschen Kinohäusern zu sehen ist: „Das Erbe von Björndal“ nach dem gleichnamigen Bestseller-Roman des norwegischen Ganghofers Trygve Gulbranssen. In farbiger Fortsetzung erfährt das Kinovolk, wie es den Roman-Bauern von Björndal ergeht, seit ihr Sippenchef in der letzten Kino-Saison („Und ewig singen die Wälder“) dahinschied.

Daß der zweite Teil der Wald- und Fjord-Ballade in Nürnberg anlief, mochte den Verleihern des Films (Deutsche Film Hansa) als treffliches Omen gelten. Dort hatte — auf den Tag genau vor einem Jahr — auch des Werkes erster Teil Premiere, der sich als übertragender Geschäftserfolg der vergangenen Kino-Saison entpuppte: Bis zur letzten Woche holte „Und ewig singen die Wälder“ über sieben Millionen Bundesbürger an die Kinokassen.

Einen derart nachhaltigen Erfolg (Film-Hansa-Sprecher Klär: „Es ist gespenstisch“) vermochte der Hamburger Verleih bislang nur ein einziges Mal zu erzielen: mit dem Orson-Welles-Film „Der dritte Mann“, der — allerdings im Laufe von zehn Jahren — etwa neun Millionen Besucher in Westdeutschland anlockte. Die beiden preisüberhäuftten Filme der letzten Verleihstaffel, „Orfeu Negro“ und „Die Brücke“, die etwa zur gleichen Zeit wie „Und ewig singen die Wälder“ in die Kinos geschleust wurden, erbrachten bis jetzt nicht einmal zusammen so viel Einnahmen wie die Verfilmung des Gulbranssen-Buches.

Angesichts der abebbenden Popularität deutscher Heimat-Filme hatte die Deutsche Film Hansa ursprünglich keineswegs erwartet, daß sich der Film zu einem Kassenschlager auswachsen werde. Der Verleih verließ sich indes auf einen Trend, den auch andere Filmfirmen in jüngster Zeit eingeschlagen haben: die Verfilmung von Leihbücherei-Schlagern.

So verarbeiteten amerikanische Filmproduzenten etwa den Abenteuer-Bestseller „Ben Hur“, andere Filmleute suchten vom klassischen Renommee und von der Breitenwirkung des Jonathan-Swift-Werkes „Gullivers Reisen“ zu zehren, und westdeutsche Produzenten wußten den literarischen Dauer-Erfolg der „Buddenbrooks“ zu nutzen. Die Verfilmung des Thomas-Mann-Romans, der seit seinem Erscheinen im Jahre 1900 in rund zwei Dutzend Sprachen und vier Millionen Exemplaren gedruckt wurde, erwies

sich als größtes Kinogeschäft der vergangenen Verleih-Saison überhaupt. Der Hamburger Europa-Verleih, der die beiden „Buddenbrooks“-Filme vertreibt, registrierte bis zur vergangenen Woche 16,5 Millionen Besucher — etwa neun Millionen für den ersten, siebeneinhalb Millionen für den zweiten Teil.

Auf der Suche nach ähnlichen Erfolgsbüchern boten sich die beiden Romane des Norwegers Gulbranssen („Und ewig singen die Wälder“, „Das Erbe von Björndal“) geradezu an. „Für Hunderttausende in Deutschland“, ließ die Deutsche Film Hansa in einem Reklame-Aufsatz wissen, „sind gerade diese Bücher mit ihrer schlichten, schönen Sprache, der spürbaren Verbundenheit mit der



„Das Erbe von Björndal“: Film für Leihbuchkunden

Natur und einer tiefen Schwermut in der Darstellung menschlicher Schicksale zu einem Stück jenes sagenhaften Thule geworden, das wir als Ziel unserer heimlichen Sehnsucht oft nur schemenhaft erahnen.“

Die Bauern-Saga, die der einstige Tabakhändler Gulbranssen in den zwanziger und dreißiger Jahren verfertigte, hatte schon vor dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland eine Auflage von annähernd zwei Millionen Exemplaren erreicht. Heute kann sich der 66jährige Autor, inzwischen als Wahlbauer in der Nähe Oslos tätig, einer deutschsprachigen Viermillionen-Auflage rühmen.

Gulbranssen selbst war über den Erfolg seiner Aufzeichnungen, die er jahrelang in der Schublade eines Wäscheschrankes aufgehoben hatte, genauso verwundert wie über die Tatsache — so formuliert sein holländischer Verleger Stok — „daß das Geld dafür unvermindert hereinströmt“.

• Brigitte Horney, Hans Nielsen.

Stok: „Zuerst hat er seiner Frau einen großen Flügel geschenkt und sich ein schönes Haus bauen lassen. Danach hatte er eigentlich keine rechte Vorstellung, was er weiter mit seinem Geld anfangen sollte...“

Ehe die Dreharbeiten zu „Und ewig singen die Wälder“ begannen, konnte sich der damals für die Regie vorgesehene Frank Wisbar („Hunde, wollt ihr ewig leben“) in einer improvisierten Meinungsumfrage vergewissern, daß Gulbranssens Popularität nach dem Kriege keineswegs geschrumpft war. Auskünfte von Fahrgästen der Hamburger Straßenbahn und gleichfalls angesprochenen Passanten zeigten ihm, daß zumindest die ältere Generation sich in den Marotten und Zwisten der Björndal-Bauern auskannte.

Dennoch übertraf der Erfolg des Films, den schließlich anstelle Wisbars der Regisseur Paul May drehte, alle Erwartungen der Hersteller (Wiener Mundus-Film) und Verleiher. Die Werbekampagne — „Millionen Menschen lasen den Roman, Millionen Menschen erwarteten den Film“ — traf ins Ziel: Schon wenige Tage nach der Premiere von „Und ewig singen die Wälder“ wurde die Verleihfirma von einer Telegrammwelle beglückter Kinobesitzer überschwemmt.

„Trotz strahlender Sonne an den ersten drei Spieltagen konstantes Spitzengeschäft“; kabelte das Premieren-Kino „Phoebus“ aus Nürnberg, „ein echter Knüller für jede Kasse.“ Aus Fulda telegraphierten die „Rex“-Lichtspiele: „Absoluter Hausrekord“, aus Trier das „Römertor“-Kino: „Weder Fernsehen noch Sonnenschein können den Siegeszug dieses Streifens aufhalten.“

Nicht minder freudige Botschaften verkündete der vertrauliche Informationsdienst der Theaterbesitzer. Er verzeichnete beispielsweise für ein süddeutsches Mittelstadt-Kino mit 590 Plätzen: „Ein einmaliges Geschäft. Großartiger Farbfilm. Beste Mundreklame. Viele kommen zweimal.“ Der Besitzer eines 650-Plätze-Kinos in einer westdeutschen Großstadt berichtete: „Sehr gutes Geschäft. Wären alle Schnulzen so gut gemacht worden, gäbe es das Wort ‚Schnulze‘ nicht.“ Und ein norddeutsches Mittelstadt-Kino mit 550 Plätzen meldete: „In jeder Beziehung ein Volltreffer... Auch die Fernseher kommen.“

Tatsächlich sprach das Kino-Publikum dem Gulbranssen-Film so eifrig zu, daß viele Filmtheater die Laufzeit um mehrere Wochen verlängerten — ein Phänomen, das in der Fernseh-Epoche zu den Seltenheiten zählt. So lief „Und ewig singen die Wälder“ in Braunschweig 42 Tage, in München und Mainz 35, in Minden 39, in Fulda 32, in Remscheid 46 und in Kaiserslautern gar 53 Tage.

Unter dem Eindruck dieser Statistiken machten sich Produzenten und Verleiher trotz lobesamer Presse-Kritik daran, auch den Rest von Gulbranssens Roman-Werk zu verfilmen. Die Erfolgsrechnung, die sich die Deutsche Film Hansa in Hamburg aufmachte, ist simpel: „Es reicht ja schon“, erläuterte Film-Hansa-Sprecher Klär, „wenn alle die wieder reingehen, die den ersten Teil gesehen haben.“



K. L. HAENCHEN

MARTINI

zu jeder Gelegenheit

In Hamburg Theater spielen und gleichzeitig in Berlin einen Film drehen — dieses anstrengende Kunststück bringt **INGRID ANDRÉE** fertig. Nach der Arbeit entspannt sie sich gern bei einem **MARTINI „on the rocks“** *

* **MARTINI on the rocks!** = MARTINI auf Eiswürfeln im Becherglas. So kommt Ihr MARTINI geschmacklich noch besser zur Geltung. Überraschen Sie sich und Ihre Freunde mit dieser neuen — unserer Zeit entsprechenden — Art, MARTINI zu trinken