

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN

FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN
OPLEIDING COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Kroniek van de Belgische filmaffiche

1940-1944: De invloed van de Duitse bezetting op de Belgische
filmaffiche

Promotor : Dr. L. ENGELEN
Verslaggever : Prof. Dr. W. HESLING

MASTERPROEF
aangeboden tot het
verkrijgen van de graad
van Master in de
Communicatie-
wetenschappen
door
Bart VAN DE BROEK

academiejaar 2009-2010

Inhoud

Lijsten.....	3
Lijst van figuren.....	3
Lijst van tabellen.....	3
Lijst van bijlagen.....	4
Voorwoord.....	5
Inleiding.....	7
1. Onderzoekskader.....	9
1.1. Onderzoeksubject: De Belgische filmaffiche.....	9
1.2. Onderzoeksperiode: De Tweede Wereldoorlog: Invloed van de Duitse bezetting.....	13
2. Onderzoeksvraag en methodologie.....	17
3. Onderzoeksanalyse.....	25
3.1. Structurele verankering van de invloed van de bezetting.....	25
3.1.1. Duits militair bestuur in België en Noord-Frankrijk.....	25
3.1.1.1. Type bestuur.....	26
3.1.1.2. Mogelijke invloedhebbers op het Belgisch filmbeleid.....	32
3.1.2. Organisatie van het filmwezen in Duitsland.....	35
3.1.2.1. Goebbels: Het Propagandaministerie.....	36
3.1.2.2. Goebbels: De Kulturkammer en Filmkammer.....	37
3.1.2.3. Filmreclame in Duitsland.....	39
3.1.2.4. Goebbels: De machthebber?.....	44
3.1.2.5. Samenwerking met de filmindustrie: UFA, SPIO en Ufi.....	45
3.1.2.6. Hitler en Goebbels over film.....	52
3.1.3. Organisatie van het filmwezen in Nederland.....	54
3.1.4. Organisatie van het filmwezen in België.....	60
3.1.4.1. Duitse reorganisatie van België op cultureel vlak.....	61
3.1.4.2. Duitse reorganisatie van het filmwezen in België.....	62
3.1.4.3. Organisatie van de filmreclame.....	79
3.1.4.4. Filmbezoek tijdens de Tweede Wereldoorlog.....	92
3.1.4.5. Jan Vanderheyden.....	96

3.1.4.6. Schuldvraagstuk	99
3.2. Invloed van de bezetting op de Belgische filmaffiche	104
3.2.1. Adviezen betreffende de filmreclame	105
3.2.1.1. Adviezen voor de exploitant.....	105
3.2.1.2. Adviezen voor de distributeur en de producent	122
3.2.1.3. Adviezen voor de drie takken	123
3.2.2. Verplichtingen betreffende de filmreclame	127
3.2.2.1. Verplichtingen voor de exploitant	127
3.2.2.2. Verplichtingen voor de distributeur en de producent	148
3.2.2.3. Verplichtingen voor de drie takken	149
3.2.3. Besluit: Adviezen en verplichtingen.....	182
Algemeen besluit	187
Bibliografische lijst	195
Bijlagen	213

Lijsten

Lijst van figuren

1. Bezettingsstructuur in Leuven	32
2. Bezettingsstructuur in Leuven: Deel twee	35
3. Structuur van het Duitse filmwezen in 1942.....	51
4. Onherkenbare signaturen op de filmaffiche.....	90
5. Jan Vanderheyden	96
6. Heropeningsbericht van de Leuvense bioscoopzaal Lovanium	118
7. Een goede en slechte filmaffiche volgens M. De Ceulener	125
8-28. Titelpolitiek op de filmaffiches	142
29. Reductiebon op de filmaffiches	146
30. Herbert Selpin verdwijnt van de filmaffiches	160
31. Duitse keuringsstempel op de filmaffiches	165
32. Belgische taksstempel op de filmaffiches	165
33. Joods probleem in Jud Süß	172
34. Eindoplossing in Jud Süß.....	172
35-43. Propagandistische elementen op de filmaffiches.....	176
44-48. Mogelijk propagandistische elementen op de filmaffiches	178
49-63. Vermeende propagandistische elementen op de filmaffiches.....	181

Lijst van tabellen

1. Diensten binnen het Präsidialbüro en de Verwaltungsabteilung.....	33
2. Leuvense filmaffiches met licentienummer	75
3. Papierschaarste bij de Leuvense filmaffiches	115
4. Leuvense cinemazalen die reclame voerden tussen 1933 en 1968	116
5. Productielanden van de films op de Leuvense filmaffiches.....	134
6. Leuvense filmaffiches met P.C.-vermelding.....	154
7. Leuvense filmaffiches met P.A.-vermelding	156
8. Leuvense filmaffiches met FILMEX-vermelding.....	159
9. Procentueel aandeel van verschillende filmgenres in nazi-Duitsland ...	167

Lijst van bijlagen

1. Gearchiveerde filmaffichegegevens en variabelen	213
2. Structuur van de Militärverwaltung in 1941	215
3. Tien vaksecties binnen de Duitse Filmkammer	218
4. Structuur van de Ufa-Film GmbH in 1942	219
5. Structuur van het Nederlandse filmwezen tijdens de Tweede Wereldoorlog	220
6. Leden van verscheidene instanties binnen het Belgische filmwezen omstreeks de Tweede Wereldoorlog	221
7. Structuur van de Belgische filmvakorganisaties in 1942	224
8. Standaard afficheopmaak van de Leuvense COBEC-zalen	226
9. Oproep van UFA om haar reclamemateriaal degelijk te gebruiken	227
10. Hergebruikte filmaffiches	228
11. Voorbeeldreclame van UFA	230
12. Voorkaft van het Cinema jaarboek	231
13. Sterren op de filmaffiches	232
14. Succes van de films Jud Süß en Janssens en Peeters Dikke Vrienden.....	236
15. Belgische films in Leuven	237
16. Titelpolitiek op de volledige filmaffiches	240
17. Leuvense filmaffiches met A.F.P.A.-vermelding	246
18. German Film Poster Law 1935.....	252
19. In de literatuur vermelde propagandafilms tijdens de bezetting.....	255
20. Mogelijk propagandistische elementen op de volledige filmaffiches	256

Voorwoord

De schrijver van voorliggend onderzoek wil in dit voorwoord kort iedereen bedanken die heeft bijgedragen tot het ontstaan van deze scriptie. Het opstellen ervan vereiste immers een volgehouden inspanning waarbij elke hulp een aangename verlichting vormde. Bij deze wens ik hiervoor mijn waardering te tonen.

Allereerst wens ik mijn promotor, doctor Leen Engelen, te bedanken. Ze heeft immers de aanzet gegeven tot dit interessante startproject. Verder kon er altijd beroep gedaan worden op haar expertise. Ze verschaftte niet alleen advies, maar wist ook telkens met een kritische en vernieuwende blik voorliggend werk te beoordelen. Doodlopende denksporen en nieuwe invalshoeken, alsook extra bronnen en literatuur, werden door haar aangegeven. Ten slotte werkte haar interesse in het onderwerp aanstekelijk en stimulerend.

Verder wens ik de verscheidene archivariissen en bibliothecarissen te bedanken die me in de zoektocht en analyse van relevant bronnenmateriaal wisten te helpen. Zo kon er beroep gedaan worden op de dienstbaarheid van verschillende medewerkers aan de Centrale Universiteitsbibliotheek en het Stadsarchief te Leuven, alsook het Koninklijk Filmarchief en het Studie- en Documentatiecentrum Oorlog en Hedendaagse Maatschappij te Brussel.

In eenzelfde lijn bedank ik bij het beëindigen van mijn opleiding de professoren die me de nodige inzichten boden.

Niet het minst wens ik mijn ouders, broer, zus en vriendin te bedanken die mijn werk steeds wisten te appreciëren en bij wie ik altijd terecht kon, voor welke vraag dan ook. Net als andere goede vrienden konden ze eveneens zorgen voor ontspanning.

Ten slotte bedank ik de medestudenten, waaronder voornamelijk projectmedewerkers Elise Van der Moosen en Lise Buyens, die in hetzelfde schuitje zaten en het werk mentaal wisten te verlichten.

Inleiding

Was waren die Schätze unserer deutschen Literatur, die hohen Leistungen, welche auf deutschen Bühnen geboten werden, was wären letztlich die Ausstellungen mit den schönsten Plastiken und Bildwerken und nicht zuletzt der deutsche Film, wenn alle diese Kulturgüter nicht ihre Verbreitung durch die Werbung fänden, wenn nicht das deutsche Volk durch die Werbung für diese Kulturgüter an die Stätten kultureller Leistungen herangeführt werden würde (Künzler, 1938, p. 112).¹

Bovenstaand citaat van Richard Künzler, een topfiguur in een belangrijke reclame-instantie binnen nazi-Duitsland, toont in essentie wat we in voorliggend onderzoek verwachten te vinden. We zien een nazi-Duitsland dat via haar culturele trots het onmiskenbare belang van cultuurreclame, specifiek de filmreclame² en filmaffiche, inziet. We verwachten dan ook in huidig onderzoek enkele relevante invloedspogingen van de Duitse bezetter op de Belgische filmaffiche bloot te leggen.

Alvorens over te gaan op feitelijke bevindingen, volgt eerst een onderzoekskadring, waarin de onderzoeksinhoud en de relevantie of reden van het onderzoek, alsook de literatuur ter zake worden omschreven. Nadien komen we tot de uiteindelijke onderzoeksvraag en de onderzoeksmethodologie. Vervolgens zal de onderzoeksvraag beantwoord worden. Ten slotte volgt een conclusie en aanbevelingen voor toekomstig onderzoek.

¹ Vrije vertaling: Wat zouden de schatten van onze Duitse literatuur zijn, de sterke prestaties die op de Duitse bühne aangeboden worden, wat zouden ten slotte de tentoonstellingen met de mooiste sculpturen en beeldwerken en [wat zou] niet het laatst de Duitse film zijn, wanneer al deze cultuurgoederen hun verspreiding niet zouden vinden via reclame, wanneer het Duitse volk niet door reclame voor deze cultuurgoederen zou gebracht worden bij deze uitzonderlijke plaatsen van culturele prestaties.

² In voorliggend onderzoek wordt de term 'filmreclame' gebruikt voor de reclame ter ondersteuning van films en niet de reclame tijdens films.

1. Onderzoekskader

In dit deel wordt de onderzoekstitel uiteengezet in twee delen. Eerst zal ingegaan worden op het aspect ‘Belgische filmaffiche’. Vervolgens wordt het titelaspect ‘Tweede Wereldoorlog: De invloed van de Duitse bezetting’ belicht, waar eveneens de onderzoeksvertrekpunten worden aangehaald.

1.1. Onderzoeksubject: De Belgische filmaffiche

Over filmaffiches zijn vele werken te vinden. Boeken zoals *Film posters of the 40s: The essential movies of the decade* (2002) van Tony Nourmand en Graham Marsh, *Translating Hollywood: The world of movie posters* (2009) van Sam Sarowitz, *A century of movie posters: From silent to art house* (2003) van Emily King en *La cote de l’affiche de cinéma: 6000 cotes, 2200 photos* (1989) van Stanislas Choko geven de lezer een goede inkijk in de wondere affichewereld.

Toch zien we tekortkomingen in de literatuur omtrent de filmaffiche. Naast de algemene literatuur bestaan er veel werken betreffende de filmposters van verschillende landen en van films uit verschillende genres en periodes. Net als een verzamelaar specialiseert dus ook de literatuur zich. Naar de Belgische filmaffiche is tot op heden echter weinig literatuur verschenen. We vinden slechts één boek dat de Belgische filmaffiche als hoofdzakelijke studieobject neemt, *Binnenkort in deze zaal: Kroniek van de Belgische filmaffiche* (1995) van Rik Stallaerts en Robbe De Hert. Dit interessante pionierswerk heeft bijgedragen tot het opstarten van huidig onderzoek, dat met gelijkaardig onderzoeksofzet werd ingegeven. We nemen dan ook deels de titel van het werk over. Andere auteurs besteedden hooguit enkele pagina’s aan de Belgische filmaffiche.

Verder is deze literatuur, hoewel interessant, vaak anekdotisch van aard, daar ze het werk vormt van hobbyisten en verzamelaars. Daar de schrijver van deze verhandeling, alsook Lise Buyens en Elise Van der Mosen, als eersten elk een aspect van de Belgische filmposter wetenschappelijk analyseren, vormt voorliggend onderzoek een

startproject. Net als Sim Branaghan als eerste diepgaand historisch onderzoek voerde naar de Britse filmposter in *British film posters* (2006), wensen we het hier besproken onontgonnen terrein wetenschappelijk te belichten en aan te tonen dat de Belgische filmposter een wetenschappelijke benadering waardig is en dus meer is dan een verzamelobject.

Filmaffiches vormen immers een unieke invalshoek om films en het cinemawezen te bestuderen. Doordat ze voorbijgangers informeerden over films en bioscopen, vormen ze een rijke onderzoeksbron. Beschikt men over veel affiches, dan kan er nagaan worden in welke mate cinema en films leefden in een bepaalde periode. Bovendien brengt de filmaffiche maatschappelijke verhoudingen aan de oppervlakte. Afficheontwerpers probeerden immers publiek te lokken door in te spelen op de tijdsgeest. Film posters uit 1940-1944 kunnen zo veel vertellen over de Belgische filmaffiche tijdens de Tweede Wereldoorlog.

De filmaffiche vormt verder een relevant onderzoeksobject, daar publiciteit in de hedendaagse op consumptie gebaseerde maatschappij een belangrijke rol speelt. Het is ook voornamelijk in deze hoedanigheid dat filmaffiches in huidig onderzoek worden belicht. Ook het cinemabedrijf moet de kwaliteiten van haar producten, de film en filmzaal, via reclamemiddelen overbrengen aan het publiek. Haar reclame moet echter krachtiger zijn dan andere productreclame, daar een film een vaak nog onbekend product is en een kortere levensduur kent (Wehner, 2007, pp. 54-56). Zo was de filmaffiche, naast advertenties, het krachtigste en meest zichtbare filmreclamemiddel tot de komst van de televisie (Anink & van Yperen, 2005, p. 12). William Gillespie en Joel Nelson bevestigen dit voor Duitsland tijdens de Tweede Wereldoorlog (citaat 1). Verder omschrijft ook Helmut Rademacher in *Masters of German poster art* de kracht van een affiche in het lokken en het overtuigen van het publiek, twee aspecten die doorheen huidig onderzoek meermaals zullen terugkeren (citaat 2).

As perhaps the most important means of promotion, the poster was the final step in a succession of activities designed to lure the audience into the theater to see a film (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 9).

A poster must communicate its message directly and unequivocally. In the hurry of modern metropolitan life, people are overwhelmed by a flood of impressions which deaden their senses. The poster's function is to overcome this mental lethargy, to excite the passerby's interest and attention. But this is only its first or superficial function; it must then influence and persuade the viewer (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 1; Citaat 2).³

Het karakter van de filmpubliciteit is echter sterk veranderd doorheen de jaren. Robbe De Hert en Tom Meuldermans oordelen zo in *Magie van de Cinema: Hollywood aan de Schelde* (2004) dat veel van de cinemamagie samen met de filmposter verdwenen is (De Hert & Meuldermans, 2004, pp. 8-9). Televisie werd zo na de Tweede Wereldoorlog geleidelijk aan het meest zichtbare reclamemiddel. Met het dalend cinemabezoek, daalde ook de zichtbaarheid en dus effectiviteit van de filmaffiches bij de cinemazalen (Biltereyst & Meers, 2007, p. 11; Choko, 1995a, p. 11; De Hert & Meuldermans, 2004, pp. 8-9; Van de Vijver, 2007, p. 116). Volgens De Hert en Stallaerts is de Belgische filmaffiche verdwenen na de jaren '60 bij de opkomst van een universele posterstijl op een gestandaardiseerde posterformaat,⁴ namelijk de 'one-sheet' van 68,5 bij 104 cm (Anink & van Yperen, 2005, p. 12), welke men ook nu nog terugvindt in de megabioscoopcomplexen (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 12).

Doorheen de jaren zijn vele filmaffiches verloren gegaan. Een verklaring vinden we voornamelijk in de houding van personen

³ Vrije vertaling: Als mogelijk het belangrijkste promotiemiddel was de poster de finale stap in een opeenvolging van activiteiten, opgesteld om het publiek te lokken naar de cinemazaal om een film te zien.

Een poster moet zijn boodschap direct en duidelijk communiceren. In de haast van het modern stedelijk leven worden mensen overspoeld door een vloed van impressies die hun gevoelens afstoppen. De functie van de poster is deze mentale apathie te overwinnen en de aandacht en interesse te wekken van de voorbijganger. Maar dit is enkel haar eerste oppervlakkige functie; vervolgens moet ze de kijker beïnvloeden en overtuigen.

⁴ Zelf zullen we dit standaardformaat niet kunnen bevestigen

tegenover de filmaffiche. Volgens Robbe De Hert en Tom Meuldermans overwoog niemand het filmposters bij te houden, daar men er niets van waarde in zag (De Hert & Meuldermans, 2004, pp. 8-9). Net als films werden filmaffiches niet gezien als iets kunstzinnigs, maar als een commercieel object (Choco, 1989, p. 349; De Hert & Stallaerts, 1995, pp. 16-24; Scheerlinck, 1991, pp. 32-33). Om die reden hebben we het behoud van de Belgische filmposters voornamelijk te danken aan de door de overheid geheven affichetaks. Men mocht enkel affiches ophangen, indien men hiervoor betaalde via een fiscale zegel. Hoe groter het formaat, hoe groter de taks. De gemeentelijke belastingdiensten vroegen ook steeds een affiche-exemplaar op. Zo belandden de affiches later in het gemeentelijk archief (De Hert & Stallaerts, 1995, pp. 16-24).⁵

Zo deden we voor huidig onderzoek beroep op de filmaffiches in het Stadsarchief te Leuven. Ook in het Leuvense politiereglement van maart 1892 vinden we bovenstaande procedure terug. Affiches mochten nog maar op 19 plaatsen worden uitgehangen en dit enkel door een stadsambtenaar. Hierbij diende, volgens artikel 5, de openbare plakker, wellicht de bevoegde stadsambtenaar, er ‘op voorhand een afdruksel van op het gemeentesecretariaat nedergelegd te hebben’. De taks werd echter niet rechtstreeks door de openbare aanplakker geïnd, maar via de tussenkomst van de Leuvense politie, welke de posters dan doorstuurde naar de aanplakker. De stadsbesturen hielden de affiches dus niet om cultureel-historische, maar om commerciële redenen bij (Piet Veldeman, 2008, pp. 4-5).

Het is pas later dat affiches als kunst werden gezien. Tijdens de Tweede Wereldoorlog werd zo al opgeroepen om filmdocumenten, zoals publiciteitsbrochures, te archiveren in de sectie Cinemateek van België van het Nationaal Radio- en Filmtechnisch Instituut (“Laat ons de filmdocumenten redden.”, 1941, p. 2). De Belgische filmaffiche kreeg ook stilaan een internationale faam. Het is

⁵ De zegeltaks werd al vastgelegd vanaf de zegelwet van 25 maart 1891 en wordt ook nu nog op sommige formaten geheven (Fuifpunt, z.d.). Naast affiches moesten onder andere draagvergunningen van jachtwapens en wettelijke documenten deze zegel bevatten (Thomas & Servais, 1892; Wauwermans, Destrée & Neujean, 1942).

geworden tot een gegeerd verzamelobject, waar men veel geld voor biedt, vele herdrukken en prentkaarten van bestaan en fraudeurs nauwkeurig vervalsingen van proberen te maken. Verder blijkt de faam ook uit buitenlandse publicaties omtrent filmaffiches. In *Art of the modern movie poster: International postwar style and design* (2008) bewondert men hoe een klein land als België met zijn taalbeperkingen zulk een ‘craftsmanlike work’ kan neerzetten. De Belgische poster wordt geëerd om zijn klein, gemakkelijk te vertonen formaat en zijn lichte, felle kleuren (Drate, Kehr, Salavetz & Sarowits, 2008, p. 250). Volgens Rik Stallaerts en Robbe De Hert wordt de stijl omschreven als deze van de ‘rake en leesbare tekening’, een krachtige, functionele stijl, waarbij de inhoud kernachtig wordt weergegeven, wat doet denken aan de ‘school van de klare lijn’ binnen Belgisch stripland. Heel anders zijn de geposeerde Franse en Italiaanse posters, welke minder efficiënt zijn als reclamemiddel en meer weg hebben van schilderkunst (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 16). Verder blijkt de interesse ook uit verschillende, weliswaar hobbyistische, online filmdatabanken. Ook tijdens het archiveren van filmaffiches voor huidig onderzoek konden de affiches rekenen op interesse van bezoekers, waarbij de oudsten nostalgisch verhaalden over vroegere films, zalen en reclame. Eén bezoeker beweerde zelfs een acteur te zijn uit *De leeuw van Vlaanderen* (Claus, 1985) en was op zoek naar de filmaffiche, waarop hij voorkwam. Het illustreert goed de veranderde houding jegens filmaffiches. Het onderzoek kan dus rekenen op interesse bij zowel wetenschappers als verzamelaars.

1.2. Onderzoekperiode: De Tweede Wereldoorlog: Invloed van de Duitse bezetting

Daar we niet alle Belgische filmaffiches kunnen bestuderen, is, als een echte verzamelaar, een afbakening in thema en periode noodzakelijk. Daar kennis over de Belgische filmaffiche beperkt is, maar auteurs als De Hert en Stallaerts (1995) reeds een breed beeld over de Belgische filmposter hebben opgezet, verdiepen we ons in één periode, namelijk de Tweede Wereldoorlog. Deze tumultueuze periode drukte wellicht een stempel op film en filmaffiche, welke

naast commerciële en artistieke, ook sociaal-politieke producten zijn. Meer concreet zullen we de invloed van de Duitse bezetting op de Belgische filmaffiche bestuderen.

Uit de initiële lezing en eigen bedenkingen formuleren we twee algemene onderzoekspisten. Enerzijds kan de controle over de filmaffiche bestudeerd worden. Als de bezetter de film inschakelde als propagandistisch en economisch oorlogsinstrument, trachtte hij wellicht ook de filmaffiches te controleren, die het publiek moesten lokken. Anderzijds kan nagegaan worden welke invloed de oorlog, los van de bezetter, had op de filmaffiche.

Literatuur omtrent deze periode vormt kwantitatief een tegenpool van deze over de filmposter. Wetenschappers hebben zich massaal gebogen over deze periode.

Met betrekking tot de eerste piste is er heel wat geschreven door onderzoekers van verschillende nationaliteiten over de Duitse reorganisatie van het cinemawezen. Erwin Leiser schreef zo *Nazi cinema* (1974), Anthony Rhodes *Histoire mondiale de la propagande de 1933 à 1945* (1980), Zbyněk Zeman *De propaganda van de nazi's* (1966) en David Welch *Propaganda and the German cinema* (1985). Roel Vande Winkel en David Welch redigeerden *Cinema and the swastika* (2007). Vooral de nazipropaganda, zoals *Triumph des Willens*, *Jud Süß*, *Der Ewige Jude*, en de propagandaregisseurs, zoals Veit Harlan, Hans Steinhoff en Leni Riefenstahl, werden sterk bestudeerd.

Over de reorganisatie van het cinemawezen door de bezetter in België en andere, gelijkgestemde bezette landen, vinden we veel minder literatuur. De namen Roel Vande Winkel en Guido Convents keren in dit kader steeds terug. Zelfs Vande Winkel geeft aan dat er, in contrast met andere landen, geen enkele boekpublicatie of onderzoek, op enkele brochures, artikels en licentiaatverhandelingen na, bestaat omtrent deze materie (Vande Winkel, 2004a, p. 34).

We vonden toch enkele werken. Thomas Leeftang beschreef zo de Duitse reorganisatie van het Nederlandse filmwezen in *De bioscoop in de oorlog* (1990). Ook hij meent dat onderzoek hieromtrent lastig is, gezien de oorlog al ver achter ons ligt en het bioscoopbedrijf in die periode zeer gesloten was (Leeftang, 1990, p. 13).

Verder beschreven ook Frédéric Sojcher in *La kermesse héroïque du cinéma belge* (1999), Anne-Marie Poels in *De organisatie van het filmbedrijf tijdens de bezetting van '40-'44* (1997) en Willy Magiels en Robbe De Hert in *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (2004) dit onderwerp. Ten slotte moeten we het stellen met hoofdstukken en paragrafen in kronieken van de Belgische cinema, zoals *Un siècle de cinéma belge* (1995) van Paul Thomas en *Film in België: een permanente revolte* (2000) van Jan-Pieter Everaerts. Men kan dit ontbreken van uitgebreid onderzoek verklaren via verschillende hypothesen. Mogelijk ervoer het Belgische filmwezen geen sterke invloed van de bezetter, daar, zo zal blijken, veel invloed achter de schermen plaatsvond.

De literatuur over de invloed van de bezetter op de (Belgische) filmreclame, of specifieker de (Belgische) filmaffiche, blijkt grotendeels afwezig. We vonden zo aanvankelijk enkel *Film posters of the Third Reich* (2007). De auteurs vermeldden dat er geen documentatie bewaard is gebleven over de specificaties van de bezetter betreffende de filmaffiches in het Derde Rijk. Ze geven meteen ook de relevantie van huidig onderzoek aan.

This book is the first of its kind dedicated to the artful examples used to entice the German public into seeing what are still considered to be the most effective examples of film propaganda in contemporary history (Gillespie & Nelson, 2007a, pp. 9-16)⁶.

Doorheen de studie vonden we echter nog enkele relevante bronnen. De invloed van de nationaalsocialisten op de reclame werd zo besproken door Waltraud Sennebogen in *Zwischen Kommerz und Ideologie: Berührungspunkte von Wirtschaftswerbung und Propaganda im Nationalsozialismus* (2008), door Andreas Hempfling in zijn proefschrift *Organisationsstruktur und Regulierungspolitik der Zeitschriftenwerbung im Dritten Reich*

⁶ Vrije vertaling: Dit boek is het eerste van haar soort gewijd aan de kunstzinnige voorbeelden die gebruikt werden om het Duitse publiek te verleiden om te zien wat nog steeds beschouwd wordt als de meest effectieve voorbeelden van filmpropaganda in de contemporaine geschiedenis.

(2004), door Alexander Schug en Hilmar Sack in *Moments of consistency: Eine Geschichte der Werbung* (2004) en door Florentine Fritzen in *Gesünder leben: Die Lebensreformbewegung im 20. Jahrhundert* (2006). Daar het weliswaar gaat om documenten uit Duitsland, moesten we beroep doen op wat het internet ons aanbood. Bovendien betreft het hier boeken omtrent de Duitse algemene reclame en niet de Belgische filmaffiche.

Voorgaand literatuuroverzicht toont dat er voldoende literatuur bestaat omtrent de invloed van de bezetter op de filmproductie, film distributie, filmvertoning en filmreceptie, maar dat er precies op vlak van filmpubliciteit een literaire lacune is. In dit domein wil voorliggende studie een meerwaarde en een startschot voor wetenschappelijk onderwerp vormen.

Omtrent de tweede piste, namelijk de invloed van de oorlog op de (Belgische) film(poster), is veel meer bekend. Voor de invloed op de filmposter kan men voornamelijk terecht bij werken van Choko (1989), King (1989), De Hert (1995), Nourmand (2002), Magiels (2004), en Sarowitz (2009) omtrent de kroniek van de (Belgische) filmposter. Voor de invloed op de cinema in het algemeen kan beroep gedaan worden op werken omtrent de evolutie van het (Belgisch) filmwezen van of geredigeerd door De Hert en Stallaerts (1995), Thomas (1995), Sojcher (1999), Everaerts (2000), Magiels en De Hert (2004) en Biltreyst en Meers (2007).

Huidig onderzoek is verder ook maatschappelijk relevant, daar het een ander licht schijnt op het duistere, Duitse verleden. Het kan bijdragen tot een betere kennis van het handelen van de Duitse bezetter. De fysieke wandaden van de bezetter en de psychologische oorlogsvoering via propagandafilms werden zo reeds bewezen. De psychologische manipulatie via films kon echter maar op grote schaal werken als filmreclame publiek wist te lokken naar deze films. Bovendien werden ook de affiches zelf mogelijk ingeschakeld voor psychologische manipulatie. We trachten te achterhalen of de bezetter dit ook besepte en dus filmreclame controleerde.

2. Onderzoeksvraag en methodologie

We zijn nu in staat een specifieke onderzoeksvraag en subvragen te formuleren. De onderzoekspistes worden vertaald in volgende onderzoeksvraag: ‘Welke invloed ging er uit van de Duitse bezetting (in België tijdens de Tweede Wereldoorlog) op de Belgische filmaffiche?’

We bestuderen de directe invloed door na te gaan hoe de bezetter de filmaffiche rechtstreeks trachtte te beïnvloeden. De onderzoeksvraag spreekt echter van invloed, daar we ook willen achterhalen of en hoe hij dit effectief deed. Hiervoor zullen we eerst achterhalen hoe de bezetter de invloed structureel of organisatorisch verankerde. Nadien zullen we kijken of en welke bevelen er van de bezetter uitgingen naar de bevoegde structuur omtrent de filmreclame.

We spreken van bezetting, daar we eveneens meer indirecte vormen van invloed willen blootleggen. De oorlog op zich, maar ook de invloed van de bezetter op de filmproductie, film distributie en filmvertoning kunnen zo veranderingen teweegbrengen.⁷ Deze indirecte invloed zal echter enkel kort in het kader van de directe invloed worden aangehaald, gezien er meer over geweten is. We trachten de kennis hieromtrent louter te verrijken en te toetsen. Het onderzoek naar de directe invloed wil daarentegen een in literatuur en onderzoek onontgonnen terrein verkennen.

We trachten zowel veranderingen in de bevoegdheden, als in de affiche-esthetiek en afficheproductie bloot te leggen.

Een relevante methodepiste, namelijk het interviewen van affichetekenaars die tijdens de Tweede Wereldoorlog actief waren, blijkt niet haalbaar. Gezien vele tekenaars anoniem werkten en vele drukkerijen failliet gingen in de jaren ‘60, wijken we van dit idee af. Bovendien herinneren of willen vele oorlogsbetrokkenen, als ze nog

⁷ Zo kunnen veranderingen in het filmtypen en het productieland, voorschriften jegens het cinemaprogramma, censuurmaatregelen, economische moeilijkheden, tekenen van verzet of heldenverering en tekenen van oorlog of escapisme zich tonen in de affiches.

leven, zich niets meer herinneren over deze periode (Anink & van Yperen, 2005, p. 12; De Hert & Stallaerts, 1995, pp. 16-24; King, 2003, p.9; Leeftang, 1990, p. 9 en 66).

We zullen de onderzoeksvraag beantwoorden via een tweedelig onderzoeksopzet. Enerzijds zullen we primaire bronnen, in vorm van toenmalige vakbladen en verordeningen, en secundaire bronnen, in vorm van contemporaine literatuur, bestuderen. Anderzijds zullen we ook zelf filmaffiches archiveren en bestuderen.

Volgende primaire bronnen zullen bestudeerd worden: het halfmaandelijke *Cinema* van 1940 tot en met 1944, het *Cinema* jaarboek van 1942, het weekblad *La cinégraphie belge* van 1939, 1940 en 1944 en het *Weekblad cinema* van 1939, 1940, 1944 en 1945. *Cinema* is een relevant onderzoeksobject, daar het, om verschillende hieronder aangehaalde redenen, duidelijk het bevoegde vakblad was tijdens de Tweede Wereldoorlog, waarin alle verordeningen van de bezetter en beroepsverenigingen voorkwamen.

De ondertitels *Officieel en halfmaandelijksch orgaan van de kinemacorporatie*, *Officieel orgaan van de Belgische Syndikale Kamer van Filmverhuurders en van de Vereeniging der Kinemabestuurders van België* en later *vakblad van het Filmgilde* wijzen ons hierop.

Verder nam het halfmaandelijke *Cinema* op 1 december 1940 duidelijk het roer over van de vooroorlogse vakbladen *Weekblad cinema* en *La cinégraphie belge*, die net voor de oorlog, in mei 1940, ophielden te verschijnen. Of deze bladen niet meer aanvaard werden of eigenhandig het werk neerlegden, is niet duidelijk.⁸ De laatste editie van het halfmaandelijke *Cinema* verscheen dan weer op 1 september 1944, waarna in oktober 1944 de vooroorlogse vakbladen weer het werk hervatten.

Bovendien publiceerde het blad vaak de *Index van de officiële berichten verschenen in "Cinema"*, waarin alle verordeningen met betrekking tot verschillende filmaangelegenheden verschenen ("Index van de officiële berichten verschenen in "Cinema" van 1 juni

⁸ We vermoeden echter door de toon van hun naoorlogse artikelen, waarover verder meer, dat ze vrijwillig het werk staakten tijdens de oorlog.

tot 30 november 1941”, 1942, p. 10). De leden werden verwacht hiervan op de hoogte te zijn. *Cinema* presenteert zichzelf dan ook als het te gehoorzamen officiële verrichtingenblad.

(...) alle officieele inlichtingen waarop filmverhuurders, cinemahouders, filmproducenten, filmindustriëlen hun beroepsbedrijvigheid moeten steunen. Aan de ene kant verordeningen van de bezettende overheid, aan de andere kant besluiten en maatregelen van de Belgische overheid, de beslissingen, reglementen, aanschrijvingen van de twee grote organismen die de verschillende takken van de cinemacorporatie vertegenwoordigen, leiden, ordenen en controleren (“Bij wijze van inleiding”, 1940, p. 3).

Filmverhuurders, Cinemabestuurders, Opgelet! Op de officieele bladzijden, die verschijnen onder hoofding “Het Corporatief Leven”, of in een rubriek die op de bladzijde “Laatste Berichten” onder dezelfde hoofding kan opgenomen worden, publiceert “Cinema” de berichten, reglementen en aanschrijvingen van de Syndicale Kamer van Filmverhuurders en van de Vereeniging van Kinemabestuurders. Dadelijk na de verschijning ervan in “Cinema”, worden de leden van die twee groepeerings verondersteld kennis te hebben van die mededeelingen (“Het corporatief leven”, 1941a, p. 11; “Het corporatief leven”, 1942, p. 10).

Alle verordeningen van de bezettende overheid op filmgebied, alle corporatieve beslissingen, alle toepassingsmaatregelen die er uit voortvloeien worden automatisch gepubliceerd in de bladzijden “Het corporatief Leven”, of desgevallend onder de laatste berichten, in een rubriek die dezelfde hoofding draagt. Het blad wordt, door bemiddeling van de administratie van “Cinema”, aan alle leden van de twee groepeerings toegezonden. Alle betrokkenen worden dus rechtstreeks en persoonlijk op de hoogte gebracht van alle officieele teksten, van welken aard ook, die hen aanbelangen. Het kan gebeuren dat een maatregel dringend en onmiddellijk dient toegepast: dan worden aanschrijvingen door de corporatieve organismen aan hun leden gezonden. In dat geval evenwel verschijnt die

aanschrijving eveneens in het eerstvolgende nummer van "Cinema". Daar elkeen tot plicht heeft zijn vereeniging te waarschuwen wanneer het blad hem niet bereken zou binnen de vijf dagen volgende op den datum van verschijning, dus op den 1en en den 15en van elke maand, kan geen enkel voorwendsel van onkundigheid aanvaard of gerechtvaardigd worden na dien termijn ("Vereischten van onzen tijd: Tucht is plicht", 1942, p. 1).

Naar het einde van de oorlog toe vervangt *Cinema* zelfs de facto het Belgisch Staatsblad als wettelijk inlichtingenorgaan voor het cinemawezen.

En er is nu vooral nog dit: het belang van het beroepsorgaan groeit met den dag. Wegens de papierschaarste zal het voortaan onmogelijk zijn de verschillende verordeningen van den Leider van het Filmgilde en van de leiders der groepen nog in het Belgisch "Staatsblad" te publiceren. De publicatie van deze belangrijke stukken zal enkel gebeuren in het beroepsorgaan "Cinema" en het in werking treden zal bepaald worden volgens den datum der bekendmaking in het beroepsorgaan. Aldus verkrijgt het in feite en zonder overdrijving de waarde van een "moniteur"[, ook wel staatsblad] ("Pas op! Lees uw beroepsorgaan!", 1944, p. 2)!

Het halfmaandelijks *Cinema* was dus duidelijk het officieel 'oorlogsblad'. Ook in het *Cinema jaarboek*, welke de leden van *Cinema* aangemoedigd werden te kopen, staan alle belangrijke verordeningen, richtlijnen, beroepsgroepen en leden vermeld ("Het corporatief jaarboek", 1941, p. 20). We verwachten verder in *Cinema* één en ander te vinden over de publiciteit.

Cinema wil tevens een orgaan van voorlichting en raadgeving zijn, en er zullen dus bladzijden gewijd worden aan de kulturele rol van cinema en de vraagstukken die verband houden met de verbetering van de technische toerusting en de publiciteitsmethoden, (...) ("Bij wijze van inleiding", 1940, p. 3).

Ook de voor- en naoorlogse vakbladen worden bestudeerd, bij wijze van referentiepunt. Ten slotte nemen we ook het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* op als primaire bron, daar de Reichsfilmkammer een belangrijke instantie zal blijken in nazi-Duitsland en het jaarboek relevante berichten en verordeningen bevat betreffende film in al zijn aspecten. De secundaire bronnen moeten de vakbladen verder aanvullen.

Enkele bibliotheken en archieven kunnen ook voor toekomstig wetenschappelijk onderzoek omtrent dit thema de nodige literatuur bieden. De bibliotheek van het Koninklijk Filmarchief Cinematek te Brussel biedt o.a. literatuur omtrent de film en de filmaffiche, alsook vakbladen van verschillende cinemagroepen. Het Studie- en Documentatiecentrum Oorlog en Hedendaagse Maatschappij te Brussel biedt documentatie over de oorlogen en de weerslag ervan op verschillende maatschappelijke domeinen in België, dus ook het cinemawezen.

Naast de literatuur zullen ook filmposters fungeren als studieobject. Samen met twee andere studenten, Elise Van der Mosen en Lise Buyens, wordt een elektronisch databestand aangelegd van Belgische filmaffiches. Via een systeem van digitale steekkaarten worden alle affichegegevens van alle filmaffiches aanwezig in het Stadsarchief te Leuven gearchiveerd via vijf elektronische steekkaarten. Deze steekkaarten bevatten affichegegevens, archivalische gegevens, beeldanalytische gegevens, filmgegevens en vertoningsgegevens. In bijlage 1 vindt men alle gegevensvelden en mogelijke variabelen. De affichedecollectie omvat alle filmaffiches die in Leuven werden opgehangen tussen december 1932 en december 1969.

Gezien we met deze archivalische inspanning bijdragen tot de verdere ontsluiting van de affichedecollectie, mogen we spreken van een relevant onderzoek.

Bovendien werd tot op heden nog geen enkele Belgische affichedatabank in detail ontsloten of wetenschappelijk bestudeerd. De eigen databank is de eerste die op grote schaal, over een grote tijdsperiode en met een wetenschappelijke nauwkeurigheid alle filmaffiches van een Belgische stad vastlegt en toekomstig onderzoek betreffende de Belgische filmaffiche mogelijk maakt.

De databank en filmaffiches vormen een voor huidig onderzoek wetenschappelijk betrouwbaar en valide meetinstrument (Katholieke Universiteit Leuven, 2010).

De gezichtvaliditeit⁹ wordt gegarandeerd, daar de steekkaarten de vijf gewenste types gegevens in beeld brengen.

Verder kan het instrument de onderzoeksvraag zeker beantwoorden, wat de inhoudvaliditeit¹⁰ garandeert. Hoewel filmaffiches onlosmakelijk verbonden zijn met de films en filmgeschiedenis in kwestie en er hierdoor verkeerde interpretaties kunnen volgen, zullen ze duidelijk enkele reeds ontdekte, maar ook onontdekte invloedsvormen aantonen. De affiches kunnen immers een manipulatiemiddel van de bezetter zijn geweest, alsook maatschappelijke tendensen blootleggen.

De constructvaliditeit¹¹ wordt gegarandeerd, daar de Leuvense stadsarchivaris Marika Ceunen in samenspraak met promotor doctor Leen Engelen, twee experts in de materie, de steekkaarten opstelden. Bovendien werden via een teststeekproef de nodige aanpassingen gedaan. Verder bevat elke steekkaart enkele duidelijke, onweerlegbare variabelen. Dat de steekproef slechts een bepaalde periode bestrijkt, vormt geen probleem, daar ze een volledig beeld geeft van de filmaffiches tijdens, kort voor en kort na de oorlog.

De interne- en interbeoordelaarsbetrouwbaarheid¹² wordt gegarandeerd, daar veel gegevens niet voor interpretatie vatbaar zijn en de codeurs een beschrijvende handleiding ter beschikbaar hebben, een kleine teststeekproef voltrekken en vaak kunnen overleggen.

De methodologie wordt nauwkeurig omschreven, opdat in de toekomst de externe betrouwbaarheid¹³ kan getest worden.

⁹ Het betreft de mate waarin het instrument meet wat het moet meten.

¹⁰ Het betreft de mate waarin het instrument het kennisdomein in kwestie meet.

¹¹ Het betreft de mate waarin het instrument en de variabelen goed geoperationaliseerd zijn.

¹² Het betreft de mate waarin het instrument door verschillende beoordelaars gelijkaardig geïnterpreteerd en gehanteerd wordt.

¹³ Het betreft de mate waarin de resultaten gerepliceerd worden door onafhankelijke onderzoekers die met hetzelfde instrument werken.

Verder mogen we om verscheidene redenen de Leuvense filmaffiches als doorsnee Belgische affiches beschouwen, wat de externe validiteit,¹⁴ ondanks enkele verder besproken zwaktes, garandeert. Verschillende bronnen vermelden zo dat dorpbewoners zich tot na de Tweede Wereldoorlog wendden naar de dichtstbijzijnde verstedelijkte gemeenten tot grootsteden, zoals Leuven, die wel een degelijke cinemastructuur bezaten (Biltreyst & Meers, 2007, p. 281; “Uit Nederland: Statistiek van het bioscoopwezen 1940”, 1939, p. 7).¹⁵ Bovendien speelden verschillende steden dezelfde films en kwamen deze later ook in de dorpen terecht (Biltreyst & Meers, 2007, p. 281; “Distributieplan voor de nieuwe productie”, 1942a, p. 10; “Distributieplan voor de nieuwe productie”, 1942b, p. 15; Vande Winkel, 2004a, p. 33; Willems, 2007, pp. 83-85). Verder verdeelden distributeurs sinds 1920 vaak filmaffiches aan verschillende cinemazalen in verschillende steden (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 27).

De indirecte invloed van de bezetting op de affiche kan echter wel gevarieerd hebben tussen steden. Leuven voelde de oorlog heel sterk aan, wat zich kan getoond hebben in de posters (Jacquemyns, 1980, p. 103; Van Engeland, 1988, p. 7). Het is verder mogelijk dat een andere filmpolitiek gehanteerd werd in Vlaanderen en Wallonië. Het filmaanbod verschilde alleszins in deze taalregio's (Vande Winkel, 2007, p. 71). Toch golden de belangrijkste bevelen en veranderingen voor heel België, waardoor de affiches wellicht weinig verschilden. Mogelijke variaties die blijken doorheen het onderzoek zullen in rekening gebracht worden. Bovendien kunnen net deze afwijkingen interessante bevindingen opleveren.

¹⁴ Het betreft de mate waarin de bevindingen over de steekproef, de filmaffiches in het archief, kunnen veralgemeend worden naar de onderzoekspopulatie, de Belgische filmaffiche.

¹⁵ Leuven kende in 1942 meer dan 20.000 inwoners (“Distributieplan voor de nieuwe productie”, 1942a, p. 10) en kent nu een oppervlakte van rond de 58 km² (Stad Leuven, 2010). Dat geeft een bevolkingsdichtheid van 345 inwoners per km². Hoewel de werkelijke toenmalige bevolkingsdichtheid wellicht enigszins verschilt van voorliggend cijfer, behoorde Leuven dus tot de verstedelijkte gemeenten van 200 tot 700 inwoners/km², welke in 1947 de meeste bioscopen bezaten (Biltreyst & Meers, 2007, p. 281).

Methodologisch vertrekken we van de kwalitatieve *grounded theory* van Anselm Strauss en Barney Glaser. Hierbij gaat men niet uit van rigide theorieën die men aan de data toetst, maar ontwikkelt men inductief, vanuit de waarneming, gefundeerde theorieën. Empirische waarneming, dataverzameling en data-analyse zijn hierbij belangrijk en waarneming en theorie staan in continue wisselwerking, waardoor de theorie steeds meer onderbouwd wordt. Naast de onderzoeksvraag zal ook het verdere onderzoek zo gedeeltelijk opgebouwd worden. De benadering is hier gedeeltelijk aangewezen, daar er weinig bekend is over de materie en de studie dus exploratief van aard is. Toch vertrekt men ook bij deze theorie van een bepaalde onderzoeksvraag, gezien men onmogelijk alles kan onderzoeken. Huidig onderzoek vertrekt zo van vele te verwachten evoluties. Algemene, omkaderende literatuur over de filmaffiche, de Tweede Wereldoorlog en de Duitse machtsgreep, alsook het archiefmateriaal leiden tot een beter omlinjnde onderzoeksvraag.

We zullen niet enkel vanuit de literatuur een theorie opstellen en toetsen aan data, wat een positieve, deductieve onderzoeksmethode is, maar geven ook de data de mogelijkheid te spreken. Voorliggende thesis probeert dus beide onderzoeksmethoden te verzoenen (den Hertog & van Sluijs, 1995, pp. 135-143; ten Have, 1999).

Nu de onderzoeksvraag en onderzoeksmethodologie omschreven werden, gaan we over tot de uitwerking van de onderzoeksvraag.

3. Onderzoeksanalyse

In deze verhandeling zal eerst gekeken worden of en hoe de invloed van de Duitse bezetter structureel verankerd was. Vervolgens zal op basis hiervan de invloed toegelicht worden.

3.1. Structurele verankering van de invloed van de bezetting

We trachten in dit deel te achterhalen wie zich tijdens de Tweede Wereldoorlog bezighield met de filmreclame en wie verantwoordelijk was voor het cinema- en filmaffichebeleid. We onderzoeken dit als volgt.

Ten eerste wordt nagegaan hoe de bezetter België in het algemeen (re)organiseerde. Ten tweede bestuderen we hoe hij het cinemawezen in eigen Duitsland (re)organiseerde. Ten derde gaan we hetzelfde na voor het cinemawezen in het aan België gelijkgestelde Nederland? Ten slotte analyseren we dit voor het cinemawezen in België. Naast het laatste punt zijn ook de andere punten belangrijk, daar ze niet alleen de structurele invloed in België helpen kaderen, maar ook belangrijke invloedhebbers kunnen blootleggen.

3.1.1. Duits militair bestuur in België en Noord-Frankrijk

In voorliggend onderdeel tonen we hoe de bezetter België bestuurde van 10 mei 1940 tot 4 september 1944 (Van Minnebruggen, 2007; De Vos, 2004, p. 26). Hierbij zullen instanties belicht worden die door de bezetter werden ingezet en mogelijk een invloed hadden op het Belgische cinema- en filmaffichebeleid. Verder zal de manier waarop de bezetter België in het algemeen reorganiseerde inzicht brengen in de manier waarop hij het cinemawezen reorganiseerde.

3.1.1.1. Type bestuur

De bezetter had vier soorten bezettingstypes uitgewerkt voor de bezette landen, elk met een verschillend niveau van Duitse inmenging. Het vormt dus een belangrijk kaderend gegeven in huidig onderzoek.

1. De *Bündnisverwaltung* was de minst belastende vorm. Een Afgevaardigde van het Duitse Rijk gaf raad aan de regering zonder maatregelen door te voeren.
2. De *Aufsichtsverwaltung* intervenueerde al sterker en had een controlerende opdracht. De hoogste bestuursbesluiten werden voorbehouden voor deze Verwaltung. Het was van toepassing in België, Nederland en Frankrijk, wat toont dat deze landen gelijkaardig behandeld werden.
3. De *Regierungsverwaltung* nam het volledige bestuur over. Er was een constante controle. De inlandse besturen hadden enkel nog macht op het laagste niveau. Dit gold in Polen en Luxemburg, landen die als oer-Germaans werden gezien.
4. De *Kolonialverwaltung* was de meest intensieve inmenging, waarbij alle besturen bemand werden met Duitsers. Dit was tijdelijk het geval in de Sovjet-Unie.

In België was er dus een matig niveau van inmenging. De *Verwaltung* moest louter de plaatselijke administratie, die in functie bleef, controleren, adviseren en corrigeren, maar kon ook verordeningen uitbrengen. We zullen verder zien dat ook het cinemabeleid zo werd georganiseerd

Binnen de *Aufsichtsverwaltung* onderscheidt men twee bestuurstypes. Het onderscheid was vaak miniem. Het grootste verschil zat in de personeelssamenstelling, de hiërarchische afhankelijkheid, de top van de organisatie en de opgaven van de regimes. De aanwezigheid van een legitieme regering of staatshoofd, zoals in België en Nederland het geval was, leidde vaak tot een militair bestuur of *Militärverwaltung*. Het werd eveneens ingesteld bij landen die niet zouden geannexeerd worden in het Duitse Rijk of waarvan het lot bepaald zou worden aan het einde van de oorlog. Een burgerlijk bestuur of *Zivilverwaltung* gold in tegenovergestelde gevallen.

Tot 18 juli 1944 werd in België en Noord-Frankrijk een gezamenlijke Militärverwaltung¹⁶ ingesteld, vanaf nu MV (De Wilde, 1982, p. 38; Jacquemyns, 1980, p. 109; Teurfs, 1997, pp. 1-3 en p. 16; Wouters, 2004, pp. 48-49).

Hitler wou deze meermaals vervangen door een Zivilverwaltung om België klaar te maken voor de annexatie en omdat hij beseftte niets te kunnen regelen met onze koning. De MV bleef echter lang aan, dit mede doordat het steun kreeg van de Belgische elite en koning Leopold.¹⁷ Verder zag Hitler de economische nadelen¹⁸ in van de afschaffing. Deze kwam er dan ook pas na de deportatie van koning Leopold op 7 juni 1944. De Zivilverwaltung zou uiteindelijk nog 47 dagen worden ingesteld, waarbij er weinig veranderde (De Wilde, 1982, pp. 38-45 en p. 92; Teurfs, 1997, p. X en 8). Deze zal verder dan ook niet besproken worden, daar ze slechts een minieme invloed kon gehad hebben op het filmbeleid.

Twee kwartiermeesters werden in België ingesteld om de stafchefs van de legergroepen A en B in België te verlichten van bestuursopgaven. Ze stonden zo in voor alle aspecten van de militaire besturen in de bezette gebieden en kregen dan ook een *Chef des Militärverwaltungsstabes* onder zich. Voor legergroep A was de

¹⁶ Hierin waren in november 1941 600 mensen actief, waaronder 260 *Beamten des höheren Dienstes* of ambtenaren in hoge diensten, 205 *Beamten des gehobenen und mittleren Dienstes* of ambtenaren op middenniveau, 67 *Sonderführers*, welke een civiel beroep uitoefenden en economische specialisten waren, of door een Berlijnse instantie naar bezette gebieden werden gestuurd met een opdracht, en 68 *Sachverständigen*, welke ook burgers waren die meewerkten in een bepaalde dienst, of commanderende soldaten met expertise van zaken (Teurfs, 1997, p. 54 en bijlage 1; De Wilde, 1982, p. 44).

¹⁷ Von Falkenhausen, de leider van de MV, zou geregeld contacten hebben gehad met het koningshuis.

¹⁸ De *Schutzstaffel*, hierna SS, de paramilitaire eliteorganisatie binnen nazi-Duitsland, en hun leider Himmler prefereerden een Zivilverwaltung waarbij België gesplitst zou worden en enkel Vlaanderen geannexeerd zou worden. Hierdoor zouden de economische inkomsten uit de Waalse industrie verloren gaan.

kwartiermeester Helge Auleb.¹⁹ Voor legergroep B, welke ook in Leuven gestationeerd was, was vanaf 19 oktober 1939 Hans Hellmrich kwartiermeester, met onder zich Eggert Reeder (Teurfs, 1997, p. 29 en 109). In feite stond kwartiermeester Auleb in voor het opzetten van een MV. Wanneer deze echter met legergroep A dieper Frankrijk introk, kwam België onder Alexander Von Falkenhausen en zijn MV Nederland te staan. Ook deze legden snel hun functies neer, daar op 19 mei 1940 Seyss-Inquart *Reichskommissar für die besetzten niederländischen Gebiete* werd. Von Falkenhausen en zijn militairen richtten hun pijlen nu volledig op België, Luxemburg en Frankrijk. Van 31 mei op 1 juni 1940 werd hij zo de *Militärbefehlshaber in Belgien und Nord-frankreich* (Teurfs, 1997, pp. 30-34). Bestuurlijk fungeerde Nederland dus duidelijk als testland. Ze zal dat ook doen op filmgebied.

De MV was verder afhankelijk van Eugen Müller, de *Generalquartiermeister* van de *Abteilung Kriegsverwaltung*.²⁰ Onder hem stond de *Geheime Feldpolizei V* in voor pers en propaganda. Het had dus mogelijk invloed op het cinemabeleid (Teurfs, 1997, pp. 4-5). De afdeling stond dan weer onder het *Oberkommando des Heeres* of OKH, de opperbevelhebber van het landleger, welke steeds meer macht verloor aan zijn feitelijke bevelhebber, het *Oberkommando des Wehrmacht* of OKW.²¹ Het OKH stond als een soort machtsdelegerende tusseninstantie tussen Hitler/de OKW en de militaire besturen in de bezette gebieden.

De bezetter had immers belangrijke lessen geleerd in Polen.²² De plaatselijke elites werden er meteen geëlimineerd en het militair bestuur mislukte door het *hinein regieren* of bemoeien van burgerlijke diensten en een onzorgvuldige voorbereiding. In de Lage Landen kreeg de OKH aanvankelijk veel macht om zorgvuldig een uniform bestuursapparaat in te stellen dat wel samenwerkte met de

¹⁹ Harald Turner stond onder hem als Chef des Militärverwaltungsstabes.

²⁰ Deze afdeling ontstond in oktober 1940 onder Schmidt v. Altenstadt.

²¹ Hilter, welke al opperbevelhebber was van het OKW, volgde in december 1941 dan ook Von Brauchitsch op als opperbevelhebber van het OKH.

²² Polen werd als eerste land binnengevallen door de bezetter, namelijk op 1 september 1939.

plaatselijke elites, dat de plaatselijke economie zou inzetten voor de Duitse oorlogsvoering en eenvoudig rust en orde zou bereiken (De Wilde, 1982, p. 9; Teurfs, 1997, pp. 9-13; Wouters, 2004, p. 47). De leider van de MV, Von Falkenhausen, welke ook in het Belgisch cinemabeleid een aandeel had, kreeg zo zijn bevelen van het OKH en niet van Hitler en het OKW (De Wilde, 1982, p. 40; Jacquemyns, 1980, p. 19).²³

Von Falkenhausen had het grootste militaire, politionele en administratieve gezag in België.²⁴ Dat hij ook de politionele uitvoerende Feldgendarmerie en Geheime Feldpolizei aanstuurde (Teurfs, 1997, p. 5 en 42), vergrootte zijn invloed op het Belgisch cinemabeleid. Hierop wordt later ingegaan. Alle wettelijke voorschriften moesten bovendien aan hem voorgelegd worden en hij kon nieuwe rechtspraak doen gelden (Teurfs, 1997, p. 5, 42 en 45; Jacquemyns, 1980, p. 8 en 19). Naast directe invloed kon de bevelhebber zo ook indirecte invloed hebben op de filmwereld. Een militair besluit dat Belgen van een bepaalde leeftijd verplichtte te werken in de Duitse oorlogsindustrie, had bijvoorbeeld sterke consequenties voor arbeiders in de cinema-industrie (De Wilde, 1982, p. 45). Vele filmverhuurders en cinemabestuurders trachtten zo vrijstellingen te bekomen, omdat hun bedrijf anders zou stilvallen (“De verordening op den arbeidsplicht in Duitsland: Een advies van de bezettende overheid”, 1943, p. 4).

Von Falkenhausen kon zijn macht verder delegeren naar een *Kommandostab* met daaronder een *Verwaltungsstab*.

De Kommandostab, met kolonel Von Harbou, en vanaf december 1943 Heider, als chef, was de persoonlijke militaire staf van Von Falkenhausen. Ze stond officieel in voor de politionele en militaire

²³ Bovendien voerde hij de bevelen van Hitler en het naziregime niet altijd uit.

²⁴ Desalniettemin brokkelde de macht van de MV steeds meer af, ondermeer door het hinein regieren van de partij, de SS en de burgerdiensten en door de opkomst van quasi-onafhankelijke diensten die hun richtlijnen kregen uit Berlin (De Wilde, 1982, p. 22 en pp. 39-44; Teurfs, 1997, p. 4; Wouters, 2004, p. 47).

beleidsaspecten, maar had zeer uiteenlopende bevoegdheden. Ze beschikte zo over een afdeling Propaganda en een Filmstelle, twee nauwelijks bestudeerde diensten.

De Verwaltungsstab, geleid door Eggert Reeder en zijn rechterhand von Kraushaar, stond Von Falkenhausen bij voor de administratieve, politieke, economische en culturele bestuursaspecten (Jacquemyns, 1980, p. 9; Teurfs, 1997, p. 40 en 45; Wouters, 2004, p. 49). De staf moest de plaatselijke economie inschakelen voor Duitsland en de plaatselijke bevolking tevreden houden. In recht stond deze staf onder de Kommandostab (Teurfs, 1997, pp. 52-54). In praktijk vormde ze het eigenlijke bestuursapparaat van de MV (De Wilde, 1982, p. 40). De staf had in november 1941 immers 276 personen²⁵ in dienst en was bevoegd over 11.475.165 burgers.

Reeder werkte zelfs mee aan de creatie van de Militärverwaltung. Hij richtte daarvoor onder zijn eigen bevoegdheid drie diensten op, namelijk zijn *Präsidialbüro*, de economische afdeling of *Wirtschaftsabteilung* en een bestuursafdeling of *Verwaltungsabteilung* (Teurfs, 1997, pp. 68-71). Ook de verder besproken *Propaganda-Abteilung Belgien*, welke grotendeels het Belgisch cinemabeleid bepaalde, viel onder deze staf (De Wilde, 1982, p. 40).

De Verwaltungsabteilung stond onder meer in voor de cultuurordening in het bezette land. Op november 1942 leidde Von Kraushaar deze afdeling, bijgestaan door Thedieck en Heym. Von Kraushaar was verder vice-*Militärverwaltungschef* onder Reeder en leider van het *Präsidialbüro*, waar hij eveneens werd bijgestaan door Heym (Teurfs, 1997, p. 73).

Franz Thedieck was echter, als *Generalreferent* tot april 1943, de belangrijkste directe medewerker van Reeder (Beyen, 2003).

De MV moest enkele bestuursprincipes hanteren.

Het moest voornamelijk trachten als gecentraliseerde top met ‘sterke leiders’ alle bestuursgebieden onder zich te verenigen volgens de principe van ‘eenheid van bestuur’ en ‘militaire hiërarchie’. Ook het cinemabeleid viel zo onder haar bevoegdheid. Omdat echter in alle domeinen ‘vakkundig inzicht’ werd nagestreefd en de militairen vaak

²⁵ Het vormde een grote dienst, daar binnen de MV 600 personen werkten.

enkel verstand hadden van militaire aangelegenheden, werden er allerhande vakmensen aangetrokken. We zagen het reeds, maar zullen verder nog zien hoe de MV enkele diensten en organisaties instelde voor de organisatie van het filmwezen (Teurfs, 1997, p. 17). Verder moest de MV net als de Zivilverwaltung de ‘plaatselijke economie in dienst stellen van de Duitse oorlogseconomie’ en dit ‘achter de schermen van de Belgische administratie’ met ‘een minimum aan Duitse krachten’. De Duitse krachten moesten louter *aufsehen*.²⁶ Zo zou er ‘*Ruhe und Ordnung*’ heersen. De publieke opinie mocht zich niet te sterk ergeren aan de bezetting en moest geloven dat er een ‘*business as usual*’ was (Teurfs, 1997, p. 7). Ook in het cinemawezen zal de bezetter de vrede willen bewaren door ‘achter de schermen’ te handelen zonder te veel Duitse krachten.

De bezettingsstructuur werd nog verder uitgewerkt. Reeder bemande eind 1939 een studiedienst²⁷, de kerndienst van de latere MV, om te bestuderen hoe men het werk van de MV zou kunnen verlichten. De oplossing werd gevonden in het al sterk gestructureerde administratieve leven. De MV bleef de tegenhanger van de hoogste Belgische overheid, maar per bestuursniveau werd een *Kommandantur* als Duitse tegenhanger ingeschakeld, welke toezicht hielden, alsook de MV en Von Falkenhausen bijstonden. Zo zou er minder weerstand komen van België, terwijl er slechts enkele Duitse controlerende krachten ‘achter de schermen’ moesten worden ingesteld. Men kon zo rekenen op sympathie onder de bevolking, of alleszins op loyale medewerkers (Teurfs, 1997, p. 20 en pp. 101-105; Wouters, 2004, pp. 47-49; Welsch, 1998, p. 45; De Wilde, 1982, p. 38).²⁸ Op november 1941 was er zo een *Oberfeldkommandantur* 672 voor de provincie Brabant. In haar *Verwaltungsstab* waren 23 personen aangesteld.²⁹ Verder beschikte Leuven ook over een

²⁶ We verwijzen hier naar de het type bestuur, de Aufsichtsverwaltung.

²⁷ Hierin zetelde ondermeer Harry Von Kraushaar.

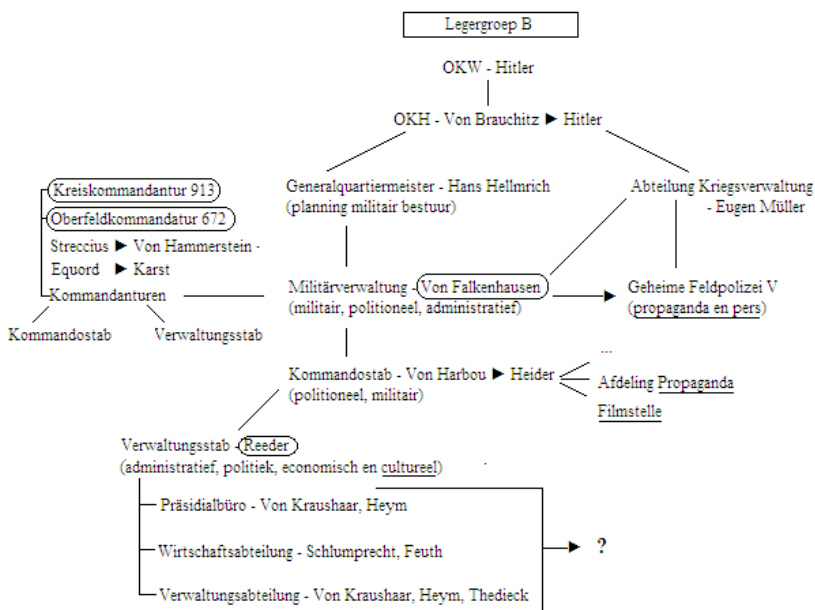
²⁸ Duitsland had uit de Eerste Wereldoorlog geleerd dat het beschikken over loyale medewerkers zeer belangrijk was.

²⁹ De staf beschikte over 10 Beamten des gehobenen oder mittleren Dienstes, 5 Beamten des höheren Dienstes en 8 Sonderführers.

Kreiskommandantur 913 (Teurfs, 1997, bijlage 1).³⁰ Mogelijk bepaalden de Kommandanturen mee het Leuvense filmbeleid.

3.1.1.2. Mogelijke invloedhebbers op het Belgisch filmbeleid

We stellen het bestuur in Leuven tijdens het grootste deel van de bezetting schematisch³¹ voor in figuur 1. We omcirkelen de mogelijk belangrijke invloedhebbers en onderlijjnen relevante domeinen.



1: Bezettingsstructuur in Leuven.

Alfred Streccius, Günther von Hammerstein-Equord en Friedrich Karst hadden er achtereenvolgens een belangrijke functie (Altenburger, z.d.).

³⁰ Samen met de Kreiskommandantur van Nijvel werkten er 2 Beamten des höheren Dienstes en 2 Beamten des gehobenen oder mittleren Dienstes.

³¹ Deze structuur werd geïnterpreteerd aan de hand van het werk van Teurfs en enkele, door hem opgenomen, organogrammen.

De structuur van het Präsidialbüro, P, en de Verwaltungsabteilung, VA, is moeilijker uit te tekenen, daar ze nog maar matig bestudeerd werden. In de aanwezige documenten, komen verschillende diensten en namen in beide groepen voor.³² Op basis van drie organogrammen, vanaf nu A, B en C, distilleren we in tabel 1 de relevante diensten. De drie documenten staan in bijlage 2.

Tabel 1: Diensten binnen het Präsidialbüro en de Verwaltungsabteilung

A	VA	Kultur	Propaganda en Radio
	P	Politieke en Volkskundige vragen	Persdienst van de Mil.Verwaltungsstaf
B	VA	Kultur -kult-	Presse und Rundfunk -prop-
	P	Volkstumfragen -volk-	Organisation des Stabes -org-
C	VA	Kultur	Volkstumfragen und Propaganda
	P	General- und persönliches Referat des Militärverwaltungschef sowie politische Fragen	Pressestelle des Mil.Verwaltungsstabes

Binnen de Verwaltungsabteilung stond de *Kulturabteilung*, welke 11 personen tewerkstelde, in voor het cultuurbeleid (Teurfs, 1997, pp. 145-152).³³ Thediek, kopman van de Verwaltungsabteilung, stelde

³² We vermoeden echter eerder onnauwkeurigheid vanwege Teurfs dan een gedeelde verantwoordelijkheid van beide groepen. Teurfs publiceerde enkele structuurdocumenten die elkaar tegenspreken, namelijk één (zelf opgesteld) Nederlands document (vanaf nu A), twee documenten in het Duits (vanaf nu B), die het Präsidialbüro en de Verwaltungsabteilung apart bespreken, en één Duits omvattend document (vanaf nu C).

³³ De dienst bestond uit 9 Beamten des höheren Dienstes, 1 Beamte des gehobenen oder mittleren Dienstes en 1 Sonderführer. Onder andere Gärtner, Hailer, Oehlerking, Petri, Rolff, Schürmann, Textor en Rosemann werkten in deze groep.

hierin Franz Petri en Werner Reese, opgevolgd door Fritz Textor³⁴, aan als belangrijkste cultuurpolitieke verantwoordelijken binnen de MV. Het absolute diensthoofd van de Kulturabteilung bleef wel Eugen Löffler (Beyen, 2003).

De drie diensten volkscundige vragen, propaganda, en pers en radio worden in de verschillende documenten op verschillende plaatsen ondergebracht.³⁵ In de groep *Volkstumfragen und Propaganda* werkten in november 1941 alleszins 9 personen,³⁶ in de *Pressestelle* 1 hogere ambtenaar. De *Propaganda - und Pressestelle* met verantwoordelijken Aschmann en Hailer verscheen zowel onder de *Verwaltungsabteilung* als onder het *Präsidiälbüro*.

Binnen de *Verwaltungsabteilung* bestond ze uit de secties *Presse* en *Propaganda*. *Presse*³⁷ informeerde het publiek via pers en radio en hield toezicht op pers en film. *Propaganda* werkte de propaganda-aspecten uit in samenwerking met de *Propaganda-Abteilung* België (Teurfs, 1997, pp. 145-152).

Binnen het *Präsidiälbüro* bestond ze uit de *Organisation des Stabes* en de sectie *Presse*. De eerste groep³⁸ stond in voor het domein filmwezen. *Presse*³⁹ stond dan weer in voor ondermeer propagandavragen en de samenwerking met de *Propaganda-Abteilung* België.

Binnen het *Präsidiälbüro* stond ook de groep *Politisches Referat*⁴⁰ in voor de verbinding met de *Propaganda-Abteilung*. Ze stond verder in voor *Propaganda: Plakate und Werbung*⁴¹ en is dus mogelijk een belangrijke groep voor huidig onderzoek (Teurfs, 1997, pp. 159-165).

³⁴ Reese werd na zijn dood in juni 1941 opgevolgd door Fritz Textor.

³⁵ We baseren ons echter voornamelijk op de Duitse primaire bron C.

³⁶ De groep omvatte 3 Beamten des höheren Dienstes, 3 Sonderführers en 3 Sachverständigen.

³⁷ In deze sectie was Marisian actief.

³⁸ Hierbinnen werden Aschmann en Hailer bijgestaan door Angest Klinkman.

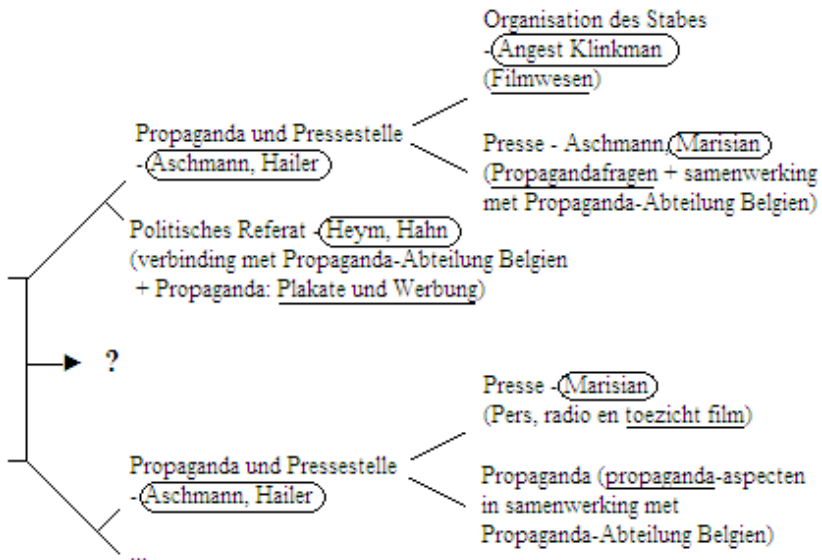
³⁹ Hierbinnen was Aschmann *Sachbearbeiter*, een behandelingsambtenaar of administratief medewerker, en Marisian *Mitarbeiter* of medearbeider.

⁴⁰ Hierbinnen fungeerde Heym als leider en Hahn als vervanger.

⁴¹ Ze stond dus in voor de propaganda-affiches en propagandareclame

Verder werd nog von Werder ingesteld als Sachbearbeiter en Jacobs als Mitarbeiter voor het zaakgebied *Presse-Film-Rundfunk-Theater-Kunst-Schulwezen-Verbindungsman* zur Propaganda-staffel.

Men ziet hoe de verschillende secties in de verschillende groepen dezelfde functies en personen omvatten. Hoewel mogelijk, vermoeden we eerder onnauwkeurigheid vanwege Teurfs. Toch schetsen we in figuur 2 de structuur zoals die uit deze documenten naar voor komt, daar ze de enige beschikbare informatiebronnen zijn.



2: Bezettingsstructuur in Leuven: Deel twee.

Doorheen deze uiteenzetting omtrent het militair bestuur in België werden invloedhebbers en bestuursprincipes toegelicht die mogelijk ook een rol speelden in het Belgische filmwezen.

3.1.2. Organisatie van het filmwezen in Duitsland

Naast de algemene structurele bestuursorganisatie van België, kan ook de organisatie van het filmwezen in Duitsland tijdens de Tweede Wereldoorlog het beeld omtrent de Belgische cinemaorganisatie in

diezelfde periode verscherpen. Mogelijke machtsdelegaties van Duitsland naar België worden blootgelegd. De kans is verder reëel dat de Belgische organisatie opgesteld werd naar Duits voorbeeld.

3.1.2.1. Goebbels: Het Propagandaministerie

Hitler en zijn Nationaalsocialistische Duitse Arbeiderspartij, vanaf nu NSDAP, kregen de macht over Duitsland bij Hitlers aanstelling als Rijkskanselier op 30 januari 1933. Zijn Derde Rijk viel definitief op 23 mei 1945 (Miroir & Picqué, 1983, p. 143; Welch, 1983, p. 10).

Hitler richtte op 13 maart 1933 een Rijksministerie voor Volksverlichting en Propaganda⁴² op met Joseph Goebbels aan het hoofd en Walter Funk als tweede in rang (Leiser, 1974, p. 10; Tegel, 2007, p. 13; Van Woerden, 1970, p. 788).

Goebbels klom in gestage lijn op in de hiërarchie. In 1925 kwam hij in contact met Hitler. In 1926 stelde Hitler hem aan als gowwleider voor de regio Berlijn-Brandenburg om interne conflicten op te lossen. Vanaf 1928 werd hij partijpropagandist. In 1929 werd hij tot propagandaleider van het Rijk benoemd. In 1933 kreeg hij ten slotte een eigen ministerie (Tegel, 2007, pp. 13-14). Hitler stelde hem niet aan als propagandaminister omwille van zijn politieke achtergrond, maar omdat hij een journalistiek vaardige volksmenner was.

Het ministerie werd aangesteld voor 'alle taken van spirituele sturing van het Rijk', waardoor Goebbels de macht kreeg over vele domeinen. Hitler definieerde deze sturing als volgt.

Wir können uns nicht damit begnügen, dem Volke nur zu sagen, was wir wollen, sondern wir wollen die Menschen solange bearbeiten, bis sie uns verfallen sind.⁴³

⁴² Duitsland werd het eerste land met zulk een ministerie (Petley, 1979, p. 57; Rhodes, 1976, p. 11).

⁴³ Vrije vertaling: We kunnen ons niet tevredenstellen met het volk enkel te zeggen wat wij willen, maar we willen de mensen zolang beïnvloeden tot ze aan ons onderworpen zijn.

Het volk moest zo lang bewerkt worden tot ze meenden vrijwillig te handelden (Van Woerden, 1970, p. 788).

Het Propagandaministerie had hiertoe tijdens de oorlog 14 departementen. Enkele focusten op propaganda, zoals de relevante departementen Propaganda en *Ausland*. Andere focusten op cultuur, zoals het departement *Film*, met aan het hoofd Arnold Raether, nadien Fritz Hippler en nog later Peter Gast (Van Woerden, 1970, p. 788; Tegel, 2007, p. 17 en 36; Lakaff, 1943, p. 18). We verwachten dat er ook invloed uitging van het ministerie naar het buitenland of dat verscheidene secties dienden als voorbeeld.

3.1.2.2. Goebbels: De Kulturkammer en Filmkammer

Goebbels' macht nam toe bij de oprichting van de *Reichskulturkammer*⁴⁴ onder zijn Propagandaministerie. Deze zou de nieuwe Duitse cultuur bepalen en controleren. Wederom stond Walter Funk onder Goebbels (Kwiet, 1970, pp. 927-929; Tegel, 2007, p. 17; Van Woerden, 1970, p. 787).

Binnen de Kulturkammer waren er zeven corporatieve kamers, elk voor een bepaald cultureel domein (Welch, 1983, p. 13). De *Reichsschrifttumskammer* stond in voor de letterkunde, de *Reichspressekammer* voor de pers, de *Reichsrundfunkkammer* voor de radio, de *Reichstheaterkammer* voor het toneel, de *Reichsmusikkammer* voor de muziek, de *Reichskammer für die bildende Künste* voor de beeldende kunst en de *Reichsfilmkammer* voor de film.

Het 'principe van eenheid van bestuur' werd via de kamers nagestreefd. Dit principe kan vergeleken worden met de in Duitse teksten omschreven *Gleichschaltung*, waarbij de bezetter alle levensgebieden harmoniseerde, maar dit onder hiërarchische nazistische structuren. Het Propagandaministerie zou via de kamers controle krijgen over alle culturele gebieden. Wilde men immers blijven werken in de industrie, dan moest men lid zijn van één van de

⁴⁴ De kamer bestond bij wet vanaf 22 september 1933, maar opende officieel op 15 november 1933.

kamers. Men werd lid als na een vragenlijst omtrent politieke en raciale gegevens, een bewijs van politiek gedrag en een Ariërverklaring, besloten kon worden dat men politiek betrouwbaar en raszuiver was (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 12; Kwiet, 1970, p. 928; Petley, 1979, pp. 57-58; Tegel, 2007, p. 18 en 38).

Als onderdeel van de complexe staatsmachinerie onttrokken de kamers eveneens de machtsovername aan het publieke oog om ‘Ruhe und Ordnung’ te behouden (Leiser, 1974, p. 14; Petley, 1979, p. 57; Welch, 1983, p. 10).

De Reichsfilmkammer⁴⁵ bestond, naar het principe van ‘vakkundig inzicht’, niet uit uitgesproken nationaalsocialistische militairen, maar vakbekwame, nationaal gezinde kunstenaars (Kwiet, 1970, p. 928).

De kamer vormde zo via personen als leider Fritz Scheuermann⁴⁶ en vice-president Arnold Raether⁴⁷ een link tussen de filmindustrie en het Propagandaministerie (“Het congres van de Internationale Filmkamer te Berlijn”, 1941, p. 2; “Op de leestafel”, 1941, p. 16).

Verder werd vakkundig inzicht gegarandeerd door gespecialiseerde adviescolleges. Ook de *Präsidialrat* met werknemers van het Propagandaministerie, het Ministerie van Financiën en de grote banken fungeerde als adviesraad (Petley, 1979, p. 56; Tegel, 2007, p. 37; Welch, 1983, p. 12). De filmkamer bestond verder dan ook uit tien vaksecties (Leiser, 1974, p. 14; Tegel, 2007, p. 36; bijlage 3). We verwachten dat in België door de bezetter een gelijkaardige kamerstructuur werd ingesteld.

⁴⁵ Ze bestond al op 14 juli 1933, maar kwam vanaf 22 september 1933 onder de cultuurkamer te staan (Tegel, 1990, p. 35; Welch, 1983, pp. 12-13).

⁴⁶ Hij was lid van het representatieve orgaan Spitzenorganisation der Deutschen Film Industrie, vanaf nu SPIO, en partijlid sinds 1933. Scheuermann werd als leider opgevolgd door regisseur Carl Froelich,

⁴⁷ Hij was uitvoerend lid van het filmbedrijf UFA, partijlid sinds 1931, hoofd van het filmdepartement van het Propagandaministerie, hoofd van de Central Film Office binnen de Reichspropagandaamt en afgevaardigde van de chef van de filmcensuur.

3.1.2.3. Filmreclame in Duitsland

Uit de structuur van de filmkamer blijkt dus dat de filmreclamemakers en filmafficheontwerpers in nazi-Duitsland duidelijk niet als aparte beroepsgroep werden vertegenwoordigd. Uit het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* bleek dat voornamelijk de exploitanten als reclameverantwoordelijken werden beschouwd. In het jaarboek verschenen immers verschillende berichten aan verschillende vakgroepen, maar het hoofdstuk over filmreclame werd gepubliceerd onder de *Tagung der Fachgruppe Filmtheater*⁴⁸ (Künzler, 1938, p. 110). Ook in België verwachten we dus dat de exploitant werd aangeduid als hoofdverantwoordelijke en dat er geen aparte reclametak voor de filmreclame bestond.

Deze bevinding is opmerkelijk, daar zowel Hitler als Goebbels zich bewust waren van de werking en de kracht van de (film)poster. Beiden realiseerden ook dat boeken en kranten, en dus *filmreviews*, weggelegd konden worden, een radio afgezet, de cinema genegeerd, maar dat posters de aandacht eisten en niet te negeren vielen (Haralovich, 1984, p. 33; Rhodes, 1976, p. 1 en 22).

Hitler beschreef in zijn dagboek *Mein Kampf* (1925) het belang, de mogelijkheden en de kracht van beelden. Ook in praktijk gebruikte hij veel sterke kleuren en symbolen (Tegel, 2007, p. 1), waarvan hij enkele had ontworpen op het partijvaandel. Hitler verdiende als jongeman bovendien wat bij met het schilderen van commerciële affiches (Zeman, 1980, p. 1 en 14).

Ook Goebbels beseftte de kracht van een poster:

Nothing is easier than leading the people on a leash. I just hold up a dazzling campaign poster and they jump through it (Rhodes, 1976, p. 1).⁴⁹

Het is dan ook niet verwonderlijk enige structurering van het reclamewezen te ontwaren. Hoewel er geen aparte tak bestond voor de filmreclame, werden in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938*

⁴⁸ Vrije vertaling: Het overleg/bericht van de vakgroep Filmzalen

⁴⁹ Vrije vertaling: Niets is eenvoudiger dan het volk te leiden aan een les. Ik houd gewoon een oogverblindende campagneposter omhoog en ze springen er doorheen (of en ze zijn er mee weg).

twee algemene reclameorganisaties aangehaald, welke al bestonden voor de oprichting van de kamers.

De eerste organisatie vormde de *Werberat* of reclameraad. Deze had via een wet een herstructurering van het reclamewezen doorgevoerd. Nog nooit zou de staat zoveel ondernomen hebben voor de bevordering van de reclame.

Ich möchte daran erinnern, dass die Gesetzgebung des Werberates geradezu als eine Marktordnung der deutschen Werbewirtschaft in diesem Sinne anzusprechen ist (...) Es hat noch nie eine Zeit gegeben, in der von seiten des Staates so viel für die Förderung der Werbung getan worden ist, wie die heutige (Künzler, 1938, p. 110).⁵⁰

Andere bronnen bevestigen de aanwezigheid van een reclameraad in Duitsland. Waltraud Sennebogen spreekt zo in zijn boek *Zwischen Kommerz und Ideologie: Berührungspunkte von Wirtschaftswerbung und Propaganda im Nationalsozialismus* (2008) onder 'Expansion des Einflusses nationalsozialistischer Propaganda auf das Gebiet der Wirtschaftswerbung seit 1933' van een organisatorische "Gleichschaltung" van het reclamewezen onder de wet over de commerciële reclame.⁵¹ Voor de uitvoering van deze op 12 september 1933 uitgevaardigde wet werd op 31 oktober 1933 de Werberat of reclameraad ingesteld onder auspiciën van het Propagandaministerie. De wet kende de reclame een belangrijke rol toe in nazi-Duitsland. De nationaalsocialisten beseften immers dat reclame niet enkel een middel was om de vraag naar producten te stimuleren, maar dat het ook als propaganda-instrument gebruikt kon worden.⁵² Men moest vanaf dan aan als adverteerder ook een licentie bekomen van deze raad (Hempfling, 2004, p. 3; Hirt, 2009).

⁵⁰ Vrije vertaling: Ik zou graag eraan herinneren dat de wetgeving van de reclameraad als marktordening van de Duitse reclamestiel te adresseren is (...) Nog nooit was er een tijd als de huidige, waarin er van de kant van de staat zo veel gedaan werd voor de bevordering van de reclame.

⁵¹ De originele wetsnaam is *Gesetzes über Wirtschaftswerbung*.

⁵² Andreas Hempfling beschreef in zijn proefschrift *Organisationsstruktur und Regulierungspolitik der Zeitschriftenwerbung im Dritten Reich* (2004) het centrale idee achter de oprichting van de reclamewet als volgt.

Ook in het *Jahrbuch der Reichfilmkammer 1938* werd duidelijk dat de nationaalsocialisten filmreclame belangrijk vonden en het daarom onder de verantwoordelijkheid van het Propagandaministerie plaatsten. Het beïnvloedde immers de geestelijke oriëntatie van de bevolking. De toenmalige staatssecretaris van het Propagandaministerie omschreef het als volgt.

Die Werbung gehört im neuen Deutschland zu den geistigen Führungsmitteln. Aus diesem Grunde ist dieses Gebiet der geistigen Einwirkung auf die Nation auch dem Propagandaminister unterstellt worden. Die Werbung erstreckt sich auf alle Lebenserscheinungen, auf alle Ausdrucksformen des Lebenswillens unseres Volkes. Sie beeinflusst die seelische und geistige Ausrichtung unseres Volkes, und damit die Haltung eines jeden Volksgenossen im beruflichen wie im privaten Leben (Künzler, 1938, p. 110).⁵³

Der zentrale Gedanke, der dem Gesetz vorausging, war die Erkenntnis der Nazis, dass die gesamte Werbung, ob privat oder staatlich organisiert, nicht nur ein Wirtschaftssektor war, der die Nachfrage der Verbraucher nach Produkten oder Dienstleistungen bestimmt bzw. beeinflusst, sondern dass sich hier ein vitaler und potenter Bereich befand, der für das Wirken der nationalsozialistischen Propaganda nutzbar gemacht werden konnte. Vrije vertaling: Het centrale idee dat aan de wet voorafging, was de erkenning van de nazi's dat de gezamenlijke reclame, privaat, dan wel door de staat georganiseerd, niet enkel een commerciële sector betrof, die de vraag van de consument naar producten of dienstverleningen beïnvloedt, maar dat zich hier een vitale en potentieel bereik bevond, dat voor de werking van de nationaalsocialistische propaganda gebruikt kon worden.

⁵³ Vrije vertaling: De reclame behoort in het nieuwe Duitsland tot de geestelijke richtmiddelen. Daarom werd ook dit gebied van de geestelijke, inwerking op de natie onder de propagandaminister ingesteld. De reclame strekt zich uit over alle levensverschijningen, over alle uitdrukkingsvormen van de levenswil van ons volk. Ze beïnvloedt de ziels- en geestelijke oriëntatie van ons volk, en daarmee de houding van elke volksgenoot in het beroepsmatige en private leven.

Verder werd er reeds in november 1933 een algemene vakorganisatie voor reclamevakmensen, de Nationalsozialistischen Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute, opgericht. De naam van de vakgroep verbergt de invloed van de nationaalsocialisten op de reclamewereld allerminst. Hoewel Sennebogen spreekt van een ‘*Selbstgleichschaltung*’, daar de voormalige Deutsche Reklame-Verbandes zichzelf had geïntegreerd in de nieuwe vakgroep, werd lidmaatschap wederom wel verplicht, wou men actief blijven in de reclamebranche. Wellicht gaat het hier om trend die we verder nog meermaals zullen terugvinden. Waarschijnlijk zocht de industrie zelf een herstructurering en ging de Duitse machthebber hier gretig op in. De nationaalsocialisten beschikten zo immers over een extra controlemiddel. Voorzitter van de vakgroep was Hugo Fischer. Richard Künzler, eveneens de schrijver van het besproken hoofdstuk uit het *Jahrbuch der Reichfilmkammer 1938*, was de plaatsvervangende leider (Fritzen, 2006, p. 135; Hempfling, 2004, p. 3; Hirt, 2009; Künzler, 1938, p. 114). De aanwezigheid van de twee sterke organisaties wordt bevestigd Florentine Fritzen in *Gesünder leben: die Lebensreformbewegung im 20. Jahrhundert* en door Alexander Schug en Hilmar Sack in *Moments of consistency: Eine Geschichte der Werbung* (Fritzen, 2006, p. 135; Schug & Sack, 2003, p. 72).

De nationaalsocialisten herstructureerden de reclame-industrie dus wel degelijk. Enerzijds moest men lid zijn van de vakorganisatie, anderzijds moest men een licentie bekomen van de reclameraad. Hartmut Berghoff stelt zo zelfs dat ‘keine andere Partei so stark an den Strategien der kommerziellen Reklame orientiert habe wie die NSDAP’ (Hempfling, 2004, p. 3).⁵⁴

We moeten toch drie kanttekeningen plaatsen voor huidig onderzoek. Ten eerste gaat het hier om de commerciële reclame in het algemeen. Van een aparte tak voor de filmreclame was er dus geen sprake. Toch moest iedereen die wou adverteren, dus ook die instanties in het filmwezen, zich aansluiten aan de vakgroep. Ook de filmreclame werd via deze groep wellicht aan bepaalde regels onderworpen.

⁵⁴ Vrije vertaling: geen andere partij heeft zich zo sterk gericht naar de strategieën van de commerciële reclame als de NSDAP.

Weliswaar ging het dan om algemene principes die op alle soorten publiciteit van toepassing was. Specifieke regels betreffende filmaffiches kunnen we dan ook niet verwachten. De nieuwe nagestreefde nationaalsocialistische reclamekarakteristieken waren respect voor de nationale gemeenschap, tact ten opzichte van de concurrentie en de waar- en klaarheid ten opzichte van de consument. In het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* werd zo ook duidelijk dat deze algemene vakgroep de filmreclamemakers volgens hun principes wou opgeleid zien.

Hier darf ich einflechten, dass die Leitung der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute ständig bemüht ist, die ihr anvertrauten Werbefachleute, welche auf den Gebieten der Werbung für den Film und das Lichtspieltheater werben, in dieser Richtung zu erziehen und zu schulen (Künzler, 1938, p. 113).⁵⁵

Ten tweede geeft Andreas Hempfling aan dat de Tweede Wereldoorlog crisis bracht in de herstructureringsmaatregelen. Men legde immers zijn prioriteiten.

Der Zweite Weltkrieg hatte begonnen. Mit ihm kamen Versorgungsengpässe und die Werbung war eigentlich überflüssig geworden (Hempfling, 2004, p. 3).⁵⁶

Ten derde bleek er bij de structurering vaak een spanningsveld te heersen tussen economische en politieke interesses, tussen de adverteerders en de nationaalsocialisten.

Den Werbetreibenden war zunächst daran gelegen, den eigenen Ruf zu verbessern..., während die Nazis mit der

⁵⁵ Vrije vertaling: Ik kan hieraan toevoegen dat de leiding van de Rijksvakgroep van Duitse Reclamevaklieden continu betrokken is om de aan u [de cinema-uitbater] uitgeleverde reclamevaklieden, die op het gebied van de film- en bioscoopreclame reclame maken, in deze richting te onderrichten.

⁵⁶ Vrije vertaling: De Tweede Wereldoorlog was begonnen. Met de oorlog kwamen knelpunten mee en de reclame was eigenlijk overbodig geworden.

Wirtschaftswerbung als Vehikel einen ideologischen Rundumschlag starteten.⁵⁷

Men ziet hier dus een spanningsveld dat verder nog zal terugkomen, namelijk deze tussen de economische en de propagandistische doelen in nazi-Duitsland. Toch verliep de samenwerking meestal perfect, zolang beide doelen met dezelfde middelen gediend konden worden. Zelfs de vroegere antikapitalistische houding van de nazi's kon weinig veranderen aan deze goede verhouding tussen politiek en reclame (Hempfling, 2004, p. 3).

In Duitsland was er dus wel een structurering van de reclame, maar geen aparte vertegenwoordiging voor de filmreclame. We kunnen dus verwachten dat ook in België de reclamesector in het algemeen werd gereguleerd.

3.1.2.4. Goebbels: De machthebber?

Goebbels had als hoofd van drie belangrijke organen een grote macht in eigen land. Hij kon zo ook de filmindustrie controleren. De principes van 'eenheid van bestuur' en 'leiderschap' werkten zo doeltreffend dat Goebbels in fysieke afwezigheid invloed kon uitoefenen (Petley, 1979, p. 57; Schuursma, 1970a, p. 802). Dat gold eveneens voor de invloed van de bezetter op België.

Toch was Goebbels niet almachtig, gezien conflicten met andere ministers en leidinggevenden⁵⁸ (Tegel, 2007, p. 16; Van Woerden, 1970, p. 787), gedeelde bevoegdheden met andere diensten⁵⁹ (Zeman, 1980, p.18) en zijn ambigue relatie met Hitler (Tegel, 2007, p. 17).

⁵⁷ Vrije vertaling: De adverteerders wilden aanvankelijk hun eigen reputatie verbeteren, terwijl de nazi's met de commerciële reclame een ideologische manipulatie opstartten.

⁵⁸ Men denkt hierbij aan Vicekanselier Franz von Papen en Minister voor Economie en Voeding Hugenberg.

⁵⁹ Men denkt hierbij aan de perschef van het Rijk, Otto Dietrich, en de minister van Buitenlandse Zaken, Joachim von Ribbentrop.

Drie politieke instanties bepaalden dus het filmbeleid, namelijk het Propagandaministerie, de Reichskulturkammer en de Reichsfilmkammer. In deze organisaties wisten Joseph Goebbels, Arnold Raether en Walter Funk verschillende machtsposities te verwerven (“Hervormingen in het Duitse cinemabedrijf”, 1942, pp. 19-20; Petley, 1979, p. 47; Tegel, 2007, p. 17).

Ondanks het feit dat men ‘vakinzicht’ als een belangrijk principe nastreefde, werd dit niet helemaal doorgetrokken in de filmwereld. Er werden wel twee vakinstanties binnen het Propagandaministerie aangesteld voor de reclame, maar voor de filmreclame bestond er geen aparte tak. Mogelijk had Goebbels hier dus geen invloed op.

3.1.2.5. Samenwerking met de filmindustrie: UFA, SPIO en Ufi

Hier zal duidelijk worden hoe de filmindustrie zelf ook interfereerde in de reorganisatie van het filmwezen, wat eveneens in België zal worden vastgesteld. Verder wordt toegelicht hoe enkele filmorganisaties, die ook een belangrijke rol speelden in België, hun machtspositie verkregen binnen het Derde Rijk.

Alfred Hugenberg bepaalde met zijn mediarijk Universum-Film Aktiengesellschaft of UFA mee het Duitse filmbeleid. Hij had mee de filmkamer opgericht en werd Hilters bondgenoot in het breken van de Amerikaanse filmhegemonie en het aanwakkeren van het Duits chauvinisme (Tegel, 2007, p. 15). Het bedrijf ontstond op 18 december 1917 uit de concurrerende organisaties Deutsche Lichtbild Gesellschaft⁶⁰ en Bild- und Filmamt⁶¹ (Convents, 2004, p. 21; Convents, 2005, p. 326; Oppelt, 2002, pp. 107-120; Petley, 1979, p. 2 en pp. 29-31).

⁶⁰ Hugenberg richtte dit bedrijf op en werd bijgestaan door Klitzsch. Het bedrijf produceerde kortfilms die de Duitse cultuur en industrie promootten.

⁶¹ Het militaire German General Staff richtte dit bedrijf op om ondermeer via films vijandelijke propaganda tegen te gaan. De Deutsche Bank had via directeur Emil Georg Strauss een aandeel in dit bedrijf.

UFA omvatte dus leger-, financiële, private en publieke belangen en zou met Emil Georg Strauss als voorzitter nationalistische, propagandistische films produceren en distribueren (Oppelt, 2002, p. 126; Tegel, 2007, p. 24). Dit kapitaalkrachtig bedrijf bracht de gefragmenteerde Duitse filmindustriën⁶² in één nationaal gerichte stroom (Miroir & Picqué, 1983, p. 139; Petley, 1979, pp. 30-32).

In de jaren '20 was UFA het grootste filmbedrijf in Duitsland, gevolgd door het Emelka-Konzern, het Deulig-Konzern, Terra-Film AG en de National Film AG. Door financiële moeilijkheden kwam er vanaf de jaren '20 immers een proces van centralisatie en verticale integratie op gang (Petley, 1979, pp. 34-36).⁶³

UFA had het echter ook moeilijk en moest op 19 december 1925 nadelige deals sluiten met twee Hollywood-studio's, Paramount en Metro-Goldwyn Corporation,⁶⁴ wat de dominantie van de Verenigde Staten op de Duitse filmmarkt vergrootte (German Film Museum, 1995; Petley, 1979, p. 35).

Hugenberg bracht in 1927 redding door de Amerikaanse aandelen uit UFA te kopen. Daar hij ook voorzitter was van de Deutschnationale Volkspartei en in de coalitie met de NSDAP minister van Economische Zaken werd, kon hij rekenen op steun om UFA te maken tot een groot, geregulariseerd en gerationaliseerd multimediaconcern (Petley, 1979, pp. 33-38; Welch, 1983, p. 7). De concentratietrend ging verder, daar UFA Deulig overnam, kleine productiebedrijven verdwenen en Emelka bedrijven opkocht.

Ook Hugenberg had het bij de komst van het geluid en de wereldwijde economische crisis moeilijk (Petley, 1979, pp. 38-39).

⁶² In 1918 waren er zo 130 productiebedrijven en 204 distributiebedrijven actief in Duitsland. UFA kon toch een aanzienlijke invloed uitoefenen in alle takken en startte met een langdurig proces van overnames. Het zou al gauw het grootste Europese filmbedrijf worden in Europa.

⁶³ Bedrijven wilden verliezen in productie opvangen via de winstgevende distributiesector. Andere bedrijven gingen failliet of werden opgenomen door één van de grote firma's. De vier grootste Duitse productiebedrijven tussen 1927 en 1929 waren zo ook bij de zes grootste distributeurs. Enkel de exhibitiesector bleef gespaard van de integratietrend, daar in bezit van individuele families.

⁶⁴ Dit was de bekende Parufamet-deal.

Duitsland wou niet achterblijven op geluidsvlak. In een patentenstrijd besloten Tonbildsyndikat AG⁶⁵ en Klangfilm GmbH⁶⁶ in maart 1929 te fuseren tot Tobis-Klangfilm. Enkel UFA en Terra bleken begin jaren '30 onaangetast door het monopolie van Tobis (Petley, pp. 39-43).⁶⁷

In de jaren '30 wenste de lijdende industrie, met het representatieve SPIO⁶⁸ op kop, een conservatief, nationalistisch regime, dat de industrie zou centraliseren en rationaliseren, de scherpe concurrentie in de exploitatiesector zou tegengaan, kostenvermindering zou doorvoeren en nationalistische films zou promoten (Welch, 1983, p. 8). De SPIO vormde zo uiteindelijk een belangrijke brug tussen de filmindustrie en het NSDAP.⁶⁹ Op 17 juni 1933 bespraken de SPIO en overheid de industriehervorming een eerste maal. UFA kon via zijn managementhoofd Klitzsch, die eveneens voorzitter was van de SPIO, zaken in haar voordeel beslissen (Petley, 1979, pp. 30-37 en p. 50; Welch, 1983, p. 7).

De financieel zwakke bedrijven ondersteunden het SPIO/UFA-plan, daar ze hoopten dat de financiële voordelen de organisatorische en ideologische nadelen zouden overtreffen (Petley, 1979, pp. 44-46).

⁶⁵ Het werd in 1928 opgericht, in 1929 opgekocht door een Nederlands concern en uiteindelijk omgedoopt tot Internationale Tobis Maatschappij NV, met Tonbildsyndikat als Duits dochterbedrijf.

⁶⁶ Klangfilm werd opgericht door elektriciteitsbelangen AEG, Siemens en Halske.

⁶⁷ Tobis kon veel bedrijven in de productiesector opkopen die de hoge huurkosten van het geluidsmateriaal niet konden terugbetalen. Emelka werd overgenomen door Bavaria, waarin Tobis een aandeel had, en ook National-Film AG moest aandelen opgeven. Tobis-Klangfilm stond tussen 1929 en 1931 in voor 90% van de productie en reproductie van Duitse geluidsfilms. In 1932 realiseerde enkel UFA winst. Tobis was het tweede sterkste bedrijf.

⁶⁸ Dit in 1923 opgericht orgaan was de koepelorganisatie van zes professionele organisaties uit de verschillende filmtakken.

⁶⁹ Hugenberg en Goebbels kwamen er tot samenwerking. Enkel Tobis was, vooral door zijn monopoliebeleid, een grote afwezige in de SPIO.

De SPIO werd zo al gauw een machtige organisatie (German Film Museum, 1995; Petley, 1979, p. 3 en pp. 45-51).⁷⁰

De financiering vanwege de overheid aan de industrie voltrok zich via de op 1 juni 1933 opgerichte Filmkreditbank, vanaf nu FKB. In ruil hiervoor kreeg ze inspraak in het filmbeleid.⁷¹ Ze keurde zo productieschema's goed en bepaalde de distributeurs bij wie men films moest aankopen. De industrie had dit er echter graag voor over (Petley, 1979, p. 53; Welch, 1983, pp. 12-14). Ze werd later geïncorporeerd in de Filmkammer. Sleutelspelers als Funk, Scheuermann en Raether, vormden zo de link tussen de nazipartij, de filmindustrie en de bank.

Goebbels juichte dit alles toe. De filmindustrie wou zichzelf herorganiseren naar een dwingende, nationalistische, gerationaliseerde en gecentraliseerde organisatie, het private eigenaarschap en de vrije concurrentie kon behouden worden en de overheid kon achter de schermen van de FKB en de SPIO controle uitvoeren. Het naziregime had de vraag voor structurele⁷² en financiële hulp louter te beantwoorden, waardoor het lijkt alsof de reorganisatie louter vanuit de industrie verliep (Petley, 1979, pp. 2-4, 45-46 en 53-57; Tegel, 2007, p. 35; Welch, 1983, p. 14).⁷³ Jürgen Spiker stelt dit zelfs expliciet in *Film und Kapital* (1975).

The film industry swam along in the wake of the most reactionary elements in the capitalist system which were working directly towards an alliance with the NSDAP, with Hitler as head of the new regime (Petley, 1979, p. 44).⁷⁴

⁷⁰ De SPIO installeerde het verplichte lidmaatschap en leidde tot de latere filmkamer, welke een grotere versie van de SPIO was, met meer macht en status van de overheid.

⁷¹ De filmbank nam leningen op van conventionele banken en stond tegen betaling en inspraak in het filmbeleid in voor de terugbetaling.

⁷² De regering zou orde brengen in de door de Weimar-republiek achtergelaten chaos.

⁷³ In België verliep de reorganisatie op een gelijkaardige manier.

⁷⁴ Vrije vertaling: De filmindustrie zwom rond in het kielzog van de meest reactionaire elementen in het kapitalistische systeem, die naar een alliantie met de NSDAP, met Hitler als hoofd van het nieuwe regime, toewerkten.

Daar de kredietbank al gauw ook de groten in de industrie steunde, maar financiële moeilijkheden aanbleven, kwam tussen 1932 en 1937 de concentratietrend en dus het 'principe van eenheid van bestuur' steeds meer te gelden. De vier majors, UFA, Tobis, Bavaria en Terra, domineerden de markt.⁷⁵ Ook deze bedrijven kregen het echter moeilijk⁷⁶ en enkel UFA zou, door thuis te zijn in verschillende mediatakken en een sterk exportbeleid, overeind blijven (Petley, 1979, p. 54 en pp. 61-63; Welch, 1983, p. 14).

Hoewel de industrie zelf, alsook Walter Funk binnen de partij aanstuurden op een sterkere overheidsinmenging, zagen noch de overheid, noch de industrie een echte nationalisatie zitten.⁷⁷ Goebbels verkoos bovendien een louter toezichhoudende rol (Schuursma, 1970a, p. 802).⁷⁸

Max Winkler kwam met een oplossing. De overheid gebruikte zijn bedrijf Cautio-Treuhand GmbH⁷⁹ om de filmorganisaties langzaam achter de schermen op te kopen, waarbij de kapitalistische werking en de top van de organisaties behouden werden. Zo kon de overheid het eigen geld behouden. De overheidsinmenging leek zo beperkt. Toch kon de overheid in ruil voor de financiële gezondmaking van de productie en distributie ideologische invloed uitoefenen (Leefflang, 1990, p. 92; Petley, 1979, p. 5 en pp. 64-65; Schuursma, 1970b, p. 947; Welch, 1983, p. 32).

⁷⁵ In 1935-1936 hadden UFA en Tobis 60,2% van de gehele productie in handen. Op het einde van de jaren '30 zou dat zelfs oplopen tot 65%, en 55% in de distributiesector. De exploitatiesector bleef vrijwel gespaard van deze concentratietrend.

⁷⁶ Tobis moest aandelen verkopen. Bavaria ging in 1937 failliet en enkel zijn dochterbedrijven bleven bestaan. Terra kwam vanaf 1935 in moeilijkheden en verkocht zijn Zwitserse aandelen.

⁷⁷ Dit zou de kapitalistische aard van de industrie schaden. Bovendien hing Duitsland nog steeds af van buitenlandse producties.

⁷⁸ Hij vond de structuur van het filmwezen te ingewikkeld om deze te nationaliseren.

⁷⁹ Winkler richtte al op 17 januari 1929 Cautio op. Via dit bedrijf had hij heel verborgen een mediarijk weten op te bouwen, wat de nieuwe regering wel aansprak.

Tegen 1939 waren de meeste grote filmbedrijven⁸⁰ indirect in overheidshanden en had Cautio 60% van de langspeelfilmproductie in handen. In 1941 was dit al 71% (Borsboom, 1995; German Film Museum, 1995; Leeflang, 1990, p. 92 ; Tegel, 2007, p. 1; Welch, 1983, pp. 32-34).

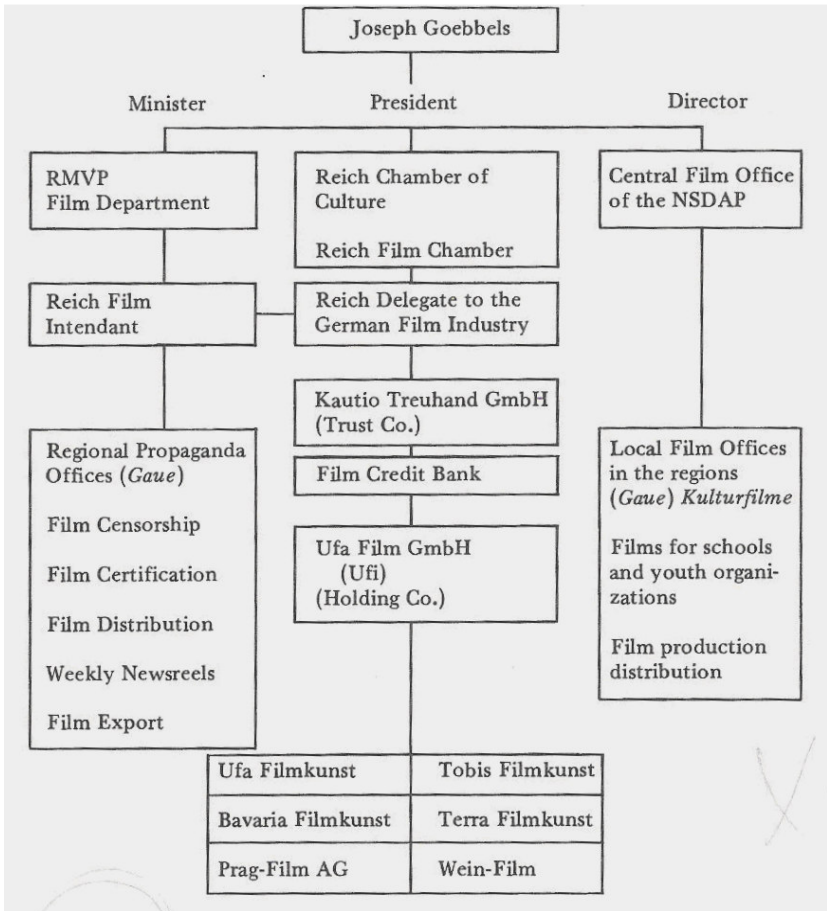
Door aanhoudende financiële problemen werd de nationalisatie versterkt tussen 1939 en 1941. Op 10 januari 1942 werd besloten alle bestaande bedrijven onder de overheid te centraliseren in Ufa-Film GmbH of Ufi (Borsboom, 1995; German Film Museum, 1995; Welch, 1983, p. 35). De productie bleef echter gedecentraliseerd, opdat de eigenheid van de verscheidene cultuurcentra behouden zou blijven. De structuur van Ufi vindt men in bijlage 4 (“Hervormingen in het Duitse cinemabedrijf”, 1942, pp. 19-20). Ook binnen Ufi werd er geen aparte tak voor de filmreclame ingesteld. Wellicht kwam de reclame weer onder de bevoegdheid van de bioscopen, en dus Theo Quadt, of onder de afdeling filminrichtingen.

Op 29 februari 1942 werd binnen Ufi voorzien in een *Reichsfilmintendantz* met als voorzitter Fritz Hippler.⁸¹ Dit orgaan concentreerde zich op de algemene planmatige voorbereiding van de productie, alsook het vrijwaren van haar artistiek en intellectueel niveau, en het waken over de aanwending van kunstpersoneel en de opleiding van nieuw personeel (Borsboom, 1995; German Film Museum, 1995; Lakaff, 1941, p. 16; Welch, 1983, p. 38). Mogelijk was zo ook de filmreclame één van zijn bevoegdheden.

⁸⁰ UFA werd opgekocht in maart 1937. Terra Film AG, een dochtermaatschappij van UFA, werd in augustus 1937 samengevoegd met één van Tobis' distributiebedrijven tot Terra Filmkunst GmbH. Bavaria Film AG werd opgekocht en veranderd in Bavaria Filmkunst GmbH in de winter van 1938. Na de annexatie van Oostenrijk in 1938 werd de hele Oostenrijkse filmindustrie samengevoegd tot Wien Film GmbH en opgekocht op 16 december 1938. Hetzelfde gebeurde voor de Tsjecho-Slowaakse industrie in Prag Film AG.

⁸¹ Hij was ondermeer regisseur van de antisemitische film *Der ewige Jude* (Hippler, 1940).

De structuur bleef vrijwel ongewijzigd. Ufi had de verantwoordelijkheid over elk deel van de industrie. Het Propagandaministerie gaf haar ook de meeste bevelen, daar de cultuurkamer nog slechts een bureaucratische, administratieve machine was (Welch, 1983, p. 38). De structuur van de Duitse filmindustrie in 1942 schetsen we in figuur 3. Ook hier is elk spoor van een filmreclameorganisatie bijster.



3: Structuur van het Duitse filmwezen in 1942 - Bron: Welch, 1983, p. 37.

3.1.2.6. Hitler en Goebbels over film

We bespreken kort de houding van Hitler en Goebbels tegenover film en filmaffiches, daar het de organisatie van het filmwezen in Duitsland en bezette landen bepaalde, alsook de invloed op de filmaffiche.

Goebbels zag film als hét middel bij uitstek om propagandistische en economische doelen te verwezenlijken.

Enerzijds moest film de bezette landen gevoelsmatig dichter bij het Duits regime brengen. Op 28 maart 1933 riep hij het filmpersoneel zo op een film te maken als Eisensteins *Bronenosets Potyomkin*⁸² (Eisenstein, 1925).

This is a film which could turn anyone with no firm ideological convictions into a Bolshevik.⁸³

Gelijkaardige sterke films vond hij *Anna Karenina* (Brown, 1935) en *Die Nibelungen* (Lang, 1924) (Tegel, 2007, p. 19; Leiser, 1974, p. 10). Volgens Goebbels moest film de nationale moraal stimuleren en de heersende nationale tijdsgeest weerspiegelen.

The only possible art is one which is rooted in the soil of National Socialism (Leiser, 1974, p. 10; Van de Vijvere, 1990, pp. 58-59).⁸⁴

Anderzijds moest film inkomsten voor Duitsland genereren. Men kon cultuur niet vervangen door propaganda. Cinema moest winstgevend en artistiek onderscheidend zijn, opdat de nazi-ideeën effectief zouden kunnen verspreid worden (Petley, 1979, p. 1).

Idealiter werden beide doelen verzoend. Ook in België werd het filmwezen ingeschakeld als propagandistisch wapen en winstmaker. Filmaffiches speelden hierin een belangrijke rol, daar ze het volk

⁸² De film kreeg als internationale titel *Battleship Potemkin* mee.

⁸³ Vrije vertaling: Dit is een film die iedereen zonder sterke ideologische overtuigingen tot een bolsjewiek zou kunnen maken.

⁸⁴ Vrije vertaling: De enige mogelijke kunst is er één die zijn wortels kent in de nationaalsocialistische aarde.

lokten naar de film, opdat propaganda kon werken en winst gemaakt kon worden (Tegel, 2007, p. 18; Vande Winkel, 2007, pp. 64-65). Rijksfilmintendant Hippler beweerde⁸⁵ zo dat Goebbels er in geslaagd was ‘een stevig geschraagde filmnijverheid op te bouwen, aan de welke, naast haar zuiver economische beteekenis, ook een cultureele en opvoedende opdracht werd toegewezen’ (“Brief uit Berlijn”, 1943, p. 25).

Aanvankelijk achtte Hitler enkel massa-evenementen en direct publiekscontact als succesvolle propagandamiddelen, hoewel hij tijdens de Eerste Wereldoorlog (van de Britten) had geleerd hoe effectief filmpropaganda kon zijn. Toch geraakte hij stilaan overtuigd van de propagandakracht van film en vond hij dat deze kon bijdragen tot de natievorming door de nieuwe nationale tijdsgeest te weerspiegelen. Ook zijn eerste beleidsverklaringen in 1933 schoven de film als propagandamiddel naar voor.

(...) the government will embark upon a systematic campaign to restore the nation's moral and material health. The whole educational system, theatre, film, literature, the press, and broadcasting ... will be used as a means to this end (Schuursma, 1970b, pp. 797-802).⁸⁶

Film was volgens hem vooral geschikt gezien het goed op massa's kon inspelen (Welch, 1983, p. 39). Het moest vooral de minder opgeleide massa aanspreken en aangepast worden op hun niveau. Films maar ook affiches moesten enkele eenvoudige ideeën blijvend herhalen en eerder emoties, dan wel het intellect aanspreken (Darman, 2008, p. 59; Rhodes, 1976, p. 12; Tegel, 2007, p. 11; Zeman, 1980, p. 13).

Ook Goebbels zag film als een geschikt medium voor een intellectueel beperkt massapubliek.

⁸⁵ Deze uitspraak deed hij op 30 januari 1943, bij de 10^{de} verjaardag van de nationaalsocialistische machtsovername in Duitsland.

⁸⁶ Vrije vertaling: de overheid zal aan boord gaan van een systematische campagne om de morele en materiële gezondheid van de natie her in te stellen. Het hele opleidingssysteem, theater, film, literatuur, de pers, en omroep,... zullen gebruikt worden als middelen voor dit doel.

Film is one of the most modern and far-reaching ways of influencing the masses today (Leiser, 1974, p. 47; Tegel, 2007, p. 18).⁸⁷

Een afsluitende anekdote toont hoe Goebbels zelfs in de slechtste periodes het geloof in en de overgave aan films niet verloor. Toen Sovjetsoldaten de bunker doorzochten waarin Goebbels zichzelf en zijn vrouw en kinderen had omgebracht, vonden ze losse pagina's uit zijn dagboek met zijn laatste gedachten. Deze lagen echter onder zijn filmscripts (Tegel, 2007, p. 19).

3.1.3. Organisatie van het filmwezen in Nederland

Nederland fungeerde bestuurlijk als testland voor België. Mogelijk was ook het filmwezen in Nederland een belangrijk (les)voorbeeld voor België. Het 'oorlogsvakblad' *Cinema* zette de Nederlandse organisatie van het cinemawezen alleszins als toonbeeld neer van sterke tucht en discipline ("Brief uit Holland", 1942, p. 22; "Echo's en nieuwtjes", 1942, p. 8; "Vereischten van onzen tijd: Tucht is plicht", 1942, p. 1). Dat de cinemacorporaties in België en Nederland tijdens de oorlog beiden de naam Filmgilde kregen en Nederland hierin eerst was, bevestigt dit alleen maar.

Het analyseren van de situatie in Nederland is eveneens aangewezen daar Hitler de 'kleine landjes in het Westen' als één beschouwde en er ook zo over besliste (Teurfs, 1997, pp. 9-16 en p. 30).

Goebbels stelde voor het economisch geheel België, Frankrijk en Nederland dan ook Alfred Greven aan als *Reichsbeauftragter* voor de filmeconomische reorganisatie van deze regio in het Duitse belang (Vande Winkel, 2007, p. 66). Mogelijk zullen dus elementen uit de Nederlandse bioscooporganisatie terugkomen in België.

Hoewel Greven weinig invloed had in België, was deze toch aanwezig. Hij ondersteunde zo allermindst Belgische of Nederlandse filmproducties en produceerde voornamelijk Franse films via Continental Films.⁸⁸ Daar gefinancierd met Duits geld moest hij

⁸⁷ Deze uitspraak deed hij in een toespraak op 9 februari 1934.

⁸⁸ Hij richtte het bedrijf op in oktober 1940.

samenwerken met de Propaganda-Abteilung Belgien en de *Gruppe Film*, welke de cinemahervorming in België zullen coördineren. Via zijn firma Bruciné kochten hij en de propaganda-afdeling te België eveneens verschillende cinemazalen in de Belgische grootsteden (Leeflang, 1990, p. 78; Vande Winkel, 2004a, pp. 31-34; Vande Winkel, 2004b, p. 157; Vande Winkel, 2007, pp. 65-66). Zowel de Franse films, als de opgekochte cinema's moesten Duitsland geld opbrengen.

In Nederland vond eenzelfde centralisatie plaats als in Duitsland. Het Rijkscommissariaat richtte⁸⁹ het Departement van Volksvoorlichting en Kunsten op, vanaf nu DVK, welke als afsplitsing van het Departement van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen ondermeer diens verantwoordelijkheid over het filmwezen moest overnemen. Duitsland was bij deze reorganisatie vertegenwoordigd in het *Filmreferat* van Peter Zimmer en Alfred Greven (Leeflang, 1990, p. 138). Het DVK vormde het plaatselijk filiaal van het Propagandaministerie (Leeflang, 1990, p. 46 en 165). Ook in België zou de Propaganda-Abteilung Belgien een gelijkaardige plaats innemen.

Hieronder werd de Nederlandsche Kultuurkamer⁹⁰ opgericht. Haar taak werd als volgt geïnterpreteerd.⁹¹

Het is de taak van de Nederlandsche Kultuurkamer door de samenwerking van allen, die op het terrein van een harer groepen werkzaam zijn, de Nederlandsche kultuur in het licht van haar verantwoordelijkheid tegenover de volksgemeenschap te bevorderen, de vakkundige, economische en maatschappelijke aangelegenheden van de kultuurgroepen te regelen en overeenstemming te brengen in het streven van de tot haar behoorenden groepen (Leeflang, 1990, pp. 43-46 en p. 165; Roest, 1941, p. 1).

⁸⁹ Dit gebeurde op 25 november 1940.

⁹⁰ Deze werd op 30 mei 1942 officieel ingehuldigd met T. Goedewaagen als voorzitter, welke eveneens secretaris-generaal van het DVK was.

⁹¹ De Rijnbode van 26 november 1941 interpreteerde de taak als dusdanig uit het verordeningsblad. Goedewaagen beaamde dit op 30 mei 1942.

Onder deze Kultuurkamer kwamen, naar Duits voorbeeld, zes gilden te staan, namelijk de Letterengilde, Persgilde, Gilde voor Theater en Dans, Muziekgilde, Gilde Beeldende Kunsten en de Filmgilde. In België zou geen cultuurkamer komen, maar wel een Filmgilde. Net als op algemeen bestuurlijk niveau, had de bezetter immers ook op vlak van cultuurorganisatie lessen getrokken uit Nederland. De Kultuurkamer in Nederland werd ervaren als een mislukking. Daarom, en om de schijn van de ‘business as usual’ op te houden, werkte men in Vlaanderen met bestaande organisaties. Bovendien besepte de bezetter dat het instellen van één cultuurkamer onverstandig was, daar er verschillende gevoeligheden heerste in Franstalig en Nederlandstalig België. Ten slotte wilde de bezetter zich in België minder bemoeien met het cultuurleven dan in Nederland. Mogelijke invloed mocht niet opvallen (Van de Vijvere, 1990, pp. 4-7 en p. 26).

Jan Teunissen werd aan het hoofd gezet van de Nederlandse Filmgilde. Goedewagen gaf aan dat hij de benoeming van Teunissen en andere hoofdambtenaren voorstelde en de Duitse autoriteiten hiertoe geen druk uitoefenden. Hun politieke overtuiging werd wel bekeken, maar vakbekwaamheid was net zo belangrijk.⁹² De bezetter schakelde dus wel vakbekwame en politiek Duitsgezinde personen in aan de top, maar liet de verdere reorganisatie over aan die top (Leeflang, 1990, p. 165). Dat zal niet anders zijn in België.

Net zoals bij de Duitse cinemaorganisatie en de Belgische bestuursorganisatie gelden ook hier het principe van ‘eenheid van bestuur’ en het ‘leiderschapsprincipe’.

Teunissen was verder ook actief in allerlei andere filmgerelateerde organisaties,⁹³ alsook redacteur⁹⁴ van het vakblad *Film en Cultuur*, wat leek op het Belgische oorlogsvakblad *Cinema*. Het was immers ook ‘een saai besluiten- en mededelingsblad’ (Leeflang, 1990, pp.

⁹² Hij zou dit na de oorlog, op 26 maart 1947, aangegeven hebben.

⁹³ Zo was hij eveneens plaatsvervangend president-commissaris van het op 6 april 1944 opgerichte Nederlandsche Filmjournaal Maatschappij, welke een nieuw Nederlands bioscoopjournaal bracht, leider van de NSB Filmdienst en voorzitter van de verder besproken Rijksfilmkeuring.

⁹⁴ Zowel voor de Filmgilde als voor het vakblad werd Teunissen bijgestaan door Hille Kleinstra.

42-44 en 65-69). Een gelijkaardige machtspositie zou Jan Vanderheyden verwerven in België.

Aanvankelijk⁹⁵ werkte de bezetter met de goed functionerende vooroorlogse Nederlandsche Bioscoop-Bond, vanaf nu NBB. Het kon zo ‘Duitse krachten’ besparen en ‘achter de schermen’ werken. De Filmgilde zou deze vervangen om heel het filmwezen te representeren, om naast de commerciële belangen van de leden ook het cultuur-propagandistisch (lees: nationaalsocialistisch) doel van films te verdedigen, en om de beperkingen, zoals de scherpe concurrentie, in de filmwerkzaamheden te elimineren. Het Filmgilde in België zou om exact dezelfde redenen worden opgericht (“Brief uit Holland”, 1942, p. 22; Leeftang, 1990, p. 153, 165 en 285).

De filmgilde omvatte acht vakgroepen, namelijk Filmkunstenaars, Filmproductie, Filmverhuur, Filmtheaters, Filmreclame, Filmtechniek, Smalfilm en Filmamateurs. Wederom volgt deze classificatie in grote lijnen het Duitse voorbeeld en zou ook België, in beperktere mate, dit voorbeeld volgen.

We dachten in de vakgroep Filmreclame⁹⁶ een voor huidig onderzoek relevante groep te hebben ontdekt. In een brief van Teunissen lezen we echter dat het om reclameprojectie ging en niet om reclame voor de film. Het volgt dus weer de Duitse structuur, waar een vakgroep ‘commercials’ aanwezig was (“Brief uit Holland”, 1942, p. 22; Leeftang, 1990, p. 65 en 74). Ook in Nederland bestond er dus geen aparte groep voor de reclame voor films. In België verwachten we hetzelfde.

Ondanks het ontbreken van een aparte beroepsstructuur, moesten reclameontwerpers, net als iedereen die actief wou blijven in het filmwezen, lid worden van de Filmgilde door een Ariërverklaring te ondertekenen.⁹⁷

⁹⁵ Vanaf oktober 1940 werd de NBB ingeschakeld.

⁹⁶ De leider van deze groep was A.C. van Dam, welke bioscopen bezat in Berlijn, bijgestaan door bestuurder W. Kubbenga.

⁹⁷ Hierna kreeg men een roodgekleurde legitimatiekaart met pasfoto, naam, adres en functie.

Eenieder die tijdens de bezetting in het geariseerde film- en bioscoopbedrijf wilde blijven werken, van cameraman tot theaterdirecteur, van belichter tot montageassistent, van gevelreclameschilder tot bioscoopprojectionist, moest de niet-joodverklaring invullen en ondertekenen, drie pasfoto's bijsluiten en via het Filmgilde lid worden en blijven van de Nederlandse Kultuurkamer (Leeflang, 1990, pp. 8-12 en p. 66 en 209).

In België zou dit lidmaatschap voor de reclameberoepen veel minder duidelijk zijn.

Het Nederlandse cinemawezen was, net als in België het geval was, heel meegaand. In tegenstelling tot andere kamers binnen de Kultuurkamer, ervoer de Filmgilde geen verzet, zelfs niet toen het Duits beleid glashelder werd. De meegaande houding kan net als in Duitsland en België eerder gezien worden als zelfbehoud dan wel als teken van politieke overtuiging (Leeflang, 1990, p. 8, 42, 75, 108 en 214). Historici J.J.M. van der Brug en E. W.J. Barten bevestigen dit alles in *Intermediair* op 21 april 1989.

De Nederlandse bioscoopwereld betoonde zich tijdens de oorlog weinig moedig (...) en draaide alles wat ze te pakken kon krijgen. De propagandistische inhoud van de films interesseerde de bioscoopexploitanten nauwelijks. Zonder veel te chargeren, kan men stellen dat de oorlog in de bioscoopwereld niet leidde tot een principieel andere handelswijze dan daarvoor. Men streefde zoveel mogelijk naar een situatie van 'business as usual' (Leeflang, 1990, p. 11).

Na de oorlog werden de leden strafrechtelijk heel mild behandeld, dit mede omdat men het eerder als een aanmeldingsplicht, dan wel lidmaatschap zag (Leeflang, 1990, pp. 35-36). Deze mildheid zal ook in België typerend zijn.

Ook de filmkeuring was belangrijk in het Nederlands cinemawezen. De vooroorlogse Centrale Commissie voor de Filmkeuring werd

officieel afgeschaft⁹⁸ omdat er films goedgekeurd werden die cultureel waardeloos, oppervlakkig, smakeloos of oneerbiedig ten opzichte van volk en ras waren. In feite wou men een nationaalsocialistisch keuringsinstituut, de Rijksfilmkeuring, instellen volgens het 'leidersprincipe'. Jan Teunissen zou een hele keuringscommissie vervangen en films niet meer controleren op schadelijke inhoud, maar nazi-ideologische films toelaten. De Rijksfilmkeuring en Teunissen hadden toch weinig invloed. Ze stond in realiteit immers onder het Rijkscommissariaat, welke de geïmporteerde films keurde, en het DVK. Verder kregen de films uit Duitsland al een keuringskaart mee van de Film-Prüfstelle.⁹⁹ Teunissen was niets meer dan een door de Duitsers vaker gebruikte stroman, een plaats die ook Vanderheyden in België zou innemen. Deze moest een 'business as usual' doen blijken en Duitse invloed maskeren (Leeflang, 1990, pp. 134-139).

Het Nederlandse cinemawezen werd, net zoals in Duitsland en België, niet helemaal hervormd. 'Een minimum aan Duitse krachten' moest zo ingezet worden, een schijn van 'business as usual' opgehouden en 'Ruhe und Ordnung' behouden. Bioscopen moesten weer gezellige plaatsen worden waar het publiek graag vertoefde. Enkel zo konden propagandistische en economische doelen verwezenlijkt worden (Leeflang, 1990, p. 154).

Verscheidene gelijkenissen, maar ook enkele verschillen, werden aangehaald tussen de Nederlandse, Duitse en Belgische cinemaorganisatie.

België bleek vooral na de oorlog voorbeeld te nemen aan de Nederlandse cinemaorganisatie. Men wilde immers niet in een totale chaos terechtkomen. Personen als Marcel Coppens¹⁰⁰, Ridelle¹⁰¹,

⁹⁸ Het werd afgeschaft door het DVK op 11 januari 1941.

⁹⁹ Dit was het Duitse filmkeuringsapparaat.

¹⁰⁰ Hij was voorzitter van de naoorlogse Syndikale Kamer voor Cinematografie.

¹⁰¹ Hij was voorzitter van de naoorlogse Vereniging van Kinemabestuurders van België.

Mark Turfkruyer¹⁰² en R. Depovere¹⁰³ (Depovere, 1955, p. 69) zagen in de vooroorlogse Nederlandsche Bioscoopbond een goed voorbeeld van vrijwillige discipline en solidariteit (“Bezinning”, 1944, p. 1; “Bij de nieuwe besluitwet betreffende ’s lands economie: De cinemacorporatie op nieuwe wegen”, 1944, p. 1; “Hr Marcel Coppens voorzitter der Syndikale Kamer staat ons te woord”, 1944, p. 1; “Mr. Ridelle stond ons te woord”, 1944, p. 1; “Sur mon écran. Au travail”, 1944, p. 1; “Verslag over de algemeene en buitengewone vergadering der Belgische Syndikale Kamer van het Cinemabedrijf”, 1944, p. 13). Dit toont nogmaals dat de cinema-industrie zeker niet gekant was tegen de structuur die de bezetter bracht in het cinemasysteem.

Hieronder zal duidelijk worden of België deze structuur ook echt overnam. We verwachten bepaalde structurele elementen en bestuursprincipes uit het Nederlandse en Duitse systeem terug te vinden. Het zal weliswaar gaan om een variant. De structuur van het Nederlandse cinemawezen onder de bezetting vindt men in bijlage 5.

3.1.4. Organisatie van het filmwezen in België

Nu we begrijpen hoe de Duitse bezetter België in het algemeen bestuurde en hoe deze het cinemawezen in het eigen land en in – aan België gelijkgesteld – Nederland organiseerde, kunnen we komen tot de beschrijving van de structurele reorganisatie van het Belgisch cinemawezen door de bezetter. We zullen eveneens nagaan of en hoe geziene bestuursprincipes en machthebbers terugkomen. Bovenal zullen we kijken of, waar en hoe de filmreclame gestructureerd was. Het cinemawezen valt op te splitsen in drie groepen. De producenten produceren de films, welke ze verkopen aan de distributeurs die ze verder verdelen aan de cinema-uitbaters of exploitanten (Everaerts, 2000, p. 208). Schakelde de bezetter in België een speciale reclamegroep in of viel filmreclame onder één van deze drie takken?

¹⁰² Hij was redacteur van het voor- en naoorlogse vakblad *Cinema*.

¹⁰³ Hij schreef een hoofdstuk in *De film in België*, welke in opdracht van het Vlaams Economisch Verbond de naoorlogse, Belgische cinemasituatie moest bestuderen.

Werkte hij bovendien via het eigen Duits personeel of via Belgische stromannen? We verwachten naar Duits en Nederlands voorbeeld dat de bezetter achter de schermen werkte via vakspecialisten, maar geen aparte tak voor de filmreclame en filmaffiches inschakelde

3.1.4.1. Duitse reorganisatie van België op cultureel vlak

We trachten de reorganisatie van het filmwezen te kaderen door eerst kort te bestuderen hoe Duitsland België cultureel reorganiseerde.

Von Falkenhausen verving¹⁰⁴ binnen de ministeries Duitsvijandige elementen door meegaande ambtenaren als Franz Petri en Werner Reese (Van de Vijvere, 1990, p. 7).¹⁰⁵ Zij zouden zich binnen de MV samen met de Kulturabteilung bezighouden met het Duitse cultuurbeleid in België.

In dit beleid kwamen volgende agendapunten voor (Beyen, 2003; Bruinsma, z.d.; Erauw, 2003; Van de Vijvere, 1990, pp. 7-9). Culturele instellingen moesten gereorganiseerd en gecentraliseerd worden in een ‘eenheid van bestuur’, opdat de Duitse controle gemakkelijker zou verlopen. Verder moest een normaal cultureel leven heringesteld worden om schijnbaar een ‘business as usual’ te behouden. De centralisatie gebeurde dus ‘achter de schermen’,¹⁰⁶ wat resulteerde in een vrijer cultureel leven dan in Nederland. De culturele contacten met Duitsland moesten ook versterkt worden, opdat België de Duitse cultuuruitingen zou appreciëren. Verder moest Franse culturele invloed worden afgeweerd.¹⁰⁷

De Propaganda-Abteilung Belgen en de Militärverwaltung ijverden vooral naar de eerste twee punten.

¹⁰⁴ Dit gebeurde via een besluit van 10 juli 1940.

¹⁰⁵ Petri en Reese waren door eerder onderzoek al bekend met België.

¹⁰⁶ Op cultureel vlak gebeurde dat via beroepsorganisaties, nationaalsocialistisch gezinde volkse organisaties als DeVlag, het Ministerie van Onderwijs en cultuurraden.

¹⁰⁷ Sinds de Duitse nederlaag en Franse overwinning tijdens de Eerste Wereldoorlog stond Duitsland negatief tegenover Frankrijk.

In plaats van een cultuurkamer, zoals in Nederland, werd een Nederlandse¹⁰⁸ en Waalse¹⁰⁹ Cultuurraad opgericht om deze punten te realiseren. De impact van de Vlaamse raad was echter beperkt. Weinig Duits-Vlaamse culturele manifestaties werden georganiseerd, mede omdat de bezetter zijn prioriteiten kende en de publieke opinie door een strengere bezettingspolitiek zijn interesse verloor (Van de Vijvere, 1990, pp. 9-14).

Daar uit de cultuurraden weinig resulteerde, maar de MV de culturele centralisatie belangrijk vond, werden er vanaf 1942 tevergeefs provinciale – en interprovinciale cultuurdiensten opgericht. De Militärverwaltung bleef echter steun bieden aan organisaties die samenwerking zochten (Van de Vijvere, 1990, p. 21 en 26).

Van culturele eenheid was er dus geen sprake, hoewel zang-, volksdans-, muziek- en toneelverenigingen werden gecentraliseerd en ook in het filmwezen stilaan een ‘eenheid van bestuur’ zou komen. Nationaalsocialistisch sympathisant Karel Horemans stelde zo dat de culturele ordeningspogingen in Vlaanderen ‘van in den beginne en vooral thans na twee jaar, op voorbeeldige wijze de wanorde in de hand hebben gewerkt’, doordat de bezetter niets oplegde, maar alles van onderuit en ‘achter de schermen’ trachtte door te voeren. Van de vier agendapunten werd zo op algemeen cultuurvlak enkel de ‘business as usual’ ingesteld (Van de Vijvere, 1990, pp. 16-22).

3.1.4.2. Duitse reorganisatie van het filmwezen in België

Tijdens Tweede Wereldoorlog was de belangrijkste actor in het Belgisch cinemabeleid de Propaganda-Staffel B, welke in juli 1940

¹⁰⁸ De Leuvense rector Van Waeyenbergh, Herman Teirlinck, maar ook nationaalsocialistisch gezinde personen als Cyriel Verschaeve, Filip de Pillecyn en Jef Van de Wiele waren lid van deze cultuurraad.

¹⁰⁹ De Waalse Cultuurraad werd anders benaderd en had minder uitgesproken pro-Duitse leden. Haar mandaat werd in oktober 1943 echter niet verlengd, daar ze volgens de MV niet gezorgd had voor culturele contacten met Duitsland.

omgedoopt werd tot de Propaganda-Abteilung Belgien¹¹⁰ of de PAB, wat gezien kan worden als tegenhanger van het Nederlandse DVK en het Duitse Propagandaministerie. Het controleerde alle sectoren die voor propagandadoeleinden in aanmerking kwamen. De PAB beschikte zo voor het medium film over de Gruppe Film of GF, geleid door Sonderführer Robert Van Daalen. Naast Van Daalen waren ook De Voght en Walter Van Camp actief in het PAB. De PAB stond onder bevel van de MV, en dus Alexander Von Falkenhausen en zijn rechterhand Eggert Reeder, en was verder enkel verantwoording verschuldigd aan het militaire OKW en Hitler. Hoewel een burgerlijke ambtenaar als Joseph Goebbels dus onbevoegd was, had deze een grote invloed over het PAB-filmbeleid, daar het OKW beperkte middelen bezat en het Propagandaministerie deze graag wilde aanvullen. Goebbels stuurde, gezien zijn fysieke afwezigheid, specialisten naar Brussel om toch invloed uit te oefenen (Hoeyberghs, 2004, p. 43; Vande Winkel, 2004a, p. 1; Vande Winkel, 2004b, p. 31; Vande Winkel, 2007, p. 64; Vande Winkel & Van linthout, 2007, p. 129; Welsch, 1998, p. 10). Men ziet dus hoe de hele top van het militair bestuur, van Hitler tot en met de MV, invloed kon hebben op het PAB en zo op het filmbeleid.

Het MV en Von Falkenhausen stonden aan de basis van de reorganisatie van het filmwezen via de op 6 augustus 1940 uitgevaardigde verordening over de ‘Nieuwe Regeling van het Filmwezen in België’. De bepalingen van dit besluit werden echter opgesteld door de PAB – GF. Zo moesten, net als in Duitsland en Nederland, film distributeurs en cinemabestuurders zich aansluiten bij de beroepsorganisaties, namelijk de Belgische Syndikale Kamer van Filmverhuurders, vanaf nu BSKF, respectievelijk de Vereniging der Kinemabestuurders van België, vanaf nu VKB (Borsboom, 1995). De PAB verleende zo enkel aan Ariërs lidmaatschap (Bevindo, 2008).

Ieder natuurlijk of rechtspersoon, die zich bezig houdt met het kinemabedrijf en die documenten heeft kunnen

¹¹⁰ De Propaganda-Abteilung Belgien bestond uit 21 Offizieren, 2 Beamten des gehobenen oder mittleren Dienstes en 65 Sonderführers (Teurfs, 1997, bijlage 1).

voorleggen, welke zijn Arische afkomst bewijzen (...)("Het corporatief leven", 1941h, p. 5).

De PAB trachtte het filmwezen te hervormen naar Duits voorbeeld en in te zetten voor de belangen van Duitsland en deed dit dus, net als in Duitsland en Nederland, op een drastische, maar verdoken manier, namelijk achter de façade van Belgische beroepsorganisaties en stromannen, dit om een schijn van 'business as usual' te creëren. Deze werd mede hoog gehouden doordat de beroepsorganisaties al voor de oorlog bestonden.¹¹¹ De organisaties hadden weliswaar een slechte verhouding, waarop de bezetter hen verplichtte vanaf mei 1940 structureel samen te werken in een 'corporatieve geest' (de Ridder, 1995; Poels, A.-M., 1997, p. 1; Vande Winkel, 2007, p. 67). In het merendeel van de gevallen gaven de militaire bezetter of de PAB de richtlijnen, maar ondertekenden en publiceerde de beroepsorganisaties deze in het vakblad *Cinema*. De leden werden dan geacht deze te volgen. In *Cinema* werd ook opgeroepen alle vragen aan de beroepsverenigingen, en niet aan de PAB, te richten. De militaire bevelhebber publiceerde wel zelf zijn bevelen in het *Verordnungsblatt des Militärbefehlhabers in Belgien und Nordfrankreich für die besetzten Gebiete Belgiens und Nordfrankreichs* (Vande Winkel, 2004a, pp. 31-33; Van Engeland, 1988, pp. 12-13). Het waren dus voornamelijk de PAB, de Gruppe Film en de Militärverwaltung die, via deze beroepsorganisaties, het Belgische filmbeleid tijdens de bezetting reorganiseerde.

De samenwerking in beroepsorganisaties toont een in fascistische landen verheerlijkt concept: het corporatisme. Het combineert de principes van 'eenheid van bestuur' en 'hiërarchische structuur' en werd gezien als de oplossing voor alle problemen tussen de verschillende organisaties ("De corporatieve gedachte: Hoe onze voorzitters hun taak opvatten", 1942, p. 1; "Nieuwjaarsbriefje: De uitslagen van 1941 waarborgen die van 1942", 1942, p. 1; Vande Winkel, 2007, pp. 67-69; "Vergaderingen van de S.K.F.V. en van het comité van de V.K.B.B.", 1942, p. 2; Vincent, 1941a, p. 1; Wildiers, 1941, p. 2).

¹¹¹ De BSKF bestond al vanaf 1913 en de VKB vanaf 15 februari 1938.

In *Cinema* geeft Vanderheyden, een spilfiguur in het Belgische filmwezen tijdens de bezetting, de noodzaak van een corporatief organisme aan.

Zoowel de verhuurder als de cinemabezitter, en alle andere nijverheden aan de cinema verbonden, weten dat de eene zonder den anderen niet leven kan – dat het geheel gezond moet zijn wil het zijn vroegere ziekelijke symptomen verliezen (Vanderheyden, 1940, p. 5).

Net als in vorige landen, werd in België de financiële en structurele hulp van de bezetter door het filmwezen toegejuicht. Het in het interbellum in chaos groeiende cinemawezen werd grondig gestructureerd, conflicten tussen verschillende beroepstakken werden opgelost en velen voeren financieel wel bij de komst van de bezetting (Vande Winkel, 2007, pp. 59-67). De Duitse bezetter ondervond dus weinig tegenstand en kon achter de schermen van de meegaande beroepsverenigingen invloed uitoefenen.

Dat het Belgische filmwezen zich ook al voor de Tweede Wereldoorlog organiseerde, bevestigt dit.¹¹² De bezetter was echter wel de eerste die het filmwezen in die mate structureerde.

Bovendien moedigden ook het vooroorlogse *Weekblad cinema* en *La cinégraphie belge* structuur aan (“Concorde désirable”, 1939, p. 1; “De heer Marcel Coppens met algemeene stemmen tot voorzitter gekozen”, 1939, p. 4; “Le congrès national de l’exploitation cinématographique a été un très gros succès”, 1940, p. 6; “L’entr’aide professionnelle dans la corporation cinématographique”, 1940, p. 1).

Verder toonden ook naoorlogse artikelen dat structuur, lidmaatschap en discipline verkozen werden boven een los georganiseerde industrie (“Bij de nieuwe besluitwet betreffende ’s lands economie: De cinemacorporatie op nieuwe wegen”, 1944, p. 1; “Reconstruire, M. Marcel Coppens, Président de la Chambre Syndicale de la Cinématographie Belge nous parle”, 1944, p. 1; “Sur mon écran. Discipline”, 1944, p. 1; “Vers une collaboration féconde”, 1944, p. 6).

¹¹² Filmverhuurders en exploitanten hadden in 1909 al het Syndicaat voor Belgische Filmverhuurders en Zaaluitbaters opgericht en in 1911 bestond er al een Association Belge de Cinématographie (Convents, 2007, pp. 39-41).

¹¹³ Voor de oorlog was L. Moors het hoofd van de Syndikale Kamer (“De begrafenisplechtigheden van den Heer L. Moors: Voorzitter der Belgische Syndikale Kamer voor Cinematographie”, 1939, p. 9).¹¹⁴ Hij werd opgevolgd door Marcel Coppens. De leden van de BSKF onder Coppens vindt men in bijlage 6 (“À la Chambre Syndicale de la Cinematographie. À l’unanimité M. Marcel Coppens est élevé à la présidence”, 1939, p. 1; “De heer Marcel Coppens met algemeene stemmen tot voorzitter gekozen”, 1939, p. 4). Begin juli 1940 koos de BSKF zijn nieuwe voorzitter, cineast Jan Vanderheyden, welke tot het einde van de oorlog zeer meegaand in die functie zou blijven (Thomas, 1995, p. 53; Vande Winkel, 2007, p. 68). De leden van de BSKF in 1942 vindt men in bijlage 6. Men ziet hoe enkelen mochten aanblijven na de inval, wat wijst op het principe van ‘business as usual’. Andere werden afgezet, wellicht om meer meegaande personen in te schakelen. Zo vindt men hier Erich Motzkus, directeur van het Tobis-filiaal in België, en Helmuth Schaeffer, directeur van het UFA-filiaal in België, maar geen Amerikaanse verdelers (Belgische Syndikale Kamer van Filmverhuurders & Vereniging der Kinemabestuurders van België, 1942, p. 17 en 53; “Het corporatief leven”, 1940a, p. 47; “In het land, elders in de wereld”, 1941b, p. 15).

¹¹³ Het aantal bevestigende artikels was te groot om in de tekst op te nemen (“Bezinning”, 1944, p. 1; “Carte de membre”, 1945, p. 4; “De “D” Day der Belgische Cinemanijverheid”, 1945, p. 1; “Eerste contactneming tusschen de V.K.B.B. en de S.K.: Een super-hoofdbestuur?”, 1945, p. 1; “Entre nous...: Pour prendre congé: Au Président démissionnaire de la Chambre Syndicale Belge, 1945, p. 8; “Faire le point”, 1945, p. 1; “Hr Marcel Coppens Voorzitter der Syndikale Kamer staat ons te woord”, 1944, p. 1; “Laatste berichten: Een verstrekkend akkoord”, 1945, p. 8; “Lidkaart V.K.B.B.”, 1945, p. 2; “Ou allons nous?”, 1945, p. 1; “Sur mon écran. Au travail”, 1944, p. 1; “Sur mon écran. Renouveau”, 1944, p. 1; “Un grand moment de la vie corporative”, 1945, p. 12; “Verslag over de algemeene en buitengewone vergadering der Belgische Syndikale Kamer van het Cinemabedrijf”, 1944, p. 13).

¹¹⁴ Het heette toen nog de Syndikale Kamer van de Cinematographie en vertegenwoordigde verschillende industrietakken zoals laboratoria, verhuurders, studio’s en andere industrieën.

De structuur van de BSFK in 1942 vindt men in bijlage 7. Hieruit kan men afleiden dat tijdens de oorlog voornamelijk Duitse, Franse, Italiaanse en Vlaamse films werden gedistribueerd.

Niet iedereen in het filmwezen was zo meegaand als Vanderheyden. André Ridelle werd aangesteld als voorzitter van de VKB. In augustus 1941 verving de PAB Ridelle door de meer tot collaboratie geneigde Emile Van Tuykom, ondanks tegenstand van de algemene ledenvergadering en de beheerraad. Men ziet dus hoe de bezetter wel degelijk inspraak had in de aanstelling, ondanks de ‘vrije verkiezing’ van de voorzitters. Ridelle verklaarde in het naoorlogse *Weekblad cinema* en *La cinégraphie belge* dat hij en de VKB in mei 1940 aanbleven om weerstand te bieden, in plaats van zich terug te trekken en de bezetter zo het filmwezen geheel vrij te laten inrichten¹¹⁵ (“Appel à la bonne volonté des tous: M. Ridelle, Président de l’A.D.T.C.B., nous parle”, 1944, p. 1; “Mr. Ridelle stond ons te woord”, 1944, p. 1).

De PAB en de MV grepen nog sterker in en richtten vanaf 25 november 1941¹¹⁶ de nieuwe Vereniging der Kinemabestuurders van België op met Emile Van Tuykom als voorzitter.

De leden van de VKB die onder Ridelle en Van Tuykom werden aangesteld, vindt men in bijlage 6 (“Het corporatief leven”, 1940a, p. 47; “Het corporatief leven”, 1941h, p. 5).

Officieel werd het omgevormd om

(...) te voldoen aan de eisen uit de nieuwe toestand. De algemene vergadering van de Vereniging heeft de absolute onmogelijkheid gezien om tot een spoedige en bevredigende oplossing te komen in bijeenkomsten met een zoo groote opkomst (“De hervorming van de bioscoopexploitatie: Een verordening van de militaire overheid”, 1941, p.1; Vande Winkel, 2007, pp. 68-69).

¹¹⁵ Dankzij hen zouden de meeste ‘cinematografisten’ zo vrij als voor de oorlog hebben kunnen werken.

¹¹⁶ Dit werd besloten via een verordening van 10 november 1941.

De structuur van het VKB in 1942 vindt men in bijlage 7. Deze bleek opgedeeld te zijn in gewestelijke afdelingen. De afdeling Brabant was zo nog ‘in wording’ in 1942.

Het ingrijpen van de bezetter in het VKB toont dat het militair bestuur rechtsmacht had en het filmwezen vrij dwingend herstructureerde. Dit blijkt ook uit artikel zes van de eerste verordening van 6 augustus 1940. Deze bepaalde dat alle mogelijke overtredingen resulteerden in gevangenisstraffen, boetes en bedrijfsinbeslagname, dit zonder tussenkomst van een rechtbank (Borsboom, 1995; “De nieuwe organisatie van het Belgisch cinemabedrijf”, 1940, p. 1; Vande Winkel, 2007, pp. 67-68; Van de Vijvere, 1990, p. 58).

De beroepsorganisaties hadden zelf ook rechtsmacht. In *Cinema* werden ze dan ook omschreven als ‘verenigingen met publiekrechtelijk statuut’ (Vincent, 1941a, p. 1). De door de corporatie ingeschakelde tuchtraden verwijderde de leden uit de organisatie en het filmwezen die de corporatieve richtlijnen niet naleefden. De leden van de verenigingen werden ook meermaals opgeroepen de verordeningen en richtlijnen te volgen (“Vereischten van onzen tijd: Tucht is plicht”, 1942, p. 1).

Cinema verantwoordde ook waarom er geen gewone rechtbanken werden ingeschakeld.

Dat de gewone rechtbanken in die geschillen uitspraak konden doen? Mogelijk. Maar sinds meer dan tien jaar reeds bestaat er een streven naar een soort van corporatief gerecht, dat vlugger werkt en minder kosten meebrengt. En valt het niet te verkiezen, dat beroepsgeschillen geregeld worden door beroepsmensen, die de betwiste zaken grondig kennen en hun opdracht in geweten vervullen (“De gemengde Scheids- en Verzoeningsraad”, 1942, p. 1; Vande Winkel, 2004a, p. 33)?

De VKB richtte op 8 oktober 1941 zo een Tuchtraad in. Beide verenigingen bezaten eveneens een Hoogere Raad van Beroep, waar leden bij grote straffen in beroep konden gaan. Op 1 februari 1942 kondigde het vakblad *Cinema* aan dat er ook een gemengde Scheidsrechtters- en Verzoeningsraad werd toegevoegd aan de

bestaande tuchtraden (BSKF & VKB, 1942, p. 7, 32 en 41; “Het corporatief leven”, 1941b, p. 9). De leden van de twee laatste groepen vindt men in bijlage 6.

Al twee maanden voor de bezetting, vanaf 8 maart 1940, werd aan de BSKF een productiegroep gehecht met als voorzitter cineast Gaston Schoukens, als tweede in rang Vanderheyden en als secretaris Henri Storck. Deze behartigde de belangen van de producenten (“Les producteurs belges s’organisent”, 1940, p. 7). Op 15 januari 1941 verscheen in het vakblad *Cinema* echter een nieuwe structuur van de Groepeerings der Productie met aan het hoofd Vanderheyden. Deze was ook de afgevaardigde voor de producenten. Weckx was de afgevaardigde voor de studio’s, Auguste Meuter voor de laboratoria en José Lebrun voor de filmtechnici (Vanderheyden, 1941b, p. 1). In mei 1941 werd Storck, samen met De Keukeleire, uit de vakorganisaties gestoten. Ze mochten niet meer actief zijn in de filmnijverheid (“Toekomstplannen voor de Belgische film: Henri Storck aan het woord”, 1945, p. 1). Op 13 november 1941 verscheen in het *Cinema jaarboek* weer een nieuwe structuur van de Filmproductiegroep. Vanderheyden was de afgevaardigde voor de producenten, Gaston Schoukens voor de studio’s, Auguste Meuter voor de laboratoria en José Lebrun voor de filmtechnici (BSKF & VKB, 1942, p. 20; de Ridder, 1995).

Een echte ‘eenheid van bestuur’ kwam er echter pas op 30 juni 1943. Naar Nederlands voorbeeld werd een Filmgilde opgericht, die de bestaande verenigingen samengevoegde. Aan het hoofd stond wederom Jan Vanderheyden. Plaatsvervangers waren Camille Damman en Emile Van Tuykom.

Vanderheyden bleef hoofd van de productiegroep. Van Tuykom bleef even aan als hoofd van de exploitatiegroep, maar werd na zijn dood opgevolgd door Camille Damman.¹¹⁷ Ook Willems, het hoofd van de distributiegroep, werd in februari 1944 opgevolgd door Edward De Jong. De Filmgilde bestond bovendien zowel uit een Vlaams als een Waals deel (de Ridder, 1995; Goossens, 1985, p. 71;

¹¹⁷ Van Tuykom stierf in oktober 1943. Damman volgde hem op in februari 1944.

“Het corporatief leven”, 1944a, p. 1; Leeftang, 1990, p. 287; Thomas, 1995, p. 53; Van de Vijvere, 1990, p. 58; Vande Winkel, 2004a, p. 33; Vande Winkel, 2007, p. 69).

In oktober 1943 werden als leiders-plaatsvervangers Henri Storck voor de productiegroep, Frank Van Heffen voor de distributiegroep en Jos Faes voor de exploitatiegroep aangesteld (Sojcher, 1999, p. 45; “Verordening tot benoeming van de leiders-plaatsvervangers van de groepen ondergeschikt aan het Filmgilde”, 1943, p. 7). Storck meende dat het ministerie hem aanstelde om het Vanderheyden lastig te maken, maar geeft aan dat deze strijd ongelijk was, gezien Vanderheyden goed beschermd werd door de Duitsers (“Toekomstplannen voor de Belgische film: Henri Storck aan het woord”, 1945, p. 1; Vande Winkel, 2004a, p. 33). Het is echter weinig waarschijnlijk dat de Duitsgezinde personen¹¹⁸ die door Von Falkenhausen aan het hoofd van de ministeries werden geplaatst, wilden dat Storck Vanderheyden tegenwerkte (De Wilde, 1982, p. 8).

De Filmgilde had een breder werkingsterrein dan de voorgaande verenigingen, zowel in leden als in functie.

Onder de vorige verenigingen moesten enkel cinemabestuurders, distributeurs en productiebetrokkenen zich aansluiten. In bijlage 7 ziet men hoe de reclameverantwoordelijken geen aparte tak hadden in deze organisaties. Wellicht vielen ze onder de exploitanten.

De Filmgilde omvatte een grotere ledengroep, welke in artikel twee van het oprichtingsbesluit vermeld staat.

Bij de filmgilde (zijn) alle ondernemingen en personen aangesloten die bewijs leveren van een activiteit in het filmbedrijf. Worden gezien als dusdanig: degene die beroepshalve of tot nut van het algemeen belang films vervaardigen, verdeelen, verhandelen, vertoonen, bewerken of als hoofdbedrijvigheid en in een verantwoordelijke functie

¹¹⁸ Zo was Victor Leemans al vanaf augustus 1940 op post als secretaris-generaal van het ministerie van Economische Zaken. Als lid van het Vlaamsch Nationaal Verbond stak deze zijn Duitse sympathieën niet weg. Hij wenste België te integreren in de nieuwe Europese, dus nazistische, economische orde (Bruinsma, z.d.; “Inventaris van het archief Victor Leemans 1901-1971”, 2004, p. 2-3).

aan de vervaardiging van films medewerken (“Oprichting van het Filmgilde”, 1943, p. 3).

Gezien afficheontwerpers niet meewerkten aan de vervaardiging van films en men vaak affiches ontwierp als bijverdienste, moesten zij zich wederom niet aansluiten bij de Filmgilde, dit in tegenstelling tot het Nederlands systeem.

Net als de Nederlandse Filmgilde, merken we, uit artikel 25 van het oprichtingsbesluit, een breder werkingsterrein op, daar vorige verenigingen hun leden louter economisch vertegenwoordigden.

Het Filmgilde en zijn geledingen hebben de opdracht het zelfbestuur van het filmwezen op beroeps-, cultureel- en economisch gebied waar te nemen (“Het Filmgilde”, 1943, p. 1).

Weer werd een Tuchtraad en een Scheids- en Verzoeningsraad ingesteld (door Vanderheyden) om overtredingen te bestraffen (“Filmgilde: Gemengde Verzoenings- en Scheidsraad”, 1944, p. 1; “Filmgilde: Verordening tot de benoeming van de leden van den Tuchtraad van het Filmgilde”, 1944, p. 2). De leden van deze raden staan in bijlage 6. In september 1944, tegen het einde van de bezetting, werd er nog een Tuchtraad ingesteld voor de groep Filmtheaters onder de Filmgilde, kregen de drie onderliggende groepen van de Filmgilde, namelijk Filmtheaters, Filmproductie en Film distributie, allen een nieuwe secretaris en kreeg de groep Filmtheaters enkele nieuwe leden (“Het corporatief leven”, 1944b, p. 2). Men vindt deze vernieuwingen onder bijlage 6.

Het oprichtingsbesluit en verdere besluiten omtrent de Filmgilde gingen uit van het Ministerie van Economische Zaken en de leiders ervan werden aangesteld door het hoofd van dit ministerie. Dit toont weer dat de bezetter ‘achter de schermen’ opereerde, daar Von Falkenhausen al vanaf 10 juli 1940 Duitsvijandige elementen in de ministeries verving door soepelere medewerkers zoals Victor Leemans (Bruinsma, z.d.; “Emile Van Tuykom”, 1943, p. 1; “Het Filmgilde”, 1943, p. 1; “Inventaris van het archief Victor Leemans 1901-1971”, 2004, p. 2-3; Leeftang, 1990, p. 287; “Oprichting van het Filmgilde”, 1943, p. 3; Van de Vijvere, 1990, p. 7).

Dat er zeker Duitse invloed aanwezig was op de Filmgilde, merkt men in diens aansluiting bij de Internationale Kamer in Berlijn. De afdeling Exploitatie van de Internationale Kamer werd onder Camille Damman geplaatst in Brussel en moest een Europese filmmarkt oprichten en zich bezighouden met zaken als auteursrechten en de moraliteit van films (Sojcher, 1999, p. 116). België werd volgens *Cinema* gekozen gezien:

(...) alle verhoudingen in aanmerking genomen, [België] het uitgebreidste net van bioscooptheaters bezit en tevens ook doordat die zalen behoren tot de mooiste in Europa ("Het congres van de Internationale Filmkamer te Berlijn", 1941, p. 2).

Hoewel de Filmgilde als sterk orgaan overkomt, vonden velen, alsook pro-Duitse kringen, dat het politiek weinig invloed uitoefende. De nationaalsocialistisch gezinde organisatie DeVlag had zich hierover net voor de bevrijding nog maar eens uitgelaten, daar de gilde als een syndicaat technisch en commercieel uitstekend werk leverde, maar het publiek niet wist te binden aan het nationaalsocialistisch regime en Duitsland (Van de Vijvere, 1990, p. 58). Het had het commercieel doel weten te verwezenlijken, maar niet het propagandistisch doel.

Om de vergelijking met Nederland door te trekken en omdat het een weerslag kan hebben op de filmaffiche, bekijken we kort of er in België een instantie instond voor de filmcensuur.

Net voor de oorlog bestond er al de Filmkontrolekommissie. (Guily, 1945c, p. 11). Deze zou sterk ingrijpen in het filmproces ("Sur mon écran: Abondance de biens!", 1940, p. 2).¹¹⁹

Tijdens de oorlog werd vanaf 23 mei 1940 door de bezetter een censuurcommissie ingesteld, welke tijdens de eerste bezettingsmaanden de hulp inriep van de BSKF ("Het corporatief leven", 1941e, p. 5). Dit kan men eveneens afleiden uit de structuur

¹¹⁹ Eerst werden het scenario en de montage onderworpen aan een voorafgaande censuur. Na het filmen werd de film onderworpen aan een algemene censuur. Hierna en voor de vertoning konden de autoriteiten nog ingrijpen als ze de film subversief vonden.

van de BSKF in bijlage 7. Deze keurde de films een eerste keer. De films die problemen konden geven, stuurde ze door naar de PAB. Zo meldde ook de eerste verordening van 6 augustus 1940 dat ‘aanvragen tot toelating van filmen (...) bij de Propaganda-afdeling van de Militaire Bevelhebber in te dienen [moesten worden]’ en dat ‘in bezet gebied geen andere films mogen vertoond [worden] dan die waarvoor [een] toelatingskaart afgeleverd is door de Militaire Bevelhebber’ (“De nieuwe organisatie van het Belgisch cinemabedrijf, 1940, p. 1). Werden de verboden films toch vertoond, dan moesten zowel de distributeur als de verhuurder hun arbeidstoelating afgeven (Poels, A.-M., 1997, p. 6).

Op 1 mei 1941, enkele maanden nadat de Nederlandse censuurorganisatie werd afgeschaft, verscheen in *Cinema* dat ook de Belgische censuurcommissie werd afgezet. Deze had, net als de Nederlandse censuurorganisatie, enkele ‘inschattingsfouten’ gemaakt. Vanaf 6 augustus 1940 kwam de censuur helemaal onder de Gruppe Film en dus Robert Van Daalen van de PAB te staan (“Het corporatief leven”, 1941d, p. 8; Poels, A.-M., 1997, pp. 1-2).

Bij de komst van de Filmgilde ontstond er weer een keuringscommissie die scenario’s en draaiboeken, alsook de film moest goedkeuren. De PAB controleerde ze echter een tweede maal (Van de Vijvere, 1990, p. 60; Sojcher, 1999, p. 42; “Het corporatief leven”, 1943, p. 7).¹²⁰ Net als in Nederland kwam de censuur dus voornamelijk te staan onder de Duitse bezetter en zijn vertegenwoordigers. Ook België kreeg zo al keuringskaarten mee uit Duitsland (Poels, A.-M., 1998, p. 7).

Na de oorlog bestond er ook een censuurcommissie of Commission de Controle (“À propos de Commission de Controle”, 1944, p. 8). Het grote verschil tussen de voor- en naoorlogse censuurorganen en deze tijdens de oorlog zat hem, net als in Nederland, in de censuurcriteria. De laatste controleerde de films niet alleen op hun geschiktheid voor bijvoorbeeld kinderen, maar vooral op hun ideologische gronden (Poels, A.-M., 1997, pp. 2-5).

¹²⁰ Er werd steeds meer gestreefd om de censuur te vervangen door de voorafgaande controle, dit omdat pellicule kostbaar was. Werden er toch films afgekeurd, dan werden deze afgeleverd bij de PAB of het OKW (Poels, A.-M., 1997, pp. 6-8).

In de hele Belgische filmstructuur blijkt de filmreclame wederom onaangeroerd. Toch werd een eerste stap gezet richting een soort reclamevakorganisatie op 11 april 1943 in het Staatsblad via een verordening van de Reclamecentrale.¹²¹ Deze bepaalde dat alle adverteerders vanaf 11 juli 1943 in bezit moesten zijn van een door haar geleverde vergunning. Op deze vergunning stond een licentienummer die ze moesten vermelden op ‘al de publiciteit waarvan zij zouden gebruik maken buiten hun maatschappelijke zetel’. *Cinema* vermeldde dat ‘iedere filmverhuurder en cinemabestuurder’ in bezit moest zijn van zulk een vergunning, wilde hij adverteren. De Reclamecentrale meldde dat ‘dit een eerste stap [was] naar een algemeene reglementeering op het gebied van de publiciteit’. Zij wilde hiermee vooral bedrieglijke reclame voorkomen en oprechtheid in de handelsreclame verzekeren (“Ieder filmverhuurder en cinemabestuurder moet met ingang van 11 Juli 1943 in het bezit zijn van een adverteerdersvergunning”, p. 1943, p. 9).

De collectie van het Leuvense Stadsarchief toont dat één drukker zich steevast aan deze regel hield, drukkerij F. Tytgat. Vanaf enkele weken nadat de verordening van kracht ging, op 28 juli 1943, tot 16 augustus 1944, vermeldde deze steeds het licentienummer ‘231/53’. In tabel 2 ziet men om welke affiches het gaat. Tytgat drukte ook steeds de andere kentekens, welke we verder bespreken. Ofwel werden de andere drukkerijen niet toegestaan, ofwel vergaten ze het nummer te drukken. We kunnen alvast vaststellen dat het lidmaatschap door weinigen werd nagevolgd. In tegenstelling tot wat bovenstaande verordening vermeldt, is het bovendien niet de bioscoop, maar de drukkerij die het nummer vermeldde. De andere posters van de zalen Forum, ABC of Casino, die bij andere drukkerijen werden opgesteld, beschikten immers niet over een licentienummer.

¹²¹ Ook wel Centrale Dienst voor Publiciteit of Publiciteitscentrale genoemd.

Tabel 2: Leuvense filmaffiches met licentienummer

aanplakking	drukker	biosc.	titel 1	titel 3
28.07.1942	Druk. F. Tytgat	Forum	Het Bal Begint	Wir bitten zum Tanz
4.08.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Karavaan	
11.08.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	De Gebroken Kruik	Der zerbrochene Krug
18.08.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Campement 13	
25.08.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Donata	Mamma
1.09.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	De Schommelmeid	Das Mädcl auf der Schaukel?
8.09.1943	Druk. F. Tytgat	A.B.C.	Verliefde Onschuld	
15.09.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	De Gemaskerde Geliefd	Maskovana milenka
22.09.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Julien de Medicis	Giuliano de' Medici
6.10.1943	Druk F. Tytgat	Forum	Kellnerin Anna	
13.10.1943	Imp. F. Tytgat	Forum	La Comédie du Bonheur	
20.10.1943	Imp. F. Tytgat	Forum	Stukas	
24.10.1943	Imp. F. Tytgat	Forum	Munchhausen	
2.11.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Au Bonheur Des Dames	
3.11.1943	Druk. F. Tytgat	A.B.C.	Vrouwen Regiment	Weiberregiment

aanplakking	drukker	biosc.	titel 1	titel 3
10.11.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	3 Vaders voor Anna	Drei Väter um Anna
17.11.1943	Druk F. Tytgat	Forum	Een Wals Met Jou!	Ein Walzer mit dir
24.11.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Ster van Rio	Stern von Rio
1.12.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	De oude Zondaar	Altes Herz wird wieder jung
8.12.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Romance de Paris	
15.12.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	Een levens symphonie	Symphonie eines Lebens
22.12.1943	Druk. F. Tytgat	Forum	De Vlaschaard	Wenn die Sonne wieder scheint
29.12.1943	Imp. F. Tytgat	Forum	Le Corbeau	
8.03.1944	Druk. F. Tytgat	Casino	Montmartre-sur-Seine	
22.03.1944	Druk. F. Tytgat	Forum	Monsieur la Souris	
10.06.1944	Druk. F. Tytgat	Forum	Louter bericht opening	
28.06.1944	Druk. F. Tytgat	Forum	Vorhang Fällt	
6.07.1944	Imp. F. Tytgat	A.B.C.	Louter bioscoopstrook	
16.08.1944	Druk. F. Tytgat	Casino	Louter bericht opening	

Hoewel de centrale los lijkt te staan van de bezetter, is het opmerkelijk hoe vanaf 16 augustus 1944, enkele weken voor de

bevrijding van Leuven,¹²² de licentienummers niet meer voorkwamen. Dit wil toch zeggen dat deze Publiciteitscentrale een band had met de bezetter. De VKB trachtte hier ook invloed te krijgen door als tusseninstantie te fungeren tussen de cinemabestuurders en de Reclamecentrale (“Uitvoering van de verordening nr. 1 van de Reclamecentrale”, 1943, p. 6). Wellicht verkreeg men een licentienummer als men de taks op de publiciteit betaalde. Zo verordende de centrale immers op 30 juni 1944 dat de tussenpersonen op gebied van publiciteit vanaf 1 oktober 1944 een vergunning moesten bekomen voor het beroep van publiciteitsagent of publiciteitsmakelaar. In dezelfde verordening werd vermeld dat adverteerders een taks moeten betalen (“Een taks van 1 ½ th. wordt geheven op alle publiciteitsfacturen.”, 1944, p. 11). Zelfs al blijkt deze interpretatie verkeerd, dan nog geloven we niet dat er sprake is van enige ideologische ingreep. De licentienummers werden immers toebedeeld per drukker en niet per film. De drukker verkreeg de licentie dus los van de films die hij promootte. Bovendien lijken er naast *Stukas* (Ritter, 1941) en *Wenn die Sonne wieder scheint*¹²³ (Barlog, 1943), waarover later meer, geen enkele propagandistische films in de lijst voor te komen.

Ondanks deze late structuurpoging, kunnen we, net als in Nederland en Duitsland niet spreken van een aparte tak voor de filmreclame. De verordening gold immers voor alle soorten publiciteit, voor alle soorten producten. Dat merken we ook aan het feit dat op de posters de licentienummer van de drukker stond en niet die van de cinemazaal. Bovendien werd er niets aan de licentiehouders opgelegd. Hierbij neemt de Reclamecentrale duidelijk een gelijkaardige rol op zich als de reclameraad en reclamevakgroep in Duitsland. Het ging in beide gevallen om een reguleringsinstantie voor de hele reclame-industrie, waarvan eenieder die wou adverteren lid moest zijn en via welke men licenties kon verkrijgen. Ze werden ook allen opgericht

¹²² Vanaf 1 september trokken de Duitsers weg uit Leuven en op 4 september was Leuven bevrijd (De Vos, 2004, p. 26; Van Minnebruggen, 2007).

¹²³ Het gaat om de verfilming van *De Vlaschaard*, het boek van Stijn Streuvels.

om algemene principes als eerlijke concurrentie, eerlijke reclame en reclame tegen een eerlijke aankoop prijs te bevorderen.

De Belgische filmstructuur tijdens de oorlog beperkte zich tot de drie belangrijkste cinematakken de productiebetrokkenen, distributeurs en de exploitanten, later verenigd in één organisatie, de Filmgilde. Ook als men kijkt naar de opsomming van alle leden van de verschillende beroepsgroepen in het *Cinema jaarboek*, vindt men de publiciteitsverantwoordelijken niet terug, terwijl zeer specifieke beroepen als filmlaboranten, filmbehandelaars, operateurs, monteurs, klankingenieurs, assistenten en decorateurs wel werden opgenomen (BSKF & VKB, 1942, pp. 15-166). De afficheontwerpers als dusdanig moesten zich dus niet aansluiten bij de vakorganisaties. Op reclamevak werden dus, in tegenstelling tot de andere film domeinen de principes van ‘eenheid van bestuur’ en ‘vakkundig inzicht’ niet toegepast. Dat er geen aparte reclamestructuur bestond, wil weliswaar nog niet zeggen dat de bezetter geen invloed uitoefende op de reclame. Filmreclame werd door de bezetter wellicht beschouwd als onderdeel van één of meerdere van de drie belangrijke filmtakken. Mogelijk werd er zo ook op reclamevlak een ‘business as usual’ nagestreefd.

Op algemeen filmvlak was er alleszins een schijnbare ‘business as usual’ om ‘Ruhe und Ordnung’ te behouden. De vroegere vakorganisaties mochten aanblijven, maar ze werden door de bezetter gestructureerd en gedirigeerd. Net als in Nederland en Duitsland werden ongewenste elementen en organisaties geëlimineerd, was lidmaatschap verplicht en werden corporatieve straffen uitgedeeld. De bezetter werkte dus wederom als een soort onzichtbare hand ‘achter de schermen’ met een ‘minimum aan Duitse krachten’ en dan vooral aan de top. Bepaalde Duitse machthebbers hadden zo ook invloed in België. Het hele filmwezen werd op deze manier ‘hiërarchisch georganiseerd’ met behulp van enkele meegaande ‘leiders’. Er kan dan ook al besloten worden dat van de vier eerder besproken cultuurdoelstellingen de bezetter er min of meer in geslaagd was een ‘eenheid van bestuur’ te installeren en er zeker in geslaagd was een schijnbaar normaal cultureel leven her in te stellen.

Hoewel de Belgische structuur overeenkomsten vertoont met de Nederlandse en Duitse structuur, is ze wel veel beperkter. De drie landen hadden allen een propaganda-instantie,¹²⁴ maar België beschikte als enige niet over een cultuurkamer. Dit had te maken met het slechte Nederlandse voorbeeld. Wel werden er pogingen ondernomen om te komen tot een ‘culturele eenheid van bestuur’, wat, op de filmwereld na, min of meer mislukte. Verder hadden de drie landen allen een filminstantie, maar bezaten Nederland en Duitsland veel meer gespecialiseerde onderafdelingen. Desondanks hadden ook zij geen aparte filmreclame.

3.1.4.3. Organisatie van de filmreclame

We zullen hier nagaan wie zich dan wel ontfermde over de filmreclame tijdens de oorlog. Waren het de producenten, de distributeurs, de exploitanten of nog een andere groep? Daar we wederom een ‘business as usual’ vermoeden, bestuderen we ook de voor- en naoorlogse jaren.

In de eerste jaren van de Belgische cinema was er enkel mond-tot-mondreclame en reclame via strooibiljetten. Van een echte cinemastructuur en filmdistributie was er nog geen sprake. Na een tijd kwamen er initiatieven om affiches te ontwerpen van de individuele exploitant, welke afficheontwerpers inhuurde. Deze moesten hun verbeelding gebruiken, want ze kregen enkel zwart-wit foto’s van hoofdrolspelers. Voor de Eerste Wereldoorlog was er dus sprake van een individuele afficheproductie (Choko, 1994a, p. 7; De Hert & Stallaerts, 1995, p. 13).

De echte aanhef van de filmaffiche vond plaats rond de jaren ’20 bij de opkomst van de professionele filmdistributie. Tijd en geld ontbrak om individuele affiches te maken. Er was nood aan een beter georganiseerde distributie en een meer doordachte reclamecampagne. Zo ontstond stilaan de standaard reclameprocedure. De distributeur kocht affiches van een drukker of ingehuurde afficheontwerper en

¹²⁴ In Duitsland was er het Propagandaministerie, in Nederland het DVK en in België de PAB.

verspreidde deze naar verscheidene zaaleigenaars. Deze konden op een lege strook hun zaal- en vertoningsgegevens aanbrengen. De exploitant gebruikte ook steeds meer andere reclamemiddelen, zoals neonlicht of calicots¹²⁵ (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 13, pp. 19-27). In de jaren '30 verkreeg de affiche zijn standaardopbouw voor de komende dertig jaar. Close-ups van sterren en sfeerbeelden werden op basis van door de distributeur aangeleverde *filmstills* gecombineerd, waarbij filmtitels, acteursnamen en kleurzones zorgden voor subtiele overgangen (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 27). Eind jaren '30 werd, nadat de film klaar was, de propaganda- en de persafdeling ingeschakeld voor de reclame ("Hoe een film ontstaat", 1939, p. 1). De exploitant had echter de eindverantwoordelijkheid. Deze begon ook steeds meer het Amerikaanse voorbeeld te volgen en kost noch tijd te sparen voor een goede lancering ("Une remarquable campagne d'exploitation en Belgique "Marie Antoinette"", 1939, p. 20).

Over de afficheproductie tijdens de oorlogsjaren bestaat er discussie. Volgens Stanislas Choko resulteerde de bezetting in een bloeiende filmaffichesector, gezien het werkgelegenheid bood aan afficheontwerpers die geen opdrachten meer kregen voor andere producten (Choko, 1994a, p. 7). Voor afficheontwerper Boris Grinson was er geen sprake meer van affiches ontwerpen (Choko, 1989, p. 349). Ook volgens Bastiaan Anink en Paul van Yperen lag de afficheproductie tijdens de Tweede Wereldoorlog stil, gezien de papierschaarste, het vrijwillig opstappen van ontwerpers en hun deportatie naar Duitse kampen (Anink & Van Yperen, 2005, p. 21).¹²⁶ Verder kan ook de arbeidsplicht in Duitsland, die de bezettende overheid oplegde aan de filmwereld, geresulteerd hebben in een stilgevallen afficheproductie ("De verordening op den arbeidsplicht in Duitsland: Een advies van de bezettende overheid", 1943, p. 4). In

¹²⁵ Dit waren grote katoenen doeken die beschilderd werden met reclame.

¹²⁶ Het betreft hier echter wel buitenlandse voorbeelden, welke mogelijk niet doorgetrokken mogen worden naar de Belgische situatie. Choko bespreekt de Franse affichecultuur, Boris Grinson was een Russische afficheontwerper in Frankrijk en Anink en van Yperen bespreken de Nederlandse afficheproductie.

het Leuvense Stadsarchief merkten we geen stilgevallen afficheproductie. Er was wel een afname, waarover verder meer. In het Duitse Rijk voorzagen tijdens de Tweede Wereldoorlog de distributiebedrijven en de publiciteitsdepartementen van de studio's de exploitanten van reclamemateriaal via persboeken. Voor de film *Bismarck* (Liebeneiner, 1940) kregen de exploitanten zo een persboek.¹²⁷ Het promotiemateriaal in het persboek konden ze reproduceren. Voor de film *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941) werd een gelijkaardig premièreboek in acht verschillende talen verzonden (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 17; Gillespie & Nelson, 2007d, pp. 73-74; Gillespie & Nelson, 2007f, pp. 76-77; Wehner, 2007, pp. 54-56). De persboeken bevatten dus ook allerlei afficheontwerpen. Het eerste ontwerp kwam vaak overeen met deze op de cover van de *Illustrierte Film Kurier*, een filmbrochure die samen met de krant *Film Kurier* werd verzonden naar Duitse exploitanten. Het tweede ontwerp¹²⁸ kwam vaak overeen met de reclame in wekelijkse magazines als *Filmwelt* of *Filmwoche*. Af en toe, bijvoorbeeld bij het verschijnen in de bezette gebieden, werden de posters herontworpen door kleinere filmdistributeurs. Vaak gebruikten deze landen echter eigen afficheontwerpers (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 18). Er werd ook vaak net voor december een *Verleihkatalog* opgestuurd naar de exploitant. Hierin kondigden studio's hun films aan voor het nieuwe filmjaar, samen met verschillende posterontwerpen. Zo plande de exploitant zijn films en bestelde hij het publiciteitsmateriaal. Door papierschaarste verdwenen deze catalogi bij het uitbreken van de oorlog. Het is mogelijk dat ook de Belgische artiesten zich voor hun posters baseerden op het vakblad *Cinema*, waarin verschillende posters verschenen en Duitse studio's als UFA

¹²⁷ Dit persboek bevatte informatie over de cast, de synopsis, de historische achtergrond van de film, alsook promotiemateriaal zoals foto's van acteurs, zwart-wit foto's uit de film, posters met een lege strook, 'sandwich borden', programmaboekjes, *flyers* en *banners*.

¹²⁸ Het aantal ontwerpen hing af van de grootte van de productiemaatschappij, het budget, de film, enzovoort.

meermaals hun nieuwe films aankondigden. We kwamen zo soms gelijkaardige posters tegen in het archief en in het vakblad.¹²⁹ Hoewel de catalogi verdwenen, bleef de posterproductie in Duitsland hoog, gezien men reclame nog steeds belangrijk vond. Ook de bezetter vond affiches belangrijk. Ze deden de bevolking geloven dat er een ‘business as usual’ was (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 20). Toch voorzag de bezetter geen aparte reclametak en liet hij de vooroorlogse bevoegden hun werk voortzetten. Uit het *Jahrbuch der Reichskammer 1938* bleek al dat de exploitant als hoofdverantwoordelijke van de reclame werden aanzien, maar hierin wel werd bijgestaan door de andere filmtakken (Künzler, 1938, pp. 112-113).

Van echte vakverenigingen voor afficheontwerpers was er pas sprake na de Tweede Wereldoorlog. Afficheontwerper Grinson richtte zo in 1945 mee het Syndicat des affichistes de cinéma op, welke minimumprijzen, een werkcode en het volgrecht invoerde (Choko, 1989, p. 349). Ook in Frankrijk werd pas na de oorlog de Syndicat des dessinateurs publicitaires opgericht (Choko, 1995b, p. 7).

Het publiciteitsmateriaal werd nu ook gehuurd, in plaats van enkel gekocht, bij Brusselse distributeurs. Hiervoor bestonden zelfs speciale bedrijven (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 23).¹³⁰

Dat na de oorlog zowel distributeurs als exploitanten zich met filmreclame bezighielden, blijkt onder meer uit de vaak foutief vertaalde filmtitels. Vlaamse exploitanten waren zo afhankelijk van Franstalige distributeurs in Brussel, die tot de jaren '80 hun instructies en filmtitels, kregen vanuit Parijs. Door de gebrekkige talenkennis van de Brusselse distributiehuisen werden de titels vaak slecht vertaald. Soms greep ook de lokale exploitant in. Het is zo ook dat een filmtitel als *A Hard Day's Night* (Lester, 1964), welke door de Franstalige distributeurs vertaald werd als *Quatre garçons dans le*

¹²⁹ Dit kan echter ook verklaard worden door het feit dat distributeurs dezelfde posters naar meerdere exploitanten opstuurden. De affiches in het vakblad waren vaak reclame-uitingen van een bepaalde exploitant. Het hoeft dus niet te zijn dat exploitanten zich baseerden op *Cinema*.

¹³⁰ Bij Vermoosen kon men zo een affiche voor drie frank huren, waarvan men twee frank terugkreeg bij teruggave.

vent, in Vlaanderen vele varianten kende als *Vier Jongens in de Wind*, *Vier Pruiken in de Wind* of *Vier Jongens op Rondreis* (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 21). Ook het naoorlogse vakblad *Weekblad cinema* vermeldt hoe verhuurkantoren affiches met slechte vertalingen aan de exploitanten verkochten (“Problemen die geen problemen zijn: De Fransche film in Vlaamsch België: Tweetalige affchetten – degelijke ondertitels”, 1945, p. 1.; “Vereeniging der Kinemabestuurders van Oostvlaanderen”, 1945, p. 9). Verder kwamen we ook in het Leuvense archief vaak ongelukkige vertalingen tegen kort voor en tijdens de oorlog, wat wijst op het ingrijpen van een plaatselijke distributeur of exploitant. *On Again-Off Again* (Cline, 1937) werd zo *Pile ou Face* en *De Baas is Knecht*. *Fracht von Baltimore* (Hinrich, 1938) werd *Lading voor Baltimore*. *Mad About Music* (1938, Taurog) werd zo *'N Allerliefst Meisje* en *Délicieuse*. Het lijkt zelfs of de exploitant of distributeur zich voor de vertaling louter baseerde op wat er op de originele posters stond, namelijk een lief meisje. Verder werden tijdens de oorlog vele Nederlandse taalfouten gemaakt. Het gaat om de vertaling *De Gemaskerd Geliefd* van de film *Maskovana milenka* (Vávra, 1940) en slogans als ‘de film dat iedereen wacht’, ‘dat de iedereen zal zien’ en ‘90 minuten volle lachen’. Dit kan mogelijk de aanwezigheid aantonen van Duitse reclameverantwoordelijken met gebrekkige kennis van het Nederlands.

Het Belgische reclameproces zag er tot de jaren '50 globaal genomen als volgt uit. Filmdistributeurs schakelden een publiciteitschef in om reclame te realiseren. Deze koos dan een afficheontwerper, aan wie hij de algemene affichevereisten uiteenzette. Op basis hiervan maakte de artiest verschillende ontwerpen. Hij gebruikte hiervoor ook het persboek van de productiemaatschappij of ander basismateriaal dat hij van de distributeur of producent verkreeg. Nadat de publiciteitschef een keuze uit de diverse ontwerpen had gemaakt, werd het op het juiste formaat gemaakt en aan de drukkerij geleverd (Choko, 1995b, p. 11; De Hert & Stallaerts, 1995, p. 18). Bij de drukkerij zette de lithograaf het model over op een zinken of aluminium plaat, welke het beeld omgekeerd afzette op een cilinder. Nu kon aan massaproductie gedaan worden. Een goede lithograaf was dus onmisbaar. De distributeur verstuurde de posters ten slotte

naar de exploitanten, welke meestal louter nog een strook met zaalen vertoningsgegevens toevoegden (Choko, 1989, p. 349; Choko, 1995a, p. 11; Choko, 1995b, pp. 8-9 en 115-116).

De ontwerper kon ook in dienst zijn van een drukkerij in plaats van de distributeur (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 18 en 34; Meuldermans, 2004, p. 83). Afficheontwerpers als Ernest Godts en Maurice Wautier na de Tweede Wereldoorlog en Julien 't Felt na de Eerste Wereldoorlog waren zo allen als freelancer actief bij een drukkerij. Ook Rudeman, een Nederlandse afficheontwerpster, vermeldde hoe omstreeks 1927 de drukkerijen afgewerkte posters verkochten (Anink & van Yperen, 2005, p. 14).¹³¹ Verder gaf ook Karl Scheerlinck in *Culturele affiches te Antwerpen 1880 -1940 in kunsthistorisch perspectief* aan dat de drukkerijen een belangrijke rol speelden (Scheerlinck, 1991, p. 24). Distributeurs, producenten of exploitanten gaven dus vaak opdrachten aan of kochten affiches van (afficheontwerpers in) drukkerijen (Fenneker, 2007, p. 35).

Begin jaren '50 leek de bioscoop zelf, door de vele cinemabezoekers eind jaren '40, een geschikte plaats voor posterreclame (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 14). Tegen het einde van de jaren '50 maakte de affichesector echter grondige veranderingen mee. Toen het cinemabezoek daalde, daalden ook de posterreclame en posterontwerper in belang. Men zocht dus andere reclamemiddelen, zoals kranten, weekbladen en later televisie. De Brusselse film distributeurs en afficheontwerpers lieten door de toenemende rationalisering en schaalvergroting in de bioscoopindustrie de promotie ook steeds meer over aan grote reclamebureaus die op grote schaal werkten of aan film distributeurs in Parijs, Los Angeles en New York. De Belgische afficheontwerpers die nog actief waren, werkten vanaf de jaren '60 ook meer met Amerikaanse, Duitse of Franse foto's en affiches.¹³² De Belgische film affiche, en dus ook de Belgische afficheontwerper, verdween stilaan ten voordele van de

¹³¹ Elke maandag zouden zo vertegenwoordigers van bioscoopondernemers, distributeurs en verhuurbedrijven in hotel Krasnapolsky te Amsterdam de films bepreken van de komende week. De drukkerijen verkochten daar dan hun affiches.

¹³² Voordien werd zulk materiaal ook aangeleverd, maar vaak niet gebruikt.

wereldwijde uniforme filmposter. De afficheontwerper en lithograaf werden plots ook misbaar door de komst van de fotografie, fotografische drukprocedures en de offsetdruk, die een snellere en goedkopere verspreiding van affiches mogelijk maakten (Choko, 1989, p. 349; Choko, 1995a, p. 11; Choko, 1995b, pp. 8-9; De Hert & Stallaerts, p. 27 en pp. 14-15, 92-94 en 229-230; Lucas & Scheerlinck, 1995, pp. 115-116; Willems, 2007, p. 89).

Op basis van interviews met Maurice Widy in het naoorlogse vakblad *La cinégraphie belge* (1944) en Arthur Wilde, publiciteitschef bij Twentieth Century-Fox Film Corporation, voor het boek *Motion picture advertising: Industrial and social forces and effects, 1930-1948* (1984) van Haralovich werd het reclameproces in de Verenigde Staten geschetst.

De productiedirecteur in een studio ontving het scenario op basis waarvan hij alle filmedewerkers selecteerde en de kostprijs van de film bepaalde. Vervolgens, nog voor het draaien van de film, overlegde hij met het pers- en publiciteitsbureau of het reclamepersoneel van de studio over de publiciteit. Zo werd een campagneplan opgesteld. Enerzijds werden foto's en posters gemaakt. Voor de voltooiing van de filmproductie trokken studiofotografen zo foto's van de cast, hun typische gezichtsuitdrukkingen en kostuums. Deze gebruikten artiesten dan om hun posters te maken alvorens de film klaar was. Anderzijds werd een persboek opgesteld met ondermeer het scenario, distributieplan, slogans, publiciteitsideeën, artikels, tekeningen, foto's en biografieën van vedetten. Het publiciteitsmateriaal werd dan opgestuurd naar kranten, magazines en exploitanten, die er graag gebruik van maakten, gezien het opstellen van een individuele affiche per film een te grote kost vormde. Ze werden wel verwacht het materiaal nog aan te passen en hadden dan vaak ook een posterartiest in dienst. Verder publiceerden de vakkrant *Motion picture herald* en de *Film daily year book*, net als het Belgische vakblad *Cinema*, vaak reclame- en postertips en wedstrijden voor de beste publiciteit (Haralovich, 1984, p. 120). Deze vakkrant moedigde zo op 18 december 1942 de publicitaire inspanning aan.

I advertised it (...) I do that with every picture. Big ones.
Little ones. Inbetween ones (...) Some theatremen of my

acquaintance shoot the bankroll only on the big ones [films]. And are satisfied to break even on weaker programs. But that's bad theatre operation (...) We do the best possible job with every picture. And in these few words gentlemen, lies the whole foundation of showmanship (Haralovich, 1984, p. 123).¹³³

De studio's stonden dus in voor de posterproductie en -distributie. De exploitanten konden posters selecteren uit magazines, krantenreclames en persboeken of ontwierpen ze zelf (Choko, 1989, p. 349; Haralovich, 1984, pp. 16-20 en pp. 142-143). Voor de buitenlandse filmpubliciteit werd de pers- en publiciteitsdienst van een divisie van buitenlandse distributiemaatschappijen ingeschakeld. De directie, publiciteitschef en medewerkers van deze divisie bekeken de film en bepaalden de buitenlandse filmlancering.

Widy bevestigde wel het vermoeden dat de lancering van films in België meer bescheiden was (Widy, 1944, p. 7).

Ook in de Verenigde Staten zetten de studio's na de oorlog hun affichedistributie stop. Het publiciteitsbudget, dat in de jaren '20 en '30 hoog lag, slonk na de oorlog door het gedaalde bioscoopbezoek. Ze besteedden het dan ook uit aan het onafhankelijk bedrijf National Screen Service (Drate, e.a., 2008, p. 3).

Door deze gegevens over Duitsland, de Verenigde Staten en België samen te brengen, kunnen we de reclameprocedure¹³⁴ schetsen doorheen de tijd.

In de beginperiode huurden exploitanten zelf afficheontwerpers in. Dit bleven ze doorheen de hele periode sporadisch doen.

Tussen de jaren '30 en jaren '50 kocht of huurde de exploitant voornamelijk zijn materiaal van distributeurs en paste het materiaal

¹³³ Vrije vertaling: Ik maakte er reclame voor (...) Ik doe dat bij elke film. Grote, kleine en middelgrote films. Sommige exploitanten die ik ken, halen enkel geld boven bij de grote films en zijn tevreden om een 'break even' punt te bereiken bij zwakkere films. Maar dat is slechte exploitatie (...) Wij doen de best mogelijke job bij elke film. In deze weinige woorden ligt de hele basis van cinema-uitbating.

¹³⁴ Wellicht waren er wel uitzonderingen op deze regel.

mogelijk nog aan, via een eigen artiest, of plakte er alleszins zijn eigen bioscoopstrook op. De distributeur (of de verantwoordelijke voor de publiciteit in de distributiemaatschappij) schakelde een artiest in of een drukkerij. Deze drukkerij kreeg opdrachten van de distributeur of verkocht op eigen initiatief affiches. De posterartiest kreeg zijn basismateriaal van de productiemaatschappijen of distributeurs. In de Verenigde Staten had de studio op publicitair vlak eenzelfde rol als de Europese distributeur.

Vanaf de jaren '50-'60 besteedden de distributeurs in Europa en de studio's in de Verenigde Staten hun reclameactiviteiten uit aan andere bedrijven.

De reclame en de afficheontwerpers zaten structureel dus overal, maar nergens. Er heerste geen complete chaos, daar er wel een Reclamecentrale werd ingesteld, maar de reclame was een verantwoordelijkheid van elke filmindustrietak. Dat elke tak het schijnbaar normaal vond dat elke andere tak zich met filmreclame bezighield, kan mede de schaarse literatuur hieromtrent verklaren, wat ook Karl Scheerlinck opmerkt.

Onderzoek naar de specifieke relatie ontwerper – drukkerij – opdrachtgever is meer dan wenselijk, maar – dat leerde ons de ervaring – niet altijd mogelijk (Scheerlinck, 1991, p. 24).

In België ontfermde voornamelijk de distributeur en exploitant zich over de reclame. Van een echte beroepsstructuur of één afzonderlijke verantwoordelijke was er geen sprake. Naar Duits voorbeeld was er enkel een algemene Reclamecentrale. Reclame was verder een bevoegdheid van velen. Hoewel zij Amerikaanse filmreclame bespreekt, bevestigt Mary Beth Haralovich deze these.

Film advertising does not emerge from the autonomous operation of publicity departments. Rather, advertising practices are situated within interchanges among a wide-range of industry groups (...) Decisions about policy are not imposed from above, nor is policy conducted in a random or anarchic fashion. Instead, the industrial hierarchy in which

film advertising is conducted, is characterized by a loose yet cohesive organization (Haralovich, 1984, pp. 14-24).¹³⁵

We merken eveneens dat tijdens de oorlog de reclameprocedure onveranderd bleef. Hoewel in Duitsland een reclameraad en een algemene reclamevakorganisatie werden ingesteld om de reclame te structureren (Künzler, 1938, p. 113) en in België een Reclamecentrale, stelde de bezetter in eigen land en in België geen aparte tak in of voerde geen veranderingen door in de bevoegdheden. Men bleef voor filmreclame de drie takken aanspreken. De mogelijke invloed van de bezetter op de reclame zal dus ook tussen de lijnen moeten worden afgelezen. Via het vakblad *Cinema* zal nagegaan worden of de bezetter aan de drie industrietakken, die hij wel structureel verankerde, zaken voorschreef betreffende de filmreclame en of de beroepsgroepen de voorschriften doorgaven aan hun leden. Alvorens deze invloed te analyseren, trachten we te verklaren waarom de bezetter noch in eigen land, noch in de bezette landen een aparte filmreclametak instelde of veranderingen doorvoerde.

Een mogelijke, maar weinig waarschijnlijke verklaring luidt dat de bezetter reclame niet belangrijk vond.

Weinigen zagen de filmaffiche immers als waardevol. Afficheontwerpers als Godts zagen het ontwerpen van affiches zo slechts als een bijverdienste of als ‘travail imbécil’¹³⁶ naast het serieuze werk dat ze uitvoerden. Godts vermeldt verder hoe kunstenaars hen als minderwaardig beschouwden. Ook afficheontwerper Boris Grinson vermeldt dat men van dit beroep niet kon leven (Choko, 1989, p. 349). Karl Scheerlink vormt in *Culturele*

¹³⁵ Vrije vertaling: Filmreclame ontstaat niet uit de autonome werking van publiciteitsdepartementen. Reclamepraktijken zijn eerder gesitueerd in de interacties van een brede reeks industriegroepen (...) Beslissingen over beleid worden noch van boven af opgelegd, noch op een willekeurige of anarchistische manier gevoerd. Neen, de industriële hiërarchie in welke filmreclame wordt gevoerd, wordt gekarakteriseerd door een losse, maar samenhangende organisatie.

¹³⁶ Volgens Robbe De Hert en Rik Stallaerts omschreven de ontwerpers het vaak op deze manier.

affiches te Antwerpen 1880-1940 in kunsthistorisch perspectief (1991) een beeld over de inkomsten van een afficheontwerper (Scheerlink, 1991, pp. 32-33). De drukker verdiende meer dan de kunstzinnige ontwerper.¹³⁷ De filmaffiche werd dus niet aanzien als kunst, maar als commercieel reclamemiddel (De Hert & Stallaerts, 1995, pp. 16-24).

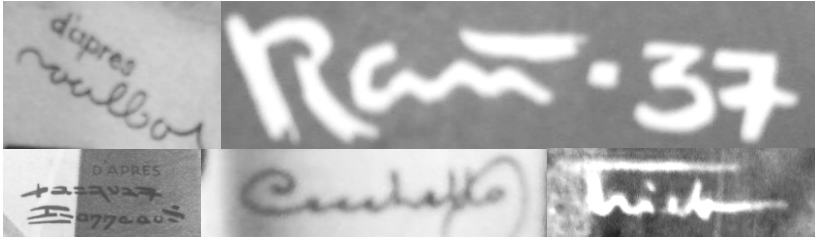
Dat beeld krijgen we ook op basis van de andere beroepsaspecten van de afficheontwerper. Ontwerpers Grinson, Godts en Rudeman gaven zo aan dat er beperkingen waren in hun artistieke vrijheid, dat ze vaak lange dagen en snel¹³⁸ moesten werken en dat ze niet altijd konden wachten op inspiratie (Choko, 1989, p. 349; De Hert & Stallaerts, 1995, p. 18). De exploitant stelde na de oorlog immers maandag zijn programma op voor vrijdag (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 22). Artistieke aspiraties moesten vaak inboeten voor commerciële eisen van het filmbedrijf (Choko, 1995a, p. 11; Anink & van Yperen, 2005, p. 14).

De affichetekenars maakten zich vaak ook niet kenbaar op de affiche. Deden ze dat wel, dan via een onherkenbaar signatuur. Ook Godts wou niet herkend worden als 'affichist' (Anink & van Yperen, 1995, p. 12; De Hert & Stallaerts, 1995, pp. 16-24; King, 2003, p. 9). Ook het Leuvense archief bevestigt dit. Van de 2885 gearchiveerde posters verschenen slechts 128 met signatuur en vermeldden slechts 79 wie de originele affiche had opgesteld.¹³⁹ Bovendien toont figurengroep 4 dat deze signaturen vaak onherkenbaar waren. We merken wel op dat er vanaf midden jaren '50 meer signaturen verschijnen. Dit kan mogelijk de veranderde houding ten opzichte van de filmaffiche, welke we reeds eerder aangaven, bevestigen.

¹³⁷ Zo kreeg een drukker in 1899 voor 100 exemplaren 800 Belgische frank en de ontwerper 500 frank. In 1910 kreeg hij voor 150 exemplaren 610 frank en de ontwerper 290 frank.

¹³⁸ Ook Tom Meuldermans spreekt van het 'ijltempo' waartegen ontwerpers moesten werken (Meuldermans, 2004, p. 83).

¹³⁹ Dit laatste werd aangeduid met 'd'après'. Men gebruikte dit echter ook af en toe om aan te geven op welke bron (boek, toneelstuk, enzovoort) de film was gebaseerd.



4: Onherkenbare signaturen op de filmaffiches.

Toch mogen we de anonimiteit niet enkel toeschrijven aan een minderwaardigheidscomplex. Godts vermeldde zo dat de ontwerper dikwijls voor verschillende opdrachtgevers werkte, wat hij trachtte geheim te houden. Bovendien wouden drukkerijen aan klanten doen uitschijnen dat alle posters binnenshuis werden gemaakt en niet door externe freelancers. Verder wilden ontwerpers zich, zeker tijdens de oorlog, mogelijk niet binden aan bepaalde films of ideologieën. Grinson alludeerde hier alleszins op.

Au début de 1933, on me demanda de réaliser une affiche contre Hitler, ce que je fis volontiers. Mais j'eus la dangereuse idée de mettre au dos mon nom et mon adresse (Choko, 1989, p. 349).¹⁴⁰

Dat publiciteit niet als kunst werd gezien, blijkt ook uit de recyclage van de materiële stoffen, dit zeker tijdens de oorlog. Calicots werden overschilderd en achterkanten van posters bedrukt. De ontwerpers vonden dit niet erg, gezien hergebruik vaak een nieuwe opdracht en dus inkomsten betekende. Verder werden affiches ook gebruikt als verpakkingspapier, als brandstof tijdens de oorlog, of weggegooid na mogelijk een tijd op zolder te hebben gelegen (Choko, 1989, p. 4; De Hert & Stallaerts, 1995, p. 24; Gillespie & Nelson, 2007a, p. 33; Meuldermans, 2004, p. 83; Nourmand & Marsch, 2002, p. 5).

Het zou dus kunnen dat ook de bezetter de filmaffiche weinig apprecieerde en daarom structureel geen wijzigingen aanbracht op reclamevlak. Dat de bezetter de poster misschien niet als kunstzinnig

¹⁴⁰ Vrije vertaling: In het begin van 1933 had men me gevraagd een affiche tegen Hitler te maken, wat ik vrijwillig wou doen. Maar ik had het gevaarlijk idee om op de achterzijde mijn naam en adres te vermelden.

beschouwde, betekent echter niet dat hij deze geen belangrijk reclamemiddel kon vinden. Velen apprecieerden posters wel als reclamemiddel (Nourmand & Marsch, 2002, p. 46).¹⁴¹ Stanislas Choko gelooft bovendien dat er net veel posters verloren zijn gegaan omdat er een grote vraag naar was (Choko, 1989, p. 4). Verder bewijzen ook onze eerdere uiteenzetting rond Goebbels' en Hitlers idee over posters, het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* (Künzler, 1938, pp. 110-116) en de verordeningen in het vakblad *Cinema* dat deze verklaring incorrect is.

Wellicht achtte de bezetter het gewoonweg niet nodig een aparte structuur in te stellen, daar hij tevreden was over de normale gang van zaken. In Duitsland spaarden distributeurs en producenten tijd noch geld om een film goed te lanceren. Ook in andere landen namen de verantwoordelijkheid met betrekking tot de reclame op. De bezetter beseftte wellicht dat eigen Duitse krachten gespaard konden worden. Zij die bevoegd waren voor de reclame mochten hun werk voortzetten. Zo werden ook principes als 'business as usual' en 'Ruhe und Ordnung' gevolgd. Via de verschillende vakorganisaties en de Reclamecentrale werd het principe van 'eenheid van bestuur' niet helemaal overboord gegooid en kon de bezetter toch, wanneer nodig, 'achter de schermen' invloed uitoefenen zonder hiervoor een aparte tak te hoeven oprichten. De leiders van de beroepsorganisaties waren immers overtuigd van de heilzaamheid van structuur, tucht en discipline en ondertekenden dan ook trouw de richtlijnen van de bezetter. De leden volgden hun leiders dan weer gezien hun aanzien. Vanderheyden en Van Tuykom stelden zo:

Dank zij die hervormingen kent ons cinemawezen thans een geordend en eerlijk bestaan.

Wie had, enkele jaren geleden, durven dromen dat eenmaal alle cinemabestuurders er toe gebracht zouden worden deel uit te maken van een eenheidsorganisatie met

¹⁴¹ Ook dit wordt echter door sommigen ontkracht. Bill Gold, de ontwerper van de Amerikaanse campagne van *Casablanca* (Curtiz, 1942), beweert dat filmposters als 'the dregs of advertising' of het uitschot van de reclame werden beschouwd.

zo'n uitgebreide bevoegdheid (BSKF & VKB, 1942, pp. 3-5)?

Voor de filmreclame werd zo een gelijkaardig beleid nagestreefd als op algemeen filmniveau, namelijk de 'algemene gang van zaken' aanhouden, maar 'achter de schermen' invloed uitoefenen.

De afficheontwerpers ondervonden wellicht weinig directe invloed van de bezetter, daar ze zich niet moesten aansluiten bij een vakverbond en ook niet verplicht waren op de hoogte te zijn van de verordeningen die verschenen in *Cinema*. Hun opdrachtgevers, namelijk de distributeurs, producenten of exploitanten, moesten dat echter wel. Zo kon de invloed van de bezetter toch hebben doorgewerkt, ondanks het ontbreken van een aparte beroepstak. Ze ervoeren bovendien mogelijk wel invloed via de Reclamecentrale.

3.1.4.4. Filmbezoek tijdens de Tweede Wereldoorlog

In voorliggend deel bestuderen we kort hoe het gesteld was met het filmbezoek tijdens de bezetting. De populariteit van de bioscoop tijdens de Tweede Wereldoorlog kan zo mede het nut en de effectiviteit van het cultuur- en affichebeleid van de bezetter aantonen, alsook de Duitse invloed helpen kaderen.

Het Belgisch publiek bleef tijdens de oorlogsjaren naar de cinema gaan (de Ridder, 1995). De wekelijkse ticketverkoop kende zelfs een hoogtepunt van 80 tot 85 miljoen kaartjes (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 75).¹⁴² Belgische bezoekers vonden de Duitse films en

¹⁴² We geven nog enkele cijfers. Tussen oktober 1940 en oktober 1942 steeg het gemiddelde aantal maandelijks bioscoopbezoekers van 2.900.000 tot ca. 5.800.000, wat meer is dan het vooroorlogse 5.000.000. In 1941 gingen er maar liefst 67.000.000 personen naar de bioscoop, wat resulteerde in een bruto-ontvangst van 370.000.000 frank tegenover 350.000.000 frank in 1939. Tussen 3 oktober 1941 en 1 oktober 1942 bezochten maar liefst 73.555.349 personen de bioscoop, wat resulteerde in een bruto-ontvangst van 379.511.290 frank.

filmsterren al gauw zo goed als de Amerikaanse (Van de Vijver, 2007, pp. 226-227; Vande Winkel, 2007, pp. 74-76; Van Engeland, 1988, p. 18; “Vergelijkende uitslagen van de Belgische bioscoopexploitatie voor het dienstjaar 1941-42”, 1943, p. 7).

Deze hoge cijfers deden zich in de meeste landen en steden voor. Zo ook in Leuven (“Het corporatief leven”, 1942, p. 6).¹⁴³

Het zwarte tijdperk in de geschiedenis was dus een gouden era voor de cinema (Nourmand & Marsch, 2002, pp. 3-4; “Statistiek betreffende het cinemabezoek in ons land: Hoogere cijfers dan het gemiddelde van voor den oorlog”, 1942, p. 19; Van Engeland, 1988, p. 18). In het vakblad *Cinema* besluit men:

Uit statistieken blijkt dat oorlogsgebeurtenissen geen nadelige weerslag hebben op de algemene toestand van het bioscoopwezen. En paradoxaal genoeg [is het] verbeterd (“Wat de cijfers leren: Naar aanleiding van een eerste statistisch document”, 1942, p. 1).

Wij benaderen een tijdperk, waarin de filmondernemingen tot hun hoogsten bloei zullen komen (“Vereischten van den huidigen tijd: Krachtinspanning is plicht”, 1942, p. 1).

Het behoorde tot de bezetter zijn plan snel na de inval, in december 1940, de bioscoopzaalheropening te bevelen. Het openbare leven in België viel even stil, maar hervatte zich al snel weer. In Leuven gaf het college van burgemeester en schepenen zo op 12 mei 1940 het bevel tot de verplichte evacuatie van de stad, maar het leven hervatte zich eind juli alweer (Van Engeland, 1988, p. 6 en 12; Vande Winkel, 2007, pp. 66-70). Het moest net als in Nederland lijken of alles ‘as usual’ was. Goebbels en Hitler voorzagen de Duitse bevolking zo sinds 1933 van ‘brood en spelen’, gebruikten vrije tijd als susmiddel en probeerden ook in de bezette landen de burgers zo achter zich te krijgen (Welsch, 1998, p. 45).

¹⁴³ De zaal Forum met 1460 zitjes verkocht in 1941 370.578 tickets, resulterend in 1.706.355 frank bruto inkomsten. De zaal A.B.C. met 981 zitjes verkocht toen 174.275 tickets, resulterend in 655.690 frank. De zaal Casino met 803 plaatsen verkocht toen 221.719 tickets, resulterend in 754.930 frank.

Toch werden tegen 1941 een groot aantal zalen gesloten.¹⁴⁴ Ook in Leuven slonk het vooroorlogse zalenpark van zeven bioscopen naar vijf bioscopen. Het Alhambra, vanaf toen ABC, Louvain Palace, vanaf toen Forum, en Casino kwamen onder exploitatieketen COBEC en Philippe De Becker te staan. Verder was er nog Eden¹⁴⁵ van Edmond Wenderickx en City van Marcel Walter. De affichecollectie van het Stadsarchief bevestigt dit. Het Leuvense sluitingspercentage lag dus hoger dan het nationaal percentage (BSKF & VKB, 1942, p. 61; Van Engeland, 1988, p. 15).

De herstructurering van het Belgische filmwezen had de economische rendabiliteit echter niet geschaad, daar men de vooroorlogse maandelijkse 5.000.000 bezoekers moeiteloos evenaarde (Vande Winkel, 2007, p. 71). Om deze nog te verhogen en onderlinge concurrentie uit te schakelen, wat de bezetter ook in Nederland en Duitsland al propageerde, werden distributieplannen opgesteld waarin vermeld stond wie welke film wanneer mocht draaien. In Leuven kregen zo Forum, Eden en A.B.C. voorrang op Casino en City (“Distributieplan voor de nieuwe productie”, 1942a, p. 10; “Distributieplan voor de nieuwe productie 1943-1944”, 1943, p. 7; Vande Winkel, 2004a, p. 33). De bezetter en de PAB vonden het verder ook interessant zelf zalen te (her)openen om zo de propagandistische en economische doelen te verwezenlijken (Vande Winkel, 2007, pp. 66-74).

Mogelijke tijdelijke gedaalde bezoekersaantallen tijdens de oorlog werden in *Cinema* ook eerder aan het slechte weer toegeschreven dan aan de oorlogsomstandigheden, wellicht om de bezetter niet tegen zich te krijgen. We nemen een greep uit de citaten.

Over het algemeen heeft het warm weder de cinemaontvangsten in het Antwerpsche op schrikbarende wijze doen dalen (...) Het cinemapubliek is, nu het volop zomert, schaars geworden (...) De Zomerhitte heeft het

¹⁴⁴ De PAB liet van de 1100 vooroorlogse bioscopen 926 terug in werking treden. In vakblad *Cinema* spreken ze van 859 cinema's (“Het corporatief leven”, 1940b, p. 16). In 1941 bracht de bezetter dit terug op 736 bioscopen.

¹⁴⁵ Eden werd op 18 mei 1944 door bombardementen vernield.

bezoekersaantal in de cinema's doen slinken ("In het land, elders in de wereld", 1941a, p. 19).

Niettegenstaande de milde temperatuur deze laatste weken, boekten de cinema's onverhoopte ontvangsten. ("In het land, elders in de wereld", 1941c, p. 16).

De Siberische koude en de overvloedige sneeuwval hebben zeer veel schade berokkend aan het cinemabedrijf (...) *La rigueur de la température qui a sévi durant tout le mois de janvier a naturellement provoqué un sensible fléchissement du chiffre d'affaire des cinémas* ("In het land, elders in de wereld", 1942b, p. 17).¹⁴⁶

De hausse kan mede verklaard worden doordat de bezetter andere ontspanningsmogelijkheden beperkte. (Snoepgoed op) kermissen en en bepaalde dranken in cafés werden afgeschaft. Dansen in openbare gelegenheden was verboden. Vakantietrips waren te duur en de zee was voor het binnenland afgesloten. Verder bood cinema naast kranten, boeken en radio een goedkope ontsnapping aan de omstandigheden. Vele auteurs nemen deze goedkope, escapistische cinema-eigenschap als verklaring voor het cinemasucces tijdens de oorlog. Lichtvoetige komedies en musicals deden het zo zeer goed (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 75; De Wilde, 1982, pp. 69-73; Nourmand & Marsch, 2002, p. 4; Van de Vijver, 2007, p. 226; Van Engeland, 1988, p. 18).

De hausse, de tactiek van de Duitse bezetter en het escapistisch motief waren echter niet nieuw. Tijdens de Eerste Wereldoorlog werden ze ook al opgetekend (Convents, 1980, pp. 365-367).

Het hoge bioscoopbezoek kan enkele zaken aantonen. Het kan verklaren waarom de bezetter veel belang hechtte aan de film in België. Het kan de effectiviteit van de filmreclame tijdens de oorlog, alsook de effectiviteit van het Duitse film- en filmaffichebeleid aantonen. Ten slotte kan het ook de invloed van de

¹⁴⁶ Vrije vertaling: De strenge koude die heerste tijdens de hele maand januari heeft uiteraard geleid tot een significante daling van de omzet van de bioscopen.

oorlogsomstandigheden aantonen. Wellicht geldt echter een combinatie van deze factoren.

3.1.4.5. Jan Vanderheyden



5: Jan Vanderheyden -
Bron: "Het jubileum van Jan
Vanderheyden", 1941, p. 1.

Daar Vanderheyden als enige tijdens de gehele bezetting aanbleef als leider van een beroepsorganisatie en, net als Teunissen in Nederland, in allerlei takken een machtspositie innam, zullen we zijn biografie kort uiteenzetten. We bespreken het apart, opdat het de aandacht niet zou afleiden van het algemeen betoog.

Tijdens de Eerste Wereldoorlog verbleef Vanderheyden¹⁴⁷ in Londen, waar hij voor het eerst in contact kwam met het cinemawezen. Vanaf 1915-1916 werkte hij immers als hoofdboekhouder voor het Pathé-filiaal te Londen. In 1916 werd hij exportmanager bij Transatlantic City.¹⁴⁸ In deze organisatie kwam hij in contact met een Antwerpse exploitant. Deze introduceerde hem in de distributiesector, die stilaan van de grond kwam. In 1922 richtte hij zijn eigen verdeelhuis Soleil Levant Films¹⁴⁹ op. Deze distribueerde voornamelijk Amerikaanse en Franse films. In 1925 werd zijn verdeelhuis omgedoopt tot International Film Distributors. Hij ging zich steeds meer toeleggen op de import van Duitse films, welke hij in het Vlaams en het Frans nasynchroniseerde. Door regelmatig Duitsland te bezoeken, kreeg hij in 1931 het West-Europees monopolie op de films van de Berlijnse

¹⁴⁷ Vanderheyden werd geboren in Antwerpen in 1890. Nadat hij zijn studies aan de Hogere Middelbare Handelsschool afmaakte, werkte hij voor Bell Telephone en was hij regisseur van amateurtheatergezelschappen.

¹⁴⁸ Deze organisatie bracht films van het Amerikaanse filmbedrijf Universal op de Europese markt. Vanderheyden zou tot 1918 in Londen blijven.

¹⁴⁹ Het had een filiaal in Brussel en in Antwerpen.

AAFA-studio. Zijn verdeelhuis werd dan ook IFD-AAFA (“De productie te Brussel en te Antwerpen: 25 jaar filmbedrijvigheid: Het jubileum van Jan Vanderheyden”, 1941, p. 18; “De Vlaamsche film: Verleden – evolutie – toekomst: Het tijdperk van Jan Vanderheyden: De cinemaloopbaan van den Vlaamschen producer”; 1939, p. 18; Goossens, 1985, pp. 56-58; Hoeyberghs, 2004, p. 41; Sojcher, 1999, p. 107; Thomas, 1995, p. 45).

In 1927 kreeg Vanderheyden zijn eerste serieuze ervaring met een beroepsorganisatie. Hij werd namelijk medestichter van de Alliance belge du film, de belangenorganisatie van Belgische distributeurs.

In 1934 startte hij met de productie van Vlaamse films.¹⁵⁰ Om dit idee uit te werken, zou hij bijgestaan worden door Edith Kiel. Deze¹⁵¹ geraakte via haar vriendin Lilian Paape in contact met de UFA-studio's te Neubabelsberg, waar ze *script girl*, regieassistente en tolk werd. In het begin van de jaren '30 komt ze in Berlijn in contact met Vanderheyden, met wie ze een relatie aangaat.¹⁵² Kiel en haar dochter gingen mee naar België om in eerste plaats de publiciteit van de aangekochte films te verzorgen. Na een tijd verzorgde ze ook de Nederlandse ondertitels, werd ze scenariste en zou ze zelfs de meeste van zijn films regisseren, hoewel Vanderheyden steeds als regisseur in de *credits* werd opgenomen, daar Kiel Duits was en de gevoeligheden in België kende. De meeste van zijn (latere) films werden getypeerd als (Antwerpse) volkskluchten. Vanderheyden verfilmde in 1934 de eerste echte, bovendien succesvolle, Vlaamse geluidsfilm, *De Witte* (Vanderheyden, 1934), gebaseerd op het gelijknamige boek van

¹⁵⁰ Hij merkte immers dat zijn Duitse nagesynchroniseerde films het goed deden in Vlaanderen, waar enkel Franstalige of Amerikaanse films draaiden.

¹⁵¹ Kiel werd op 30 juni 1904 geboren in Berlijn. Ze was in de jaren '20 actief als journaliste voor een Berlijnse krant. Hierna werkte ze bij UFA.

¹⁵² Eind jaren '20 waren beiden echter al getrouwd geweest. Kiel trouwde met Walter Regalien. Vanderheyden trouwde met ene Gauttier uit Parijs. Beide koppels gingen echter uiteen.

Ernest Claes.¹⁵³ Net als bij vele latere films werkte hij hiervoor voornamelijk samen met Duitse vakmensen. Daarna volgde nog *Alleen voor U* (Vanderheyden, 1935), *Uilenspiegel leeft nog* (Vanderheyden, 1935) en de drie minder succesvolle films, *De Wonderdokter* (Vanderheyden, 1936), *Havenmuziek* (Vanderheyden, 1937) en *Drie flinke kerels* (Vanderheyden, 1938). De films tonen eveneens het structurele tekort aan Belgische studio's (Everaerts, 2000, p. 41; Goossens, 1985, p. 115 en 285; Hoeyberghs, 2004, pp. 41-42; Sojcher, 1999, pp. 107-108; Thomas, 1995, pp. 45-46).¹⁵⁴

Op 1 januari 1939 startte Vanderheyden dan ook met het opbouwen van een eigen studio.¹⁵⁵ Hier draaide hij eerst *Een Engel van een man* (Vanderheyden, 1939), gevolgd door *Met de Helm geboren* (Vanderheyden, 1939) en de populaire *Janssens tegen Peeters* (Vanderheyden, 1939), alsook *Naar nieuwe levensvreugd*¹⁵⁶ (Vanderheyden, 1939). In de periode 1940-1943 volgden de films elkaar snel op. Hij draaide zo nog *Janssens en Peeters dikke vrienden* (Vanderheyden, 1940), *Veel geluk Monika* (Vanderheyden, 1941), *Antoon, de flierefluiter* (Vanderheyden, 1942) en *Wit is troef*¹⁵⁷ (Vanderheyden, 1940). Kiel maakte nog *Een aardig geval* (Kiel, 1941) en *Brief uit Antwerpen* (Kiel, z.d.) (“De Vlaamsche filmbeweging: Een historische dag: De Jan Vanderheydenstudios geopend”, 1939, p. 11; Goossens, 1985, pp. 59-62; Hoeyberghs, 2004, p. 42; Sojcher, 1999, p. 108; Thomas, 1995, pp. 46-52).

¹⁵³ Vanderheyden zou niet de enige zijn die Vlaamse boeken verfilmde om de Vlaamse cultuur te tonen.

¹⁵⁴ *De Witte* (Vanderheyden, 1934) en *Alleen voor U* (Vanderheyden, 1935) werden voornamelijk gedraaid in de Duitse Tobis Klangfilm-studio. *Uilenspiegel leeft nog* (Vanderheyden, 1935) werd opgenomen in een studio in Amsterdam. Voor de films *De Wonderdokter* (Vanderheyden, 1936), *Havenmuziek* (Vanderheyden, 1937) en *Drie flinke kerels* (Vanderheyden, 1938) huurde hij de Etterbeekse Studios belges.

¹⁵⁵ Het was een verbouwde houtzagerijmagazijn in de Antwerpse Pyckestraat. De studio opende officieel op 6 mei 1939.

¹⁵⁶ Het was een toeristische film voor de provincie Antwerpen.

¹⁵⁷ *Wit is troef* (Vanderheyden, 1940) ging op 10 mei in première, bij het uitbreken van de oorlog.

Vanderheyden wist tijdens de oorlog al gauw een machtspositie op te bouwen door zijn Duitse contacten. Hij creëerde zo een quasi-monopolie op de Belgische filmmarkt. Door zijn collaboratie werd Vanderheyden in 1949, nadat hij naar Berlijn was gevlucht, veroordeeld tot 13 jaar gevangenisstraf, waarvan hij maar enkele jaren effectief uitzat. In 1952 zouden Vanderheyden en Kiel de Antwerpse Film Onderneming oprichten (Everaerts, 2000, p. 46; Goossens, 1985, pp. 283-285; Sojcher, 1999, p. 117 en 126; Thomas, 1995, p. 72; Hoeyberghs, 2004, pp. 43-44; Thys, Michelems, Apers, Aubenas, Aubert & Convents, G., 1999, p. 283).¹⁵⁸

3.1.4.6. Schuldvraagstuk

Bij het afsluiten van de structurele uiteenzetting, is het mogelijk interessant het schuldvraagstuk van de collaborateurs in het filmwezen tijdens de bezetting kort aan te halen. In verschillende werken werd hierover gediscussieerd. We bespreken in dit kader kort de benoeming van Vanderheyden.

Net als in Nederland, werden de Belgische ‘filmcollaborateurs’ strafrechtelijk mild behandeld. Slechts enkelen werden veroordeeld.¹⁵⁹ Andere duidelijke collaborateurs als Alfred Greven, die de Duitse kas spijsde, en Robert Van Daalen,¹⁶⁰ die de Gruppe Film leidde, maar ook verschillende machtige leden van de beroepsorganisaties,¹⁶¹ werden niet veroordeeld. Vanderheyden kreeg de zwaarste straf, namelijk 13 jaar gevangenisstraf. Hij bleef immers als enige lang aan in een leiderspositie, had als enige in zoveel instanties een machtspositie en maakte als enige Vlaming nog langspeelfilms. Toch zat ook hij slechts enkele jaren effectief (Vande Winkel, 2004a, p. 34).

¹⁵⁸ Kiel nam hierbij officieel het regiewerk over en realiseerde 16 speelfilms.

¹⁵⁹ Men denkt aan Camille Damman, Jan Vanderheyden en Henri Vanheffen.

¹⁶⁰ Greven en Van Daalen werden enkel als getuigen verhoord.

¹⁶¹ Men denkt hierbij vooral aan Faes, Brasseur, Ledoux en Degraeve.

In de filmwereld werden de collaborateurs harder aangepakt. De Filmgilde werd verafschuwd, Vanderheyden werd een ‘verfoeilijk overweldiger’ genoemd en personen als Vanden Neste naïef (“Reconstruire, M. Marcel Coppens, Président de la Chambre Syndicale de la Cinématographie Belge nous parle”, 1944, p. 1). Zelfs de redacteurs van het ‘oorlogsvakblad’ *Cinema*, Carl Vincent en Joris Demaeght, werden in de naoorlogse vakbladen beschimpt (“Een nieuwe toekomst tegemoet”, 1944, p. 5; ““Weekblad cinema” intende un procès à deux usurpateurs”, 1944, p. 1).

Amand, Damman, De Jong, Denis, Goosse, Heffen, Hobé, Vanderheyden, Van Magérus en Weits werden hoe dan ook uit de verenigingen gezet, wellicht omdat ze ook een celstraf moesten uitzitten. Andere ‘slechte elementen’ werden verbannen door een Zuiveringscommissie.¹⁶² De meeste beschuldigten resigneerden vrijwillig, wellicht omdat ze zich zelf schuldig beschouwden (“Verslag over de Zuivering en Aanwervingscommissie, 1944, p. 4). Zelfs bij de minste twijfel werd men zwart gemaakt¹⁶³ (“Cinq heures dans la dissidence”, 1944, p. 6; “De Syndicale Kamer heeft vergaderd: Ontslag van den heer Coppens: Het dubbele programma aangenomen, evenals het principie tot samenwerking met de V.K.B.B”, 1945, p. 1; “Entre nous”, 1944, p. 1; “In de Rozenstraat: De V.K.B.B speelt met open kaart: Hr Ridelle verstrekt uitleg”, 1945, p. 1; “La onzième heure”, 1945, p. 1).

Verder stelde ook de overheid¹⁶⁴ een Zuiveringscommissie in, hoewel de cinema-industrie vond dat deze haar werk niet grondig genoeg deed (“Assemblée générale extraordinaire de la Chambre Syndicale Belge de la Cinématographie”, 1944, p. 6; “De buitengewone algemeene vergadering van de “Syndikale Kamer””, 1944, p. 1; “Hr Marcel Coppens voorzitter der Syndikale Kamer staat ons te woord”, 1944, p. 1; “Nieuwe besluitwetten: Op bezoek in de wetstraat: Het ministerie van Landsverdediging en de Cinemaindustrie”, 1944, p. 1; “Vereeniging van Kinemabestuurders

¹⁶² 95 personen en firma’s werden onderzocht en 107 werden op verhoor uitgenodigd, waaronder Vanden Neste.

¹⁶³ Men spreekt hier van André Ridelle en Marcel Coppens.

¹⁶⁴ Men spreekt over het Ministerie van Landsverdediging en Cinemaindustrie.

van België”, 1944, p. 8; “Verslag over de algemeene en buitengewone vergadering der Belgische Syndikale Kamer van het Cinemabedrijf”, 1944, p. 13).

Dit onderscheid tussen de milde straffen van de rechtbanken en overheid enerzijds en de strenge daden en woorden van het filmwezen anderzijds, toont dat deze personen strafrechtelijk niet schuldig werden bevonden, maar dat ze zich toch niet correct hadden gedragen onder de oorlog.

De meeste beschuldigen collaboreerden echter niet zozeer ideologisch of racistisch, maar economisch. Velen wilden gewoon actief blijven in het filmwezen (Bevindo, 2009). De bezetter stelde zo Vanderheyden wellicht niet aan omdat hij een extreem nazisympathisant was, maar wel omdat hij een belangrijke cineast was, al aanwezig was in beroepsorganisaties en vertrouwd was met Duitsland. Hij zou, gezien gekend, gezag kunnen afdwingen en een ‘business as usual’ doen uitschijnen. Racistische collaboratie is min of meer uitgesloten, gezien Vanderheyden vrienden had in de Joodse gemeenschap (Hoeyberghs, 2004, p. 44). Hij nam de functie wellicht aan, omdat ook hij structuur wou in het filmwezen en zijn filmtoekomst wou verzekerd zien. Hetzelfde kan gezegd worden van zijn Nederlandse alter ego Teunissen. In *Filmfan* van mei 1981 vertelde deze dat hij zich bij allerlei nationaalsocialistische bewegingen als de SS aansloot, opdat hij in Nederland de leiding van verschillende filmdiensten in handen zou krijgen (Leefflang, 1990, p. 32 en pp. 68-69). Ook Marnix Beyen geeft aan dat de meeste cultuurpolitieke verantwoordelijken destijds loyaal en plichtsgetrouw hun functies uitoefenden zonder zich sterk antinazistisch of pro-nazistisch te profileren. Het waren ‘technocraten, die hun expertise op een vanzelfsprekende manier ten dienste stelden van een regime dat in hun ogen de nationale belangen verdedigde’ (Beyen, 2003).

Interessant in dit schuldvraagstuk is de uiteenzetting van Edith Kiel over haar levensgezel tegen Jos Hoeyberghs in het kader van diens

artikel in *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (Hoeyberghs, 2004, pp. 42-44).¹⁶⁵

¹⁶⁵ Haar betoog ging als volgt:

In de eerste dagen van de bezetting gingen we naar de ‘Syndikale kamer.’ Jan Vanderheyden was voorzitter van de groep filmproducenten. Op de ‘Syndicale kamer’ was reeds iedereen aanwezig, maar niemand van de Amerikaanse firma’s. Grote beraadslagingen. Allen wilden dat Jan hun belangen zou verdedigen omdat hij goed Duits sprak. Op mijn raad dat niet te doen, weigerde hij dit voorstel. Er werd een verkiezing voorgesteld. Dit gebeurde met een hoed waarin iedereen zijn briefje moest deponeren en met algemene stemmen werd Jan gekozen als vertegenwoordiger voor de belangen van de Belgische filmnijverheid en Emiel Van Tuykom voor de bioscoopbestuurders. Gezien hij met algemene stemmen werd verkozen, aanvaardde Vanderheyden, maar er kwam een ‘Propaganda afdeling’ bestaande uit drie officieren: Van Daalen, De Voght en Van Camp. Deze ‘afdeling’ regelde alles boven het hoofd van de ‘Syndikale kamer’. De eerste tussenkomsten die Jan Vanderheyden en Emiel Van Tuykom deden, bleven zonder enig gevolg. Iedere distributeur en iedere bioscoopbestuurder ontving een vergunning voor de vertoningen en een lijst van de toegelaten films. Ik was ook bioscoopeigenaar, ik had ‘De Vlaamse reisbioscoop’ met vertoningen in gemeenten waar geen bioscoop was. Ik ontving geen toelating voor het verderzetten van deze reisbioscoop. Van Tuykom kon daar niets aan doen. Ik ging dus zelf naar de ‘Propaganda afdeling’, want ik was tenslotte een Duitse met een Duitse firma, maar ik kreeg geen vergunning. In mijn plaats kwam er de Duitse firma Orbis. Zo ging alles verder, niemand had iets te zeggen. De orders kwamen allemaal uit Berlijn. Vanderheyden ging dus niet meer naar de ‘Syndikale kamer’. Van collaboratie door Jan Vanderheyden met de Duitse bezetter kan dus geen sprake zijn. Maar 1 jaar voor de bevrijding hoorde ik van Walter Van Camp dat alle medewerkers uit het Belgische filmbedrijf zouden moeten gaan werken bij Duitse filmbedrijven om de Duitsers te vervangen die soldaat moesten worden. Toen Jan Vanderheyden dit hoorde, vertrok hij direct naar Brussel en ging voor de eerste keer naar de ‘Propaganda afdeling.’ Volgens Van Camp heeft hij daar veel lawaai gemaakt en Van Daalen belooft hem met Berlijn te telefoneren. De volgende dag was de zaak afgesloten, geen enkele

Samengevat vermeldt ze dat (1) Vanderheyden en Van Tuykom democratisch werden verkozen; (2) Vanderheyden en Van Tuykom geen macht hadden, maar wel de PAB en de bezetter; (3) Vanderheyden niet gecollaboreerd heeft en na een tijd zelfs niet meer naar de Syndikale Kamer ging en (4) Vanderheyden een vrijstelling van de verplichte arbeid zou hebben bekomen.

Hoewel nuttig, mogen we al deze uitspraken geen te grote waarde toekennen. Kiel bleef immers Vanderheydens partner.

Dat de betrokkenen in het Belgische filmwezen zelf hun voorzitter kozen, werd reeds aangegeven. Hiermee zou de bezetter immers het minste opstand veroorzaken, wat past binnen het principe van 'Ruhe und Ordnung'. Toch hebben de bezetter, het militaire bestuur en de PAB wel hun goedkeuring gegeven voor de aanstelling. De verordening van 6 augustus 1940 stelde de twee verenigingen immers aan als verplichte vakorganisaties. Bovendien beïnvloedde de bezetter het aftreden van leden door nieuwe verkiezingen te eisen. Verder werd al duidelijk dat verscheidene leden, zoals André Ridelle, tijdens de oorlog uit de organisaties gezet werden. Ten slotte was de stemming niet echt democratisch, daar Amerikaanse vertegenwoordigers alleszins afwezig waren.

Dat de PAB of bezetter meer macht bezat dan de Belgische voorzitters, werd ook reeds aangetoond. De voorzitters dienden immers als stromannen om een beleid van 'business as usual' en 'achter de schermen' uit te voeren. Ze moesten enkel de verordeningen ondertekenen en genoeg aanzien hebben opdat de leden zouden volgen.

De derde uitspraak heeft geen enkele waarde. Het feit dat Vanderheyden meer dan eens besluiten ondertekende, aanwezig was op vergaderingen, voorzitter werd van de Filmgilde, te zien is op foto's met verschillende betrokkenen en veroordeeld werd tot 13 jaar gevangenisstraf, toont aan dat hij, weliswaar als marionettenpop, invloed heeft uitgeoefend en gecollaboreerd heeft. Hij is ook niet voor niets na de bevrijding enkele jaren gevlucht naar Berlijn.

bediende van de Belgische filmbedrijven werd naar Duitsland gestuurd. Dat was dus de 'collaboratie' van Jan Vanderheyden.

Bovendien hebben hij en anderen, ondanks wellicht niet racistisch te collaboreren, de ‘arisering’ van het filmbedrijf toegestaan. De vierde uitspraak kan kloppen, maar hoeft Vanderheydens collaboratie niet tegen te spreken.

3.2. Invloed van de bezetting op de Belgische filmaffiche

De bezetter stelde dus geen aparte structuur in voor de Belgische filmreclame, maar liet deze over aan de drie bevoegde industrietakken, welke hij wel structureel verankerde. Invloed op de reclame was dus mogelijk, daar de bezetter, in vorm van de militaire bevelhebber of de PAB, zaken kon opdragen aan de verschillende takken. Vele richtlijnen werden ondertekend door de beroepsgroepen zelf. Dat deze vaak op hoger bevel werden uitgestuurd, bevestigen ook andere auteurs (Vande Winkel, 2004a, p. 33; Vande Winkel & Van linthout, 2007, pp. 84-85; Vande Winkel, 2007, pp. 67-68; Van Engeland, 1988, p. 12). De bezetter werkte immers ‘achter de schermen’. Er werd een schijn van ‘business as usual’ opgehouden. Bioscoopgangers mochten niet het idee krijgen dat de affiches sterk gecontroleerd werden.

We trachten de invloed dan ook te achterhalen via het halfmaandelijks *Cinema* en het *Cinema jaarboek*, welke verscheidene voorschriften bevatten. We zullen deze opsplitsen per beroepsgroep, opdat nog duidelijker wordt wie als hoofdverantwoordelijke voor de filmreclame werd gezien. Verder maken we het onderscheid tussen adviezen, sterke aanmoedigingen en voorbeelden enerzijds¹⁶⁶ en verplichtingen en bevelen anderzijds. We kijken niet enkel naar de filmaffiche, maar naar de filmreclame in het algemeen. Ten slotte zullen we aangeven wie welke adviezen of bevelen opgaf. Waar dat niet gebeurt, gaan ze uit van het vakblad.

¹⁶⁶ Verder zullen deze samen besproken worden onder de term ‘adviezen’.

3.2.1. Adviezen betreffende de filmreclame

3.2.1.1. Adviezen voor de exploitant

In *Cinema* wordt in verschillende artikels het belang van reclame aangehaald voor exploitanten.

In dit stadium van de film speelt publiciteit een belangrijke rol en het komt er op aan op verstandige en doelmatige wijze alle middelen aan te wenden, die van aard zijn om de ware betekenis van een film te doen doordringen, zijn bijzondere eigenschappen te doen kennen, alles in het licht te stellen wat aandacht kan opwekken en waardeering voor zijn kunstwaarde en haar gebeurlijk situeert in het geheel van een bepaalde productie (De Ceulener, 1940, pp. 9-10; Vincent, 1941b, p.1).

Toch beseft *Cinema* dat het voeren van een goede exploitatiereclame om verschillende redenen niet zo eenvoudig ligt.

Gebrek aan financiën

Cinema beseft zo dat niet alle exploitanten een publiciteitsspecialist kunnen financieren. Toch geven ze aan dat zelfs de kleine zaaluitbater met slechts 'enkele honderden franken' voor publiciteit het niet mag nalaten de (wekelijkse) filmreclame te verzorgen, daar het een belangrijke pijler van het cinemabedrijf vormt. Louter steunen op de publiciteit bij de filmlancering of het succes van de vedetten, is volgens Serge Hardouin, exploitatieleider van de COBEC-keten, dan ook onverstandig, daar de concurrent met dezelfde films, maar sterkere reclame het publiek zal afnemen.

In het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* wordt hetzelfde vermeld.

Manchesmal ist noch die Vorstellung verbreitet, als ob die Werbung nur ein Vorrecht der Begüterten und Großen wäre. Es muß aber festgestellt werden, dass es heute auch dem kleinsten Unternehmen möglich ist, in einer geeigneten Form wirtschaftlich zu werben. Die gesammelten Bestrebungen

unserer deutschen Werbewirtschaft gehen darauf hinaus, die Werbung nicht nur dem Großen, sondern vor allen Dingen dem Kleinen möglich zu machen (Künzler, 1938, p. 113).¹⁶⁷

Het jaarboek geeft verder de tip om bij beperkte financiën affiches met anderen te delen (Künzler, 1938, p. 114).

Toch worden ook grotere zalen met een begroting van tussen de 20.000 en 25.000 frank aangespoord weloverdachte publicitaire keuzes te maken (Hardouin, 1941a, p. 5). Iedereen moet zich dus onafgebroken inspannen, voor elke film weer (Vincent, 1941b, p.1), om ‘den juisten toon, juiste woord, juiste beeld te vinden’ (De Ceulener, 1940, pp. 9-10). Men moet zich bij elke film publicitair inspannen alsof het om een succesfilm gaat, opdat het ook een succesfilm zal worden. Dit doet men onder andere door de succelementen uit de film in de affiche naar boven te brengen (“Over de “succesfilm”: Vooroordelen mogen ons niet langer leiden”, 1941, p. 1). Voor M. De Ceulener is de naam van de regisseur zulk een element, daar het publiek hiermee een waardeoordeel vormt (De Ceulener, 1940, pp. 9-10). Men mag dus niet ‘bezwijken onder de bekoring van de gemakzucht’ door de publiciteit gelijk te houden voor verschillende films (“Gewoonte als vijand”, 1942, p. 1).

Het eene programma is voor de exploitatie niet gelijk aan het andere. (...) elke nieuwe film eischt een bijzondere publicitaire krachtinspanning. Aan dien plicht mag niemand zich onttrekken. Niet alleen particuliere belangen staan op het spel. Ook het algemeen belang van de cinematografie eischt dat het publiek altoos zoo ruim mogelijk voorgelicht worde (“Actueel vraagstukken: Vernieuwde vormen van de publiciteit”, 1942, p. 1).

¹⁶⁷ Vrije vertaling: Vaak is het idee nog wijdverspreid dat de reclame enkel een voorrecht is van de rijken en groten. Er moet echter vastgesteld worden dat vandaag de dag ook de kleinste onderneming op een passende manier vakkundig reclame kan voeren. Het gezamenlijke streven van onze Duitse reclamestiel gaat er prat op de reclame niet enkel voor de groten, maar vooral voor de kleinen mogelijk te maken.

Ook Jan Vanderheyden spoort de exploitant hiertoe aan op de voorpagina van *Cinema*.

Voor den cinemabestuurder zijn er thans honderd dingen, waaraan hij elke week en elken dag zijn volle arbeidskracht moet wijden: (...) de elke week te vernieuwen en voor elke film afzonderlijk te voeren propaganda (Vanderheyden, 1941b, p. 1).

Hardouin geeft de exploitant verder enkele tips over verscheidene, mogelijk effectieve reclamemiddelen (Hardouin, 1941a, p. 5). In de andere artikels delen De Ceulener en Carl Vincent, de hoofdredacteur van *Cinema*, vaak zijn mening.

In kleine gemeenten kunnen zo strooibiljetten, mits een degelijke schikking, sierlijk lettertype, foto's, voldoende informatie en een gerichte verzending, zeer effectieve publiekstrekkers zijn. Kwaliteit geldt hier boven kwantiteit.

Ook het programmaboekje kan doeltreffend zijn, daar velen het meenemen voor vrienden. Het boekje moet op beter papier gedrukt worden, informatief zijn en bevat best foto's uit de film, portretten van artiesten, het scenario en berichten betreffende komende films (De Ceulener, 1940, pp. 9-10).

De filmaffiche moet zich onderscheiden van die van concurrenten met behulp van aantrekkelijke kleuren en letters. Men gebruikt ook beter een lithografische, dan een typografische poster. Verder kan men de herkenbaarheid vergroten door telkens een basisaffiche te gebruiken met elke week een andere tekst. Niet voor niets bevatten de affiches voor de COBEC-zalen, Casino, A.B.C. en Forum, tijdens de oorlog een standaardopmaak (bijlage 8). Dit advies staat echter wel in contrast met de voorgaande uiteenzetting betreffende de gemakzucht. Verder moet men ook de verspilling van affiches vermijden en plaatst men beter keurig enkele affiches op drukke plaatsen, dan velen om het even waar (Vincent, 1941b, p.1). Zo geeft men best het 'plakpersoneel' een plaatsenlijst mee, controleert men ook zelf af en toe of de juiste affiches correct uithangen, wijst men winkeluitbaters op slecht geplaatste affiches en eist men eventueel hun reductiebonnen terug, waarover verder meer (Hardouin, 1942a, p. 10). Daar men hier spreekt van het plakpersoneel van de cinemazaal, vermoeden we dat affiches niet meer overhandigd moesten worden

aan de stadsambtenaar. Dit kan mogelijke onvolledigheden in het archief verklaren.

Künzler geeft in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* nog enkele andere effectieve reclamemiddelen. Hij gelooft zo sterk in de kracht van de mond-tot-mondreclame, het buitentreden van het publiek uit de zaal, de dia's, de toonkasten in de hal, de calicots, welke met beknopte tekeningen, een mooi lettertype en goede slogans moeten worden opgesteld, en de krantenadvertentie, welke een goede tekstplaatsing en typografie moet bevatten (Künzler, 1938, p. 114-115).

Hardouin geeft verder nog tips om het de bezoeker naar zijn zin te maken, eens de publiciteit haar werk heeft gedaan (Hardouin, 1941b, p. 2; Hardouin, 1942b, p. 2).

Cinema moedigt de exploitant sterk aan om de adviezen van Hardouin te volgen.

Maar hoe moet die inspanning tot uiting komen, zullen sommigen zich afvragen. De artikelen, die (...) Serge Hardouin, (...) liet verschijnen, en welke wij in onze volgende nummers zullen opnemen, maken het overbodig in bijzonderheden te treden wat dien sector aangaat. Indien alle raadgevingen van dien bevoegden specialist nauwgezet werden nageleefd, zou het filmschouwspel zijn aantrekkingskracht zien toenemen, tegelijk met zijn financiële uitslagen en zijn zedelijken invloed. Wie zou immers durven loochenen dat de (...) publiciteit rondom de vertoonde films geen waarborgen zijn van gunstige financiële uitslagen (“Vereischten van den huidigen tijd: Krachtinspanning is plicht”, 1942, p. 1)?

Ondanks de doeltreffendheid van traditionele reclamemiddelen, zou ook vernieuwing vruchten afwerpen. In plaats van traditionele veelkleurige publiciteit, kunnen ook inventieve zwart-wit panelen doeltreffend zijn (“Men hoede zich voor vooroordelen”, 1943, p. 1). Morback schrijft zo in een brief aan *Cinema*:

Op gebied van propaganda voor de films, mag de exploitatie dus niet terugschrikken voor nieuwigheden. Integendeel, zij moet er naar uitzien en ze met zooveel zorg mogelijk

voordragen. De weerslag op de ontvangsten zal gunstig zijn en het moreel gezag van de cinema zal er door stijgen (Morback, 1941, p. 17).

Gebrek aan kennis omtrent de film in kwestie

Naast gebrekkige financiën hebben exploitanten en hun afficheontwerpers een tweede moeilijkheid te trotseren. Vaak kent de ontwerper de film niet en moet hij zich baseren op een onvolledig scenario, enkele foto's of een review, waardoor films verkeerdelijk kunnen worden voorgesteld. De Ceulener raadt in een artikel de exploitanten aan zich te baseren op de publiciteitsontwerpen die de productiefirma's meesturen met de film.

Deze geven denkbeelden en men kan, zonder deze slaafs te volgen, er alles uithalen.(...) Degene die van dergelijke publiciteitsmiddelen geen behoorlijk gebruik weet te maken, begaat een ernstige fout.

Men mag deze dus echter niet blindelings volgen. Een persoonlijke reclame, welke inspeelt op plaatselijke gebeurtenissen, een populaire artiest of onderwerp, of de roman waarop de film gebaseerd is, is doeltreffender (De Ceulener, 1940, pp. 9-10). Hoe beter men het publiek kent, hoe doelgerichter de publiciteit ("Een steeds actuele kwestie. Om een film te doen inslaan.", 1943, p. 1; "Vraagstukken van elken dag: Over de publiciteit", 1941, p. 1).

Ook in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* wordt de exploitant aangemoedigd het materiaal van de productiefirma's te gebruiken, maar dit wel aan te passen aan de omstandigheden.

(...) die Größe und den Umfang dieser Werbung die ja letzten Endes auch in voller Auswirkung auf den Theaterbesitzer zurückfällt (...) Die Maßnahmen aber, die für die Durchsetzung des deutschen Films und für noch weitgehendere Verbreitung auf seiten der Produktionsfirmen ergriffen werden, bedürfen der Unterstützung und des intensiven Einsatzes eines jeden Theaterbesitzers. Wenn auf der einen Seite durch die große und intensive Werbung der Filmhersteller bereits eine Wirkung in der Öffentlichkeit in

weitem Maße feststellbar ist, so hat jedoch das Lichtspieltheater die Möglichkeit, diese Wirkung noch dadurch zu vertiefen, daß es von seiner Seite aus mithilft, in die weitesten Kreise des deutschen Volkes einzudringen, diese Werbung zu unterstützen und durch eigene Werbearbeit den gerechten Anteil an diesen Werbebestrebungen beizugeben. Es wäre eine Ungerechtigkeit, wollte man die Herstellerfirmen allein für den Erfolg der Werbung für den deutschen Film verantwortlich machen (...) Man darf nie vergessen (...) dass aber letzten Endes die Werbung des Lichtspieltheaters den abrundenden und letzten Erfolg sichert (...) Eine Produktionsgesellschaft kann ihre Werbemittel nur so gestalten, daß sie im Durchschnitt von jedem einzelnen Theater angewandt werden kann. Der Theaterbesitzer muß nun vor allem darauf bedacht sein, diesen Werbemitteln durch seine zusätzliche Werbung (...) einen individuellen Charakter zu verleihen. Dieser muß einerseits seinem Theater, andererseits den Kreisen der Bevölkerung angepasst sein, welche zu seinen Besuchern zählt (Künzler, 1938, p. 113-114).¹⁶⁸

¹⁶⁸ Vrije vertaling: (...) de grootte en de omvang van deze reclame [van de productiefirma's], die uiteindelijk ook bij een grote effectiviteit terugvalt op de cinema-uitbater (...) De maatregelen die voor het handhaven van de Duitse films en voor een nog verdere verspreiding vanwege de productiefirma's getroffen worden, vereisen echter een ondersteuning en intensief gebruik van alle cinema-uitbaters. Wanneer enerzijds door de grote en intensieve reclame van de filmproducent al een sterke werking bij het publiek bemerkbaar is, heeft anderzijds de bioscoopuitbater toch de mogelijkheid deze werking nog hiermee te verdiepen, dat hij van zijn kant ook meehelpt in de breedste lagen van de Duitse bevolking binnen te dringen, deze reclame te ondersteunen en door eigen reclame-inspanning het correcte aandeel in deze reclamestrevingen toe te voegen. Het zou onrechtvaardig zijn enkel de productiefirma's voor het succes van de reclame voor de Duitse film verantwoordelijk te willen stellen. Men mag niet vergeten (...) dat echter het laatste deel van de reclame van bioscoopzalen het afrondende en laatste succes verzekert (...) Een productiefirma kan haar reclamemateriaal slechts zo opstellen dat deze

Ook productiefirma UFA stelt voor haar eigen films haar publiciteitsmateriaal ter beschikking van de exploitanten, opdat zij het zouden reproduceren (“Ufa films koerier”, 1941, p. 19). Ze spoort de exploitanten echter wel aan haar ‘ketenpubliciteit van het allerbeste gehalte (...) [met] inslaande werking’ verstandig aan te passen (bijlage 9) en rekening te houden met de heersende plaats- en tijdsgeest.

Sierlijke affiches, geïnspireerd door de projecten van onze ontwerpers en van de hand van onze beste publiciteits-teekenaars, trekken de aandacht van het publiek en hoeven hierbij, voor wat de technische uitwerking betreft, in niets onder te doen voor de destijds zoo hoog geroemde, maar uit het buitenland komende modellen (“Ufa steeds aan de spits, 1941”, p. 12).

UFA hield verder geregeld onderrichttentoonstellingen voor de versiering van uitstalkasten, alsook publiciteitswedstrijden (Lakaff, 1941, p. 16). In deze wedstrijden keek men niet enkel naar de weelde of afmetingen van de publiciteit, maar ook naar de goede smaak, waar ook *Cinema* veel belang aan hechtte (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 23; “Het hoekje van den bioscoopeigenaar: De gevelprijkskamp ter gelegenheid van het Ufa-Jubileum”, 1943, p. 5). Zulke initiatieven werden door *Cinema* sterk aangemoedigd (“Echo’s en nieuwtjes: Een gelukkig initiatief”, 1942, p. 2).

Gebrek aan papier

Dat doorheen de oorlog naast de pellicule ook papier schaarser werd en kwalitatief steeds meer op ‘krantenpapier’ leek, vormt volgens

gemiddeld door elke individuele bioscoop gebruikt kan worden. De bioscoopeigenaar moet nu vooral overwegen dit reclamemateriaal door zijn [eigen] toegevoegde reclame (...) een individueel karakter te verlenen. Deze moet enerzijds aan zijn bioscoop, anderzijds aan de lagen van de bevolking die tot zijn publiek behoren, aangepast zijn.

Cinema een derde moeilijkheid, ‘maar niets belet de meest praktische en doelmatigste middelen te bestuderen en te beproeven, welke dien toestand zoo goed mogelijk kunnen verhelpen.’ *Cinema* reikt zo enkele oplossingen aan (“Actueel vraagstukken: Vernieuwde vormen van de publiciteit”, 1942, p. 1).

Enerzijds kan men publiciteit hergebruiken, afgedankte publiciteitsvormen herinvoeren en de nog beschikbare publiciteitsmiddelen¹⁶⁹ tot een maximum gebruiken (Schaeffer, 1943, p. 6). Anderzijds kan men drukwerk vermijden door verbeelding, durf en initiatief aan de dag te leggen en nieuwe formules te bedenken. Hierbij wordt wederom aangespoord om rekening te houden met de plaats-, tijds- en sfeeromstandigheden.¹⁷⁰ Men moet zich wel steeds aan de corporatieve regels houden. In het *Verordnungsblatt des Militärbefehlhabers in Belgien und Nordfrankreich für die besetzten Gebiete Belgiens und Nordfrankreichs* had de bezetter zo, wat betreft de filmreclame, enkel regels opgelegd omtrent de buitenneonverlichting.¹⁷¹ Men mocht zo enkel blauw neonlicht gebruiken, opdat het geen vijandige vliegtuigen zou aantrekken (Van Engeland, 1988, p. 13).

Gebruikt men toch drukwerk, dan moet men het maximaal benutten. Het ‘simili-cliché’ wordt zo beter vervangen door het ‘gestyleerd lijncliché’, dat betere resultaten geeft op slecht papier. Filmrubrieken horen verstandig ingevuld te worden en men gebruikt best suggestieve tekeningen die de aandacht trekken (“Actueel vraagstukken: Vernieuwde vormen van de publiciteit”, 1942, p. 1).

Dat in 1942 de papierschaarste sterk woedt, blijkt ook uit de vraag van de BSKF aan uittredende verhuurmaatschappijen of ze hun overgebleven papier, in vorm van affiches, wilden verkopen. De BSKF zou deze dan tegen kostprijs verkopen aan de leden (“Het

¹⁶⁹ *Cinema* geeft als voorbeelden de gevel- en halversiering, reclamepanelen tijdens de filmpauze en de reclame in goed gelegen wijkwinkels.

¹⁷⁰ Vernieuwende, goed geplaatste krijtborden met foto’s kunnen zo doeltreffend zijn in een dorp, terwijl men in een grote stad beter de traditionele middelen als luidsprekers of personeel dat met lichtreclame rondloopt, gebruikt.

¹⁷¹ We spreken over de verordening van 19 mei 1940.

vraagstuk van de bevoorrading in aanplakbiljetten en “affichettes””, 1942, p. 27).

Ook bij de producenten werd gewag gemaakt van oorlogsgerelateerde problemen als de verplichte verduistering en het gebrek aan werkrachten. Hierdoor konden productiemaatschappijen in Duitsland minder tijd spenderen aan de posterproductie. In de zomer van 1941 stuurden ze dan ook steeds kleinere affiches en strooibiljetten naar de exploitanten ter versiering van hun uitstalkasten en foyers (Lakaff, 1941, p. 16).

We merken ook in de collectie van het Leuvense Stadsarchief hoe de papierschaarste zijn tol eiste (tabel 3).

Voor de oorlog verschenen jaarlijks meer films en affiches verschenen dan tijdens de oorlog. We onderscheiden weliswaar geen algemene dalende trend.¹⁷² Na de oorlog bleef het aantal affiches wel zakken tot een laag niveau. Ondanks vele mogelijke verklaringen,¹⁷³ vermoeden we dat er sprake is van een methodologische zwakte. Gezien het behoud van de affiches afhangt van de getrouwheid van de reclamemakers¹⁷⁴ en de nauwkeurigheid van het gemeentebestuur, is het onwaarschijnlijk dat de collectie alle Leuvense affiches bevat. Om dit na te gaan, maken we gebruik van de Leuvense afficheboeken.¹⁷⁵ Het genoteerde aantal posterafgiftes kan zo vergeleken worden met het aantal affiches in het archief. Deze afficheboeken hingen echter ook sterk af van de inspanning van de

¹⁷² In 1942-1943 was er zo een lichte opstoot.

¹⁷³ Het zou kunnen wijzen op papierschaarste, maar bijvoorbeeld ook op een gedaald aantal geproduceerde of gedistribueerde films. Het aantal affiches vormt dus geen optimale meting van de papierschaarste.

¹⁷⁴ Zo is het mogelijk dat de reclamemakers de verplichte afgifte van een affiche-exemplaar op het gemeentebestuur en het betalen van de zegeltaksen niet voltrokken.

¹⁷⁵ Hierin noteerde de politiecommissaris alle posteraangiftes die binnenkwamen op de gemeentelijke aanplakdienst samen met hun afgiftedatum, het aantal, de afgever, de inhoud, het taksbedrag, het zegelrecht, de afmetingen en de datum van aanplakking. Zo werden er per week verschillende pakketten affiches afgeleverd van verschillende zalen. We veronderstellen dat het per afgiftepakket steeds ging om de affiches van één film.

archivaris. Er waren zo slechts van enkele jaren afficheboeken aanwezig.¹⁷⁶ Toch vermelden we in tabel 3 de afgiftes in deze jaren. Over de oorlogsjaren kunnen we dus geen uitspraken doen. We kunnen echter wel concluderen dat lang niet alle affiches werden gearchiveerd. De gearchiveerde affiches geven dan ook geen volledig betrouwbaar beeld. Betreffende de papierschaarste klopt het wel dat er in de jaren '30 veel meer affiches gedrukt werden dan eind jaren '50 en begin jaren '60. De aantallen komen relatief gezien overeen met het aantal affiches in het archief. Dat er midden jaren '50 weinig affiches zouden zijn, klopt echter niet.

Andere schaarste-indicatoren bieden mogelijk een correcter beeld. Het aantal louter tekstuele affiches bevestigt zo de schaarste. In de jaren 1943, 1944 en 1945 zijn 25% tot 50% van de affiches van dat jaar louter tekstueel.¹⁷⁷

De beste schaarste-indicator vormt echter het aantal affiches dat gedrukt werd op hergebruikt papier (tabel 3). Ze tonen duidelijk schaarste aan vanaf het midden van de oorlog tot en met 1946.

Ook via het afficheformaat proberen we later de schaarste na te gaan. We menen dat, ondanks de methodologische zwakte, de cijfers omtrent ondermeer het hergebruikt papier de papierschaarste tijdens de oorlog duidelijk aantonen. Zelfs al bevat het archief niet alle affiches, de cijfers veranderen duidelijk vanaf 1942.

De schaarste merkt men verder ook aan *Cinema*, welke begin 1943 vermeldt:

Met dit nummer verschijnt het tijdschrift in een kleiner formaat en gedeeltelijk ook op oorlogspapier. Onze tijd eischt beperkingen op elk gebied. (...) Geen enkele rubriek wordt weggelaten. Ze worden alleen maar eventjes ingekrompen ("Echo's en nieuwtjes: Ons nieuw formaat", 1943, p. 21).

¹⁷⁶ We vonden enkel de boeken terug van midden 1923 tot een deel van 1928, van midden 1933 tot een deel van 1938 en van midden 1952 tot midden 1961.

¹⁷⁷ We mogen de waarde van deze meting wel niet overschatten, daar het steeds om een klein aantal affiches gaat. Toch spreken de cijfers voor zich.

Toch moeten we rekening houden met de methodologische zwakte¹⁷⁸ en ook hierna voorzichtig omgaan met uitspraken die gebaseerd zijn op het archiefmateriaal. Toch menen we dat we via de gecombineerde methodologie betrouwbare trends kunnen blootleggen. We baseren ons methodologisch immers niet alleen op het archief, maar ook op primaire en secundaire literaire bronnen.

Tabel 3: Tekenende van papierschaarste in de affichecollectie van het Leuvense Stadsarchief

Jaartal	1933	1934	1935	1936	1937	1938
Aantal affiches	87	422	235	222	253	214
Aantal afgiftes	245*	444	435	372	384	239*
Tekstuele affiches	45	213	24	18	5	10
Hergebruikt papier	0	0	0	0	0	0
Jaartal	1939	1940	1941	1942	1943	1944
Aantal affiches	152	111	75	130	164	59
Tekstuele affiches	4	20	11	7	40	23
Hergebruikt papier	0	0	0	15	78	22
Jaartal	1945	1946	1947	1948	1949	1950
Aantal affiches	90	33	7	0	8	8
Tekstuele affiches	46	0	5	0	7	8
Hergebruikt papier	39	24	0	0	0	0
Jaartal	1951	1952	1953	1954	1955	1956
Aantal affiches	6	8	35	0	9	16
Aantal afgiftes	/	63*	315	196	240	161
Tekstuele affiches	4	0	1	0	2	3
Hergebruikt papier	0	0	1	0	0	0
Jaartal	1957	1958	1959	1960	1961	1962
Aantal affiches	74	59	24	19	32	66

¹⁷⁸ Het kan zo zijn dat de bevoegde archivaris uit de jaren '30 de affiches op hergebruikt papier uniek vond en deze mee naar huis nam of dat de cinemazalen in de jaren '30 meenden dat ze geen taks hoefden te betalen op de affiches gedrukt op hergebruikt papier en ze dus ook niet afleverden.

Aantal afgiftes	140	67	34	24	41*	/
Tekstuele affiches	2	2	0	0	0	9
Hergebruikt papier	0	0	0	0	0	0
Jaartal	1963	1964	1965	1966	1967	1968
Aantal affiches	55	61	13	41	31	41
Tekstuele affiches	1	2	0	2	0	3
Hergebruikt papier	0	0	0	0	0	0
* vanaf 1 juli 1933 tot 5 oktober 1938 * vanaf 14 juli 1952 tot 24 juli 1961						

Om ondermeer de betrouwbaarheid van het archief te testen, noteren we in tabel 4 welke cinemazalen op de posters verschenen en welke in de afficheboeken. Om het geheel overzichtelijk te houden, nemen we voor de kolom ‘Afficheboeken’ de kolom ‘Archief’ als vergelijkingspunt. We vermelden welke zalen in de afficheboeken wel, niet en extra voorkwamen. Als beide kolommen min of meer overeenkomen, kunnen we aannemen dat het archiefmateriaal een goede steekproef vormt. Als het slechts om weinig affiches gaat, noteren we het aantal tussen haakjes. Sommige jaren bevatten slechts één kolom, daar de afficheboeken ontbreken. Het eerder beschreven beeld wordt hiermee bevestigd. De archiefaffiches van de jaren ’30, eind jaren ’50 en jaren ’60 representeren relatief goed de destijds verschenen Leuvense affiches, maar die van begin jaren ’50 niet.

Tabel 4: Leuvense cinemazalen die reclame voerden tussen 1933 en 1968

Jaar	Archief	Afficheboeken
1933	Alhambra, Bergère, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Palace	Idem + Victoria
1934	Alhambra, Bergère, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Patria (1), Palace	Idem - Patria
1935	Alhambra, Cameo, Casino, Cinetrip, Eden, Forum, Lovanium, Palace	Idem - Cinetrip
1936	Alhambra, Cameo, Casino, Cinetrip, Eden, Forum, Lovanium, Palace	Idem

1937	Alhambra, Casino, Cinetrip, Eden, Forum, Lovanium, Palace	Idem
1938	Casino, Continental (1), Cinetrip, Eden, Lovanium, Palace (2)	Idem + Forum - Continental
1939	Capitole (1), Casino, Cinetrip (vanaf oktober City), Eden, Lovanium, Palace (2), Scala (3)	
1940	ABC (vanaf december), Casino, City (in januari nog enkele malen Cinetrip), Eden, Forum, Lovanium, Palace, Scala	
1941	ABC, City, Eden, Forum, Lovanium (1), Scala (1)	
1942	ABC, City, Eden, Forum	
1943	ABC, City, Eden, Forum	
1944	ABC, Casino, City, Eden, Forum, Scala; Caprice en Luxor na de bevrijding van Leuven	
1945	ABC, Forum, Lovanium, Luxor, Monty, Scala (1)	
1946	Eden, Lovanium, Luxor, Monty (1)	
1947	Forum (1), Lovanium, Monty (1)	
1948	/	
1949	Forum (1), Lovanium (2), Monty (1)	
1950	ABC (1), Casino (1)), Forum (3), Lovanium (3)	
1951	ABC (3), Eden (1), Lovanium (1)	
1952	Luxor (1), Mirana (1)	ABC, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Luxor, Monty
1953	Agora (1), Luxor (2), Mirana (1), Savoy (1)	ABC, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Luxor, Monty
1954	/	ABC, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Luxor, Monty
1955	ABC (2), Eden (3), Luxor (1), Monty (1)	ABC, Casino, Eden, Forum, Lovanium, Monty
1956	ABC (1), Lovanium (2), Monty (2), Rex	Idem + Eden
1957	Eden, Lovanium (1), Monty, Rex	Idem
1958	Eden, Monty, Rex	Idem
1959	Eden (2), Forum (1),	Idem – Forum + Lovanium

	Monty (2), Rex	
1960	Forum (2), Rex, Vita (1)	Forum, Lovanium, Rex
1961	Forum, Lovanium, Rex	Idem – Lovanium + Eden
1962	Eden (1), Forum, Lovanium, Monty (4), Rex	
1963	Forum, Lovanium (3), Rex	
1964	Forum, Lovanium, Rex	
1965	Forum, Lovanium	
1966	Forum, Lovanium, Rex	
1967	Forum (1), Lovanium, Rex	
1968	Forum, Lovanium, Rex	

De tabel bevestigt verder enkele bevindingen uit de literatuur. Men ziet duidelijk welke zalen aanbleven tijdens de oorlog: ABC, Casino, City, Eden en Forum. Dat ook het archief dit aangeeft, duidt op de relatieve volledigheid van de ‘oorlogsaffiches’ in het archief. We zien verder ook hoe enkele zalen hun deuren sloten. Lovanium zou zo al snel sluiten en pas heropenen na de oorlog. In figuur 6 ziet men het bericht dat op 23 september verscheen.

FAMILIEKINEMA LOVANIUM

WIJ HEROPENEN

- Gedurende den oorlog hebben wij onze zaal gesloten, omdat het onze vaderlandsche plicht was te weigeren langs den film propaganda te maken voor Duitschland.
- Vier jaren waren wij daardoor verstoken van alle inkomsten, wat een zwaar financieel offer beteekende.
- Nog een drietal weken hebben wij noodig om te herstellen wat door de bombardementen werd stukgeslagen.
- Zoodra de dringste herstellingen gedaan zijn, heropenen wij onder onze oude leuze :

SCHOONE FILMEN Drukkerij Jos. REEKMAN'S & Zonen

GOEDE FILMEN

ZUIVERE FILMEN

GOEDKOOPE PLAATSEN

Wij hopen dat de bevolking onze houding zal op prijs stellen, en dit zal toonen door regelmatige bezoeken aan

KINEMA LOVANIUM

6: Heropeningsbericht van bioscoopzaal Lovanium: 23.09.1944.

Verder wordt bevestigd hoe collaborateurs mild werden aangepakt. Zalen als ABC, Eden, Forum en Casino bleven na de oorlog gewoon actief. Het is wel mogelijk dat men van eigenaars wisselde, wat bevestigd kan worden door de openingsberichten die ook Forum, ABC en Casino uitbrachten. De berichten, die merkwaardig genoeg nog onder de bezetting verschenen, waren van het volgende type.

VANAF den 18 AUGUSTUS 1944 KINEMA CASINO is
OPEN est OUVERT LEUVEN. ALLE DAGEN
DOORLOOPEND VANAF 3 U.

Het is ten slotte opmerkelijk hoe Cinetrip vanaf de oorlog City werd en enkel actief was tijdens de oorlog.¹⁷⁹ Men merkt dit ook aan de affiches in bijlagen 16 en 20. De zaal zou verscheidene belangrijke propagandafilms vertonen, waarover verder meer. We denken hierbij aan *Jud Süß* (Harlan, 1940), *Kadetten* (Ritter, 1941), *Kameraden auf See* (Paul, 1938), *Kampfgeschwader Lützow* (Bertram, 1941), *Rembrandt* (Steinhoff, 1942), *Stukas* (Ritter, 1941), *U-boot westwärts* (Rittau, 1941) en *Wunschkonzert* (von Borsody, 1940).¹⁸⁰

Net als de afficheboeken kan ook de inhoud van het hergebruikt papier interessante informatie opleveren. Tijdens de oorlogsjaren werden zo enkele filmaffiches gedrukt op achterkanten van reclameaffiches, filmaffiches, magazineverhaaltjes en een anticommunistische affiche (bijlage 10). Mogelijk achtte (de bezetter in) België deze als minder belangrijk.¹⁸¹ Net na de oorlog werden filmaffiches soms gedrukt op achterkanten van anticommunistische posters, bestelformulieren voor tuinbouwproducten bij een grossier en kaarten van Duitsland, Groot-Brittannië, Nederland en België.

¹⁷⁹ De eerste affiche van City verscheen op 2 november 1939, de laatste op 12 april 1944.

¹⁸⁰ Onderzoek naar de collaboratie van deze bioscoopzaal vormt mogelijk een interessante invalshoek, maar wordt in het kader van huidig onderzoek niet aangevangen.

¹⁸¹ Er kan echter ook sprake zijn van een afficheoverschot of oude, nutteloze reclame. De anticommunistische poster werd bovendien pas hergebruikt op 16 augustus 1944, net voor de bevrijding van Leuven.

Bijkomende moeilijkheden

Hoewel *Cinema* al deze moeilijkheden besepte, gaf ze een niet te volgen voorbeeld (“Een slecht voorbeeld”, 1943, p. 1). Eén van de redacteurs bezocht een plaatselijke cinemazaal en maakte een kritische analyse. De waard van het drukst bezochte dorpscafé ontving nooit een affiche van die zaal. Verder werd de zaal nergens aangegeven. Eens aangekomen in de inkomzaal, was het loket al gesloten; het personeel zat immers al in de zaal. De eigenaar was ook nergens te bespeuren. Verder waren er tijdens de vertoning ergerlijke onderbrekingen; heerste er een vervelende tocht en werd het geheel donker bij de ontknoping, gezien de slechte kolen. Ten slotte was de hal bij het buitengaan slecht verlicht; was het personeel al verdwenen en waren er geen foto’s of affiches te bespeuren.

Op deze analyse kwam veel respons. Een ontstelde exploitant wees andere schuldigen aan. Filmverhuurders zouden hun publiciteit rantsoeneren en de publiciteitsverdeling kwam steeds meer in handen van een gemeentelijk aangestelde concessiehouder, waarbij de voorraad affiches vaak snel opgebruikt zou zijn.

Wij zijn aan hem overgeleverd en willens nillens hangen wij af van zijn diensten en van zijn besluiten, zelfs wanneer het werk niet beantwoordt aan wat wij verlangen.

Verder zouden er andere moeilijkheden zijn als de traagheid waarmee autoriteiten toestemming verlenen voor halverlichting, diefstallen van publiciteit en geld in de hal, het tijdelijk en ondervoed personeel en de slechte kwaliteit van benodigde producten (“Een slecht voorbeeld: Antwoord op antwoorden”, 1944, p. 1).¹⁸²

Ook exploitant Martin Pardon, welke eind 1944 ondermeer de Leuvense zaal Luxor aan de Parkpoort bezat, duidt de verhuurder als schuldige aan. Ze weten immers te weinig over hun films en informeren de exploitant hierdoor verkeerdelijk of niet. Zo ontstaat een slechte, foutieve publiciteit (“Naar aanleiding van “Een slecht voorbeeld”: Vaststelling van de verantwoordelijkheden, 1944, p. 1).

¹⁸² Zowel de rantsoenering door de distributeurs, als het feit dat de affiches snel opgebruikt zouden zijn, als de aangegeven slechte kwaliteit van producten duiden mogelijk op papierschaarste.

Toch meent *Cinema* dat men via verbeelding, wilskracht, verstand, gewiektheid, gezond sociaal begrip en aanpassingsvermogen deze moeilijke omstandigheden kan beperken. Dat niet dezelfde vooroorlogse exploitatiekwaliteit kan bereikt worden, geeft ‘geen reden om bij pakken te zitten om zich door gemakzucht te laten leiden’ (“Een slecht voorbeeld: Antwoord op antwoorden”, 1944, p. 1). *Cinema* erkent dat de publicitaire documentatie van verhuurders niet altijd optimaal is, maar meldt dat deze desalniettemin proberen grote moeilijkheden betreffende de affiches te minimaliseren. De verhuurders moeten zich immers aan beperkingen¹⁸³ houden en zijn vaak afhankelijk van het geringe publiciteitsmateriaal van buitenlandse productiefirma’s, die weer beperkt worden door nationale bevelen (“Naar aanleiding van “Een slecht voorbeeld”: Vaststelling van de verantwoordelijkheden, 1944, p. 1).

Al deze artikels omtrent het antivoorbeeld tonen eveneens dat we de reclameprocedure correct schetsten. De verhuurder krijgt publiciteitsmateriaal van buitenlandse productiemaatschappijen en stelt hiermee publiciteit op, welke hij levert aan de exploitant.

Ondanks bovenstaande en verder besproken aanmoedigen van *Cinema* aan de exploitant, stegen de publiciteitsuitgaven niet in alle zalen doorheen de oorlog. Uit een naoorlogs onderzoek bleek dat in 1940 een zaal in Brussel wekelijks 36.182 frank uitgaf, waarvan 5.725 frank aan publiciteit, wat de derde grootste uitgave vormde naast de huur en diversen. In 1945 bleek deze zaal wekelijks 56.910 frank uit te geven, waarvan nog maar 870 frank aan publiciteit, wat de derde laagste uitgave vormde, voor programma’s en verwarming en reiniging (Guily, 1945b, p. 5). Deze daling kan echter ook te maken hebben met verschillende, door de bezetter opgelegde beperkingen, die we verder zullen bespreken. We zagen bovendien in het archief dat, de papierschaarste meegerekend, het aantal uitgegeven affiches nog relatief hoog lag tijdens de oorlog en men dus wel degelijk nog investeerde in reclame.

¹⁸³ Het gaat hier wellicht om de verder besproken beperkingen die opgelegd werden door de bezetter.

3.2.1.2. Adviezen voor de distributeur en de producent

Ook de filmverhuurders en productiemaatschappijen werden aangemoedigd om zich publicitair in te spannen.

Hardouin en Vincent meldden zo dat filmverhuurders zich vroeger konden beperken tot het afsluiten van verhuurcontracten, maar tijdens de oorlog best de exploitanten met raad en middelen konden bijstaan, daar ze hun films verhuurden tegen een percent op de exploitatieontvangsten (Hardouin, 1941a, p. 5; Vincent, 1941b, p.1). Naar aanleiding van een brief meldt *Cinema*-hoofdredacteur Vincent zelfs dat verhuurders zouden kunnen overgaan tot de oprichting van een inspectiedienst, welke zou kijken of de exploitant afdoende publiciteit bracht voor de film in kwestie.¹⁸⁴ Mogelijk zou de verhuurder dan een lager percentage kunnen aanrekenen aan de exploitant die zich publicitair inspant, daar dit meer ontvangsten garandeert (Vincent, 1941b, p.1).¹⁸⁵

De productiefirma's werden door De Ceulener in een artikel aangemoedigd om degelijke afficheontwerpen op te sturen naar de exploitant.¹⁸⁶ Hij apprecieerde toch reeds ondernomen handelingen.

Het is een te waarden verschijnsel dat de productiefirma's deze hulpmiddelen geleidelijk hebben verbeterd en uitgebreid, dat hun ontwerpen verbeteren en een grotere verscheidenheid vertoonen (De Ceulener, 1940, pp. 9-10).

Ook het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* apprecieert de inspanningen van de productiefirma's.

Über die Werbung der großen Produktionsfirmen des deutschen Films sowie deren Zweckmäßigkeit und Gestaltung, über die Größe und den Umfang dieser Werbung, (...), braucht hier nicht viel gesprochen zu werden (Künzler, 1938, p. 112).¹⁸⁷

¹⁸⁴ De dienst zou hiervoor inzage krijgen in de begroting van de zaal.

¹⁸⁵ Van zulk een dienst is er, alleszins tijdens de oorlog, niets gekomen.

¹⁸⁶ De affiches werden dan samen met de film afgeleverd.

¹⁸⁷ Vrije vertaling: Over de reclame van de grote productiefirma's van de Duitse films, alsook over haar doeltreffendheid en vorm, over de grootte en de omvang van deze reclame, (...), hoeft hier niet veel gesproken te worden.

We merken dus duidelijk dat er weinig adviezen specifiek aan de producenten en distributeurs werden gericht. Dit doet vermoeden dat de exploitant aanvankelijk als hoofdverantwoordelijke voor de publiciteit, of alleszins als te adviseren schakel in het publiciteitsproces, werd aanzien. Dat merken we ook aan het feit dat in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* het hoofdstuk over reclame gepubliceerd werd onder de *Tagung der Fachgruppe Filmtheater* (Künzler, 1938, p. 110).¹⁸⁸

3.2.1.3. Adviezen voor de drie takken

Toch werden er ook veel adviezen opgesteld die aan de drie takken samen werden gericht.

Via verscheidene artikels en brieven geeft *Cinema* aan dat hoewel de samenwerking tussen de industrietakken reeds vorderde na de herstructurering (vanwege de bezetter), deze op gebied van publiciteit, zeker tussen verhuurder en exploitant, nog kon verbeteren om eerder geschetste problemen te vermijden (“Brief uit Berlijn”, 1941, p. 16; “Naar aanleiding van “Een slecht voorbeeld”: Vaststelling van de verantwoordelijkheden, 1944, p. 1; Vincent, 1941b, p.1). ‘Alle trouwen moe[s]ten vereenigd worden’ om dit machtig wapen in te schakelen (De Ceulener, 1940, pp. 9-10).

De drie takken werden aangemoedigd reclame te maken, ook al leek het filmsucces op toeval gebaseerd. Ook in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* wordt aangehaald dat het financieel succes van een film weinig te maken heeft met toeval of veel geld, maar wel met moed, initiatief en ervaring (Künzler, 1938, p. 114). Verscheidene auteurs gaven in *Cinema* aan dat filmpubliciteit, ondanks de aanvankelijke kost, wel degelijk financieel gunstige gevolgen had (Morback, 1941, p. 17; Vincent, 1941b, p.1). Ze wijst immers ‘de filmliefhebbers den weg naar de zaal’ (De Ceulener, 1940, pp. 9-10).

¹⁸⁸ Het bericht of het overleg van de vakgroep Filmtheater.

De publiciteit moet hierbij volgens *Cinema* een evenwicht vormen tussen enerzijds 'publicitaire waarde' en anderzijds een 'goede smaak gesteund op een klaar kritisch doorzicht'. Men moet zo overtuigen, maar mag niet liegen of overdrijven ("Vraagstukken van elken dag: Over de publiciteit", 1941, p. 1). Ook in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer* wordt aangemaand de filmreclame inhoudelijk en vormelijk 'lauter und wahr'¹⁸⁹ op te stellen (Künzler, 1938, p. 114). De eerder besproken Reclamecentrale werd zo ondermeer ingesteld om bedrieglijke reclame tegen te gaan. Sterk pronken met filmsterren, om meer publiek te trekken, kan zo bijvoorbeeld de homogeniteit van de affiche en het kunstkarakter van de film schaden. Bovendien wordt het publiek steeds kritischer en zoekt het in film een 'hoger geestelijk genot' (De Ceulener, 1940, pp. 9-10) of 'bezinking, inniger ontroeringen en rijker zieleleven' in plaats van 'wansmakelijke, oppervlakkige sensatie', in vorm van bijvoorbeeld slogans. Dit zou typerend zijn voor de 'Amerikaansche bluff-publiciteit', welke 'veel geschreeuw en weinig wol' inhouden (Ufa steeds aan de spits, 1941, p. 12). *Cinema* stelt zo:

Waardigheid mag echter niet worden verward met weelderigheid. In geen geval mag rondom de cinema opnieuw een atmosfeer van "kermisvermakelijkheid" worden geschapen ("Actueel vraagstukken: Vernieuwde vormen van de publiciteit", 1942, p. 1).

Ook hier blijken de adviezen in *Cinema* niet altijd rechtlijnig, daar men in de uitgave van 1 februari 1943 weer meer belang hecht aan het 'publicitaire aspect', daar publiciteit 'in haar bondigsten vorm - dat wil zeggen in een slagzin, in een cliché, op het affiche' de aandacht moet vestigen op 'commercieele elementen' ("De "commercieele" film, 1943, p. 14). Ook Künzler gaf in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* de kracht van slogans reeds aan. Typografisch moet de publiciteit dan weer kunstzinnig zijn. Louter tekst in vet drukken of elke centimeter voldrukken wordt afgeraden ("Vraagstukken van elken dag: Over de publiciteit", 1941, p. 1).

¹⁸⁹ Men moet de reclame 'zuiver en waar' opstellen.

Een volgens De Ceulener goede en slechte filmaffiche vindt men in figuur 7. De tekst mag verder ook geen stijl- en taalfouten of gebrekkige formuleringen bevatten (De Ceulener, 1941, p. 1).



7: Een goede en slechte filmaffiche - Bron: De Ceulener, 1940, pp. 9-10.

Dat de adviezen vaak onrechtlijnig zijn, heeft wellicht te maken met het dubbel doel¹⁹⁰ van films (tijdens de bezetting). De filmreclame moest deze tweedeling dan ook volgen. We zagen reeds eerder hoe Andreas Hempfling in zijn proefschrift bemerkte dat de nationaalsocialisten beseften dat reclame het dubbel doel kon verwezenlijken (Hempfling, 2004, p. 3). Ook Eberhard Holscher merkt in *Film posters of the Third Reich* de tweestrijd op tussen commerciële en culturele doelen van reclame (Holscher, 2007, pp. 40-42). In het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* wordt reclame voor cultuurgoederen zo omschreven als een 'Instrument der wirtschafts- und kulturpolitischen Staatsführung'.¹⁹¹ Künzler lost deze tweestrijd echter op door aan te geven dat enkel de combinatie van 'kaufmännisches Handeln mit ideelicher und künstlerisch-

¹⁹⁰ De film moest zowel een economische als een propagandistische werking kennen.

¹⁹¹ Het werd zowel als middel voor economische, als voor cultuurpolitieke staatsvoering gezien.

schöpferischer Leistung'¹⁹² reclame succesvol maakt (Künzler, 1938, pp. 112-114).

In *Cinema* zelf verscheen ook reclame van distributie-, exploitatie- en productieketens, zoals UFA en COBEC. Het moest wellicht niet alleen het belang van reclame aantonen, maar ook fungeren als voorbeeldreclame (bijlage 11), net als de reclame in *Filmwelt* en *Filmwoche* dat deed in Duitsland (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 18). Zelfs de voorkaft van het *Cinema Jaarboek* bevatte zo reclame voor verscheidene UFA-films (bijlage 12). Distributie- en exploitatieketen COBEC vermeldde zelfs expliciet in haar advertenties hoe de publicitaire samenwerking tussen verhuurder en exploitant effectief kan zijn en hoe publiciteit zorgt voor een leiderspositie (Cinema, 01.08.1941, p. 1; Cinema, 15.08.1941, p. 7; Cinema, 15.01.1942, p. 6). We merken verder hoe deze reclamemakers in *Cinema* de soms zelf voorgestelde adviezen niet opvolgden. Er werd bijvoorbeeld meermaals overdreven geïnsinueerd dat het tonen van Duitse sterren op de affiche zou zorgen voor succes (bijlage 13). Verder overdreven ze ook vaak het succes van films als *Janssens en Peeters Dikke Vrienden* (Vanderheyden, 1940) en propagandafilms als *Jud Süß* (Harlan, 1940). Dat in Charleroi *Jud Süß* 'minder bijval had dan voorzien werd' (Wildiers, 1942a, p. 27), relateert de slogan 'Gansch het land roept op [om] Jud Süß' op bepaalde affiches (bijlage 14).

Deze adviezen leren ons dat er tijdens de oorlog veel belang gehecht werd aan filmpubliciteit. We betwijfelen echter dat deze adviezen uit hoger hand werden opgelegd, daar ze vaak tegenstrijdig zijn. Een (onbewuste) invloed van de bezetter is weliswaar mogelijk, daar meermaals duidelijk werd dat *Cinema* en de vakorganisaties, van wie de adviezen uitgingen, vaak een voorbeeld namen aan filmreclame(praktijken) in Duitsland.

¹⁹² Enkel de combinatie van commercieel handelen met een inventieve en artistiek-creatieve prestatie zou leiden tot succesvolle reclame.

3.2.2. Verplichtingen betreffende de filmreclame

Naast de vrij te volgen adviezen en voorbeelden, werden in *Cinema* ook heel wat verplichtingen gepubliceerd, die vaak uitgingen van de vakorganisaties, maar waarbij de invloed van de bezetter te ontwaren viel. In tegenstelling tot de adviezen, die her en der in het tijdschrift verschenen, vond men de verplichtingen voornamelijk terug onder de secties *Het corporatief leven*, *Uit het staatsblad* en *Laatste berichten*, waarin de belangrijkste berichten betreffende het cinemawezen werden gepubliceerd.

3.2.2.1. Verplichtingen voor de exploitant

Aan de exploitanten werden de meeste verplichtingen opgedragen. We geven ze hieronder thematisch weer.

Reclameprocedure

Vooreerst regelden enkele verordeningen de reclameprocedure.

Op 1 februari 1941 werd vermeld dat de exploitant zijn publiciteitsmateriaal enkel nog mocht huren of aankopen van de verhuurder. Deze beschikte immers over de auteursrechten. Men mocht het dus ook niet verkopen aan derden. De verordening werd duidelijker wanneer de tuchtraad van de VKB blamen uitsprak voor misbruiken gepleegd met affiches en boetes van 500 frank opgelegde voor de 'bradeering met aanplakbiljetten' ("Het corporatief leven", 1941b, p. 9). Men wou dus vermijden dat de affiches door andere personen dan de verhuurder werden verkocht tegen een lagere prijs. Vanaf 15 maart 1941 werden exploitanten bestraft met een boete van 300 frank, als ze de affiches, die ze van de filmverhuurder huurden, niet of in onbruikbare vorm terugleverden ("Het corporatief leven", 1941c, p. 8).

Op 30 mei 1941 werden er nog huurvoorwaarden opgelegd. De exploitant stond zo zelf in voor het verkrijgen en het terugzenden van het publiciteitsmateriaal. Film en publiciteitsmateriaal moest hij direct na de laatste vertoning inpakken en terugzenden volgens

verkregen aanwijzingen. Hij betaalde zelf de verzendkosten en elke dag te laat werd als extra huurday gerekend. Verder mocht hij geen enkele film, zonder dat overeen te komen met de verhuurder, van de affiche verwijderen, behalve bij overmacht (“Het corporatief leven”, 1941f, p. 4).

Men merkt hoe men via deze verordeningen de papierschaarste wilde opvangen. Verder tonen ze (nogmaals) dat de eerder geschetste reclameprocedure correct is.

Cinemaprogramma

Verder bestonden er regels betreffende de aankondiging van het cinemaprogramma.

De VKB verbood publiciteit die de indruk gaf dat het programma bestond uit twee grote films. De titel, foto's en teksten van de bijfilm moeten zo in een kleiner formaat gedrukt worden dan die van de hoofdfilm (“Het corporatief leven”, 1941d, p. 8).

Het vooroorlogse gebruik van de *double bill*¹⁹³ werd immers door de bezetter vervangen door het sinds opgelegde programma van een filmjournaal, cultuurfilm en hoofdfilm.¹⁹⁴ De bezetter wilde zo ondermeer de scherpe concurrentie tussen exploitanten verzwakken (Leeflang, 1990, p. 71; Vande Winkel, 2007, p. 71; Van Engeland, 1988, p. 16).¹⁹⁵ Alle films moesten verder vergezeld worden van een cultuurfilm, een film met een documentaire, leerzame en ideologische ondertoon (Goossens, 1985, p. 72). Het veranderde programma merken we ook op in de vakbladen. In het vooroorlogse *Weekblad cinema* was het vertonen van twee films nog toegelaten.

Het toegelaten maximum programma bestaat uit twee films en uit korte onderwerpen (...) (“Het nieuwe ontwerp der ingangsprijzen te Antwerpen”, 1939, p. 1).

¹⁹³ Deze term definieert het vertonen van twee hoofdfilms.

¹⁹⁴ Al sinds 1938 was dit het verplichte programma in Duitsland.

¹⁹⁵ De ‘twee voor de prijs van één’-promotie lokt immers een groot publiek.

In het oorlogsblad *Cinema* werd dat gereduceerd tot ‘een enkele grote film, een kleine film (...) [en] een actualiteit’ (Samenstelling van de programma’s”, 1940, p. 47).

Het dubbelprogramma werd nog wel toegestaan bij bepaalde feestdagen, meestal aan exploitanten die slechts weinig vertoningsdagen inlasten (“Bedrijfs-groepeering “Filmproductie”, groep “Filmdistributie” en groep “Theaters””, 1943, p. 2; “De programma’s voor de Paasch- en Pinkstermaandagen, 1942, p. 9; “Kerstmis – en Nieuwjaarsprogramma’s”, 1942, p. 5; “Tweede programma voor de Paasch- en Pinkstermaandagen”, 1944, p. 9; “Verandering van programma voor O.H.Hemelvaart”, 1944, p. 9).

Dat de cinema-industrie niet helemaal tegen de structurering van de bezetter was, blijkt uit het feit dat ook na de oorlog het dubbelprogramma een tijd afgeschaft bleef (Willems, 2007, p. 86). De beroepsorganisaties wilden niet dat de exploitanten de bezoekers weer zouden overladen met films om toch maar het meeste volk te lokken, maar hierbij de kwaliteit weer uit het oog zouden verliezen (“Verslag over de buitengewone algemeene vergadering van de B.S.K.C. gehouden in de lokalen der Handelskamer van Brussel, den 7en Februari 1945”, 1945, p. 8).

Vanaf februari 1944 moest de bijfilm ‘ten zelfden titel’ als de hoofdfilm worden aangekondigd, hoewel nog steeds op een meer bescheiden wijze dan de hoofdfilm. Men moest eveneens vermelden als het om een Belgische bijfilm ging (“Groep Filmtheaters: Aankondiging van het bijprogramma, 1944, p. 10).

In de affichecollectie van het archief worden de meeste trends bevestigd. In de jaren 1933-1934, maar ook in 1935 en 1938, verschijnt zeer vaak een tweede speelfilm. Vanaf 1939 verdwijnt deze volledig. Vanaf 1940 wordt af en toe een voorafgaand filmjournaal aangekondigd en in 1944, tijdens de laatste maanden van de bezetting, steeds meer ‘een Kulturfilm’.

De vermelding van de Belgische bijfilm kan mogelijk twee doelen gehad hebben, een economisch en een propagandistisch doel. Ofwel wilde de bezetter hiermee een groter publiek en dus meer geld bekomen, ofwel wilde hij doen geloven dat hij de Belgische filmproductie ondersteunde.

Vanaf april 1942 moedigde de Filmgilde immers de productie van zulke Belgische kortfilms aan via de Cultuurfilmcommissie, ingericht met personen als Van Roosbroeck, Claes en Vanderheyden. Waardecertificaten koppelden bepaalde kortfilms verplicht aan een buitenlandse langspeelfilm. De kortfilms kregen zo 3 tot 5% van de exploitatie-inkomsten. De Filmgilde en de PAB konden de films dan wel censureren (Goossens, 1985, p. 72; Sojcher, 1999, p. 43).

Toch heeft de bezetter de Belgische productie verder niet bespoedigd. De bezetter kon zonder weerstand eigen Duitse films vertonen. Daar de Belgische productie altijd al laag stond, bleef het publiek ook nu naar de bioscoop gaan (Sojcher, 1999, p. 116). De bezetter liet zo ook producties toe uit bevriende landen Italië en Spanje, maar weerde deze uit de vijandige landen als de Verenigde Staten, Groot-Brittannië en de Sovjet-Unie (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 75; Goossens, 1985, p. 73; Poels, A.-M., 1997, p. 9; Van de Vijvere, 1990, p. 58; Vande Winkel, 2007, pp. 69-70; Van Engeland, 1988, p. 19). Zo konden mogelijk zowel de propagandistische als economische doelen verwezenlijkt worden. In realiteit werd enkel het economische doel verwerkelijkt. Belgë groeide gevoelsmatig immers niet dichter naar Duitsland toe (Jacquemyns, 1980, p. 48; Leeflang, 1990, p. 108; Vande Winkel, 2007, pp. 78-80).

Dat een vijandland als Frankrijk nog producties kon uitbrengen, valt als volgt te verklaren. UFA verdeelde Franstalige producties via Continental Films, opdat Franstalige Belgen de bioscoop zouden blijven bezoeken. De PAB wilde immers 'Ruhe und Ordnung', alsook geld in het Duits laatje. Ook in bepaalde Vlaamse steden¹⁹⁶ als Leuven en Brussel mochten, ondanks de *Flamenpolitik* van de bezetter, in het Frans gedubde films vertoond worden (Van de Vijvere, 1990, p. 58; Vande Winkel, 2007, pp. 69-74). Zo merken we ook in het Leuvense Stadsarchief dat van de 99 in Leuven vertoonde Franse producties tijdens de oorlog er 16 door Continental Films geproduceerd werden, waarvan 15 door UFA en één door Tobis gedistribueerd werden.

Tijdens de oorlog zijn er zo nog minder Belgische filmproducties als voor de oorlog (Vande Winkel, 2007, p. 70 en 88). Dat merken we

¹⁹⁶ Het gaat hier om steden die dicht bij Wallonië gelegen waren of waar ook Franstalige Belgen woonden.

zowel in Marianne Thys' *De Belgische film* (1999) als in de Leuvense affichecollectie (bijlage 15). In het archief vonden we slechts zes affiches van Belgische films uit de Tweede Wereldoorlog. Dit had enerzijds met Vanderheyden te maken, die via zijn machtsposities in de vakorganisaties een monopolie wist te verwerven op de Belgische langspeelfilm. Vier van de zes films kwamen van hem. Hij ontnam zo een vergunning van cineast Gaston Schoukens (Thys, 1999, p. 291) en ook Henri Storck en Charles Dekeukeleire werden uit de organisatie gezet. Toch kwam Schoukens' *C'était le bon temps* (Schoukens, 1936) uit tijdens de oorlog, wellicht omdat het al eerder had getoond een economisch succes te zijn.¹⁹⁷ De andere film, *Wenn die Sonne wieder scheint*¹⁹⁸ (Barlog, 1943), kan eerder getypeerd worden als een Duitse productie, daar in handen van het Duitse productiebedrijf Terra (Vande Winkel & Van linthout, 2007, pp. 92-128).

Verder had ook de pelliculeschaarste de Belgische producties stopgezet. Zelfs Vanderheyden mocht hierdoor vanaf 1943 geen langspeelfilms meer maken (Everaerts, 2000, p. 44; Sojcher, 1999, p. 42 en 117; Thys, 1999, p. 285). De regisseurs vingen zulke problemen op door de langspeelfilms in verschillende kortfilms op te delen of nog louter kortfilms en documentaires te maken (Goossens, 1985, p. 74; Sojcher, 1999, p. 12 en 44; Thomas, 1995, p. 15 en pp. 50-51; Thys, 1999, pp. 287-289; Van de Vijvere, 1990, p. 60).

De eerste Belgische films die na de oorlog in Leuven vertoond werden, waren een film ter viering van de brigade Piron, welke een aandeel had in de Leuvense bevrijding ("Brigade Piron", 2009) en *Ersatz und Kommandantur*¹⁹⁹ (Schoukens, 1937), waarin Belgen lachten met de Duitse bezetter tijdens de Eerste Wereldoorlog (Thomas, 1995, p. 45).

Toch kan men het ontbreken van een Belgische productie tijdens de oorlog niet uitsluitend aan de bezetter wijten. Ook voor de oorlog en

¹⁹⁷ Tijdens de oorlog stond deze film qua inkomsten na de succesvolle *Snow White and the Seven Dwarfs* (Hand, 1937) (Sojcher, 1999, p. 106; Thomas, 1995, p. 45).

¹⁹⁸ Het gaat om het van Streuvels verfilmde boek *De Vlaschaard*.

¹⁹⁹ Deze film was voor de oorlog al enkele keren verschenen onder de naam *Gardons notre sourire*.

tot de jaren '60 bleef de eigen productie, ondanks het aanwezige technische en menselijke kapitaal (Bolen, 1955, pp. 127-129; Storck, 2000, p. 35), nagenoeg afwezig, dit door verschillende factoren (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 189).

Ten eerste overspoelden buitenlandse producties de Belgische markt, net omdat er weinig Belgische filmproducties waren. België stelde verder in tegenstelling tot andere landen geen beperkende invoerquota in (Bolen, 1955, p. 17; Deroisy, 1955, p. 45-48; Poels, A., 1955, p. 34; Sojcher, 1999, p. 51; Storck, 1955, p. 90) en de Belgische taksen kon men gemakkelijk ontwijken (Goossens, 1985, p. 90). Voor de oorlog controleerden zo voornamelijk Amerikaanse, maar ook Franse en Britse producties onze markt (Biltereyst, 2007, pp. 45-47; King, 2003, p. 13). Ook na de oorlog hernam de Amerikaanse film terug zijn dominante positie (Willems, 2007, pp. 80-86 en p. 100; Thomas, 1995, p. 54).²⁰⁰

Ten tweede heeft de overheid de Belgische filmindustrie pas matige financiële steun verleend sinds het Koninklijk Besluit van 14 november 1952²⁰¹ ("Agir vite, c'est agir deux fois", 1945, p. 1; Everaerts, 2000, p. 30; Sojcher, 1999, p. 60; Storck, 1955a, p. 36; Storck, 1955b, pp. 41-43; Stuijvers, 1955, p. 134; "Un problème national", 1945, p. 1). Afdoende (financiële) steun zou er echter pas komen in 1964²⁰², samen met de communautarisering van het land (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 189; Sojcher, 1999, p. 19 en 60; Thomas, 1995, p. 15 en pp. 86-87).

Verder had België geen nationale filmcultuur doordat de filmkritiek de nationale productie minachtte en België een klein land is, bestaande uit twee landsdelen (Sojcher, 1999, p. 13, 18, 40 en 85; Thomas, 1995, p. 64).

²⁰⁰ Eind jaren '60 waren 50% van de producties in Europa Europees, terwijl dat in begin jaren '90 nog maar 10% was (Everaerts, 2000, p. 208).

²⁰¹ Voordien moesten filmmakers beroep doen op private financiers. De wet bepaalde dat de Belgische producties een deel van de vermakelijkheidstaks op het bioscoopbezoek teruggestort kregen. Dit was goed voor een jaarlijks totaal van 10.000.000 frank (Depovere, 1955, p. 69).

²⁰² Anderen beweren zelfs pas in 1993 (Everaerts, 2000, p. 83; Goossens, 1985, p. 90).

Verscheidene cineasten, filmhistorici en filmbetrokkenen ²⁰³ bevestigen de afwezigheid van een Belgische productie.

²⁰³ We illustreren dit met enkele citaten, waarna onmiddellijk de vrije vertalingen volgen. Het voorlaatste citaat komt van cineast Francis Bolens, het laatste van Jozef Van Liempt, ex-hoofd van de dienst Kunstzaken van BRT en oud-voorzitter van de Filmselectiecommissie (Gazet van Antwerpen, 2009).

Le cinéma belge a manqué cruellement de l'arme première, c'est-à-dire l'argent (Thomas, 1995, p. 9). De Belgische film miste sterk het eerste wapen, namelijk het geld.

L'absence de confiance chez les professionnels, la position souvent réticente de la critique et l'indifférence du public ne pouvaient que constituer des facteurs décourageant nos jeunes cinéastes et les éventuels producteurs (Thomas, 1995, p. 14). Het gebrek aan vertrouwen tussen professionelen, de vaak terughoudende positie van de filmkritiek en de onverschilligheid van het publiek konden niet anders dan leiden tot factoren die onze jonge cineasten en potentiële producenten ontmoedigen.

Qu'on le veuille ou non, dans un pays comme la Belgique, divisé en trois communautés linguistiques, entouré de grands pays producteurs, colonisé par ceux qui y importaient leurs films de façon illimitée, la seule solution pour arriver à avoir une production nationale suivie était l'Etat (Thomas, 1995, p. 16). Of men het wilde of niet, in een land als België, verdeeld in drie taalgemeenschappen, omringd door de grote productielanden, gekoloniseerd door degenen die hun films zonder beperking invoerden, was de enige manier om te komen tot een nationale productie de staat.

[La Belgique est] un pays colonisé par la production étrangère, devant une presse sceptique, indifférente ou hostile, pour un public difficile à convaincre et n'ayant aucun amour-propre national, sur le plan du cinéma (Sojcher, 1999, p. 40). [België is] een land gekoloniseerd door buitenlandse productie, tegenover een sceptische pers, onverschillig of vijandig, voor een publiek dat moeilijk te overtuigen is en geen nationale trots kent op vlak van cinema.

Zonder geld kunnen er geen films gemaakt worden, en een groot deel van de geschiedenis van de Vlaamse film is daarom eigenlijk de geschiedenis van geld (Everaerts, 2000, p. 57).

In tabel 5 tonen we de productielanden van de films op de Leuvense affiches. We nemen 10 mei 1940 als de eerste dag van de bezetting en 3 september 1944 als de laatste. We berekenen eveneens een totaal per periode, alsook de som van het aantal onbekende productielanden en het aantal informatiestroken die geen film aankondigen²⁰⁴. Bij het optellen van de getallen zal men niet komen tot het vermeldde totaal, gezien ook coproducties van verscheidene landen opgenomen worden.

Tabel 5: Productielanden van de films op de Leuvense filmaffiches

	België	Denemarken	Duitsland	Groot-Brit.
1933-1940	27	9	276	78
1940-1944	6	0	300	0
1944-1968	18	3	56	93
	Frankrijk	Hongarije	Italië	Nederland
1933-1940	576	7	21	7
1940-1944	99	4	26	2
1944-1968	147	0	100	3
	Oostenrijk	Polen	Rusland	Spanje
1933-1940	63	1	0	7
1940-1944	15	0	0	4
1944-1968	7	0	3	25
	Tsjecho-Sl.	V.S.	Zweden	Zwitserland
1933-1940	6	517	2	2
1940-1944	2	7	0	1
1944-1968	0	420	2	0
	Totaal	Geen land of louter informatiestrook		
1933-1940	1627	91		
1940-1944	451	17		
1944-1968	760	22		
1933-1940 = 01.01.1933 – 09.05.1940				
1940-1944 = 10.05.1940 – 03.09.1944				
1944-1968 = 04.09.1944 – 31.12.1968				

²⁰⁴ Deze kennen immers ook geen productieland.

Voor de oorlog verschijnen in het archief ook Leuvense affiches voor Duitse films, naast de in de literatuur beschreven Franse, Amerikaanse en Britse films. Net als het vakblad *Cinema* en Dirk van Engeland, merken we dat tijdens de oorlog vooral Duitse, Franse en Italiaanse films werden vertoond (“De Europeesche film; Kan het oude vasteland in zijn behoeften voorzien?”, 1943, p. 1; “De voorraad aan programma’s voor de komende maanden”, 1943, p. 1; “Echo’s en nieuwtjes” 1943, p. 1; Van Engeland, 1988, p. 19). Dit merkt men ook in de structuur van de BSKF (bijlage 7) en de eerder besproken evolutie van de door Vanderheyden gedistribueerde films.²⁰⁵ Dat er aanvankelijk nog wel Amerikaanse films gespeeld werden, is niet gek, daar ze pas officieel verboden werden vanaf 9 augustus 1940. Er waren aanvankelijk immers nog niet genoeg Duitse films om de markt te vullen (BSKF & VKB, 1942, p. 35; Van de Vijvere, 1990, p. 58). De Verenigde Staten hadden verder altijd al een dominante positie op de Duitse en Belgische filmmarkt (Petley, 1979, p. 35). Zo kon een schijn van ‘business as usual’ gecreëerd worden, waardoor het publiek geleidelijk zou overschakelen op de Duitse film. Dat deze gegevens de bevindingen uit de literatuur bevestigen, toont weer dat de ‘oorlogsaffiches’ uit het archief een goede steekproef vormen van de Leuvense ‘oorlogsaffiches’.

Tussen 1 september 1940 en 31 mei 1941 passeerden 494 films de censuur van de PAB, waarvan er 232 werden verboden, zeven voorlopig verboden, 38 toegestaan mits coupures en 212 toegelaten.²⁰⁶ Tussen de verboden films zaten heel wat Britse en Amerikaanse films (Poels, A.-M., 1997, pp. 3-4). In het Stadsarchief merken we na 9 augustus tot het einde van de bezetting nog maar vier Amerikaanse films: *Double Wedding* (Thorpe, 1937), *Snow White and the Seven Dwarfs* (Hand, 1937), *Woman Racket*²⁰⁷ (Siodmak, 1937) en *Berlingot and Compagnie* (Rivers, 1939). Ook het verschijnen van deze films kan men echter verklaren.

Drukkerij Erasme, die de affiche van *Woman Racket* (Siodmak, 1937) van 5 februari 1941 drukte, verdween na 16 juli 1941. Het kan

²⁰⁵ We zagen reeds hoe Vanderheyden aanvankelijk enkel Amerikaanse en Franse films verdeelde en zich later toelegde op Duitse en Vlaamse films.

²⁰⁶ De overige vijf films bleven onbeslist.

²⁰⁷ In België verscheen deze film onder de titel *Le Chemin de Rio*.

tonen dat deze drukker met deze affiche ofwel verzet wou tonen, ofwel een fout maakte, en hierdoor vrijwillig of verplicht zijn affichetaken stopzette. De bezetter kon dit makkelijk verplichten, onder meer via zijn aandeel in de verder besproken Papiercentrale, welke instond voor de papierverdeling. Dat deze drukkerij op 11 februari 1942 van de Papiercentrale een vergunning verkreeg om papier te verwerven voor de heruitgave van *Jules Bonnemine* van Valère Depauw, zet dit alles toch in een ander licht. Depauw was immers een VNV-sympathisant en schreef zo voor het dagblad *De Gazet* van de nationaalsocialistische beweging DeVlag. Hiervoor zou hij in januari 1945 één jaar in hechtenis worden genomen. Van echte anti-Duitse gevoelens bij deze drukkerij kan men dus niet spreken. Bovendien toont het ook dat de bezetter de drukkerij niet dwong om volledig te sluiten. Andere redenen zijn dus mogelijk voor de sluiting (Bruinsma, z.d.).

Dat *Snow White and the Seven Dwarfs* (Hand, 1937) vertoond werd, verbaast ons sterk, daar er tijdens de oorlog geen Disney-films vertoond mochten worden (Everaerts, 2000, p. 52). De verbazing valt weliswaar weg als men weet dat de film draaide in Lovanium en de affiche gedrukt werd door drukkerij Reekmans en Zonen.²⁰⁸ In het archief zien we dat deze affiche van 12 februari 1941 voor de drukkerij de laatste en enige Leuvense filmaffiche was die ze tijdens de bezetting drukte. Voor Lovanium was het de tweede en voorlaatste film die ze zou vertonen tijdens de bezetting. Beiden zouden hun werk ook pas echt hervatten op 23 september 1944 bij

²⁰⁸ Deze drukkerij was nog lang actief op het Pater Damiaanplein 7 te Leuven. In een akte, op 17 juli 2006 neergelegd bij de griffie van de Rechtbank van Koophandel te Leuven, werd opgetekend dat deze drukkerij van naam, adres, statuut en vennoten veranderde. Het veranderde in Deparo in de muntstraat 19, welke instond voor het ‘oprichten en uitbaten van hotels, spijshuizen, drankgelegenheden, frituren, verbruiksalons en snackbars’, alsook ‘de verkoop van bereidde schotels [en] het inrichten van banketten’. De vorige zaakvoerders Paul en Myrian Reekmans namen ontslag en werden vervangen door Francesco Amoruso (Van den Weghe, 2006). In Trends Top staat het bedrijf echter nog genoteerd als een drukkerij (Trends Top, 2010). Een interview zou mogelijk bepaalde bevindingen kunnen verscherpen. Wegens tijds- en plaatsgebrek wordt dit in huidig onderzoek niet ondernomen.

eerder vermeld heropeningsbericht.²⁰⁹ Beiden wilden dus niet voor de bezetter werken. Dit kan verklaren waarom ze een film als *Snow White and the Seven Dwarfs* (Hand, 1937) toch vertoonden. Bovendien speelde deze film net voor de oorlog, in maart 1940, al in Lovanium. Wellicht was het toen een groot succes en dus voor herhaling vatbaar.²¹⁰

Het is echter wel eigenaardig dat Lovanium enkele maanden voor het einde van de Leuvense bezetting de sterk propagandistische film *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941), waarover later meer, samen met een Kulturfilm en het UFA-Wereldnieuws vertoonde. Het kan te maken hebben met het verder verklaarde kenteken FILMEX op de poster.

De affiches van *Berlingot and Company* (Rivers, 1939), die op 26 februari 1941 verscheen, en *Double Wedding* (Thorpe, 1937), die op 26 augustus 1942 verscheen, vallen moeilijker te kaderen. We betwijfelen dat het om tekenen van verzet gaat, daar we verder zullen zien dat de drukkerij Tytgat altijd in orde trachtte te zijn met de verordeningen en de zalen City en Forum doorheen heel de oorlog actief bleven. Het was dus wellicht eerder een toestemming die de PAB gaf voor de vertoning van deze films. Het is eveneens mogelijk dat de PAB pas streng censureerde op Amerikaanse films, toen de Verenigde Staten na de aanval op Pearl Harbour op 7 december 1941 de oorlog verklaarden aan de asmogendheden (Goossens, 1985, p. 73; Trueman, 2010).

We menen dat hetzelfde gebeurde voor de Tsjechische films *Krok do tmy*²¹¹ (Fric, 1937) van 26 mei 1943 en *Maskovana milenka*²¹² (Vávra, 1940) met aanplakdatum 15 september 1943. Tsjechische (en Poolse) films werden immers vanaf 9 januari 1941 geweerd. Ook hier is wellicht geen sprake van verzet, daar de zalen Eden en Forum actief bleven en de drukkerijen Tytgat en De Vlaamse Drukkerij, zoals we verder zullen zien, steeds de verordeningen trachtten na te volgen. We menen dat er dus ook hier uitzonderingen werden toegestaan

²⁰⁹ Het is verder interessant op te merken dat de affiches van drukkerij Reekmans in het Leuvense Stadsarchief louter tekstuele affiches waren.

²¹⁰ De vooroorlogse affiche kondigde de film aan als *Blanche Neige et les sept nains*; De 'oorlogsaffiche' als *Sneeuwvitje*.

²¹¹ Op de affiche verscheen de film als *De Stap in het Donker*.

²¹² Op de affiche verscheen de film als *De Gemaskerde Geliefde*.

door de PAB. Dit wordt bevestigd door het A.F.P.A.-nummer²¹³ dat vermeld staat op de affiches. Mogelijk werd *Maskovana milenka* (Vávra, 1940) toegestaan daar Lida Baarova er in acteerde. Niet alleen had zij tussen 1936 en 1938 een romance met propagandaminister Goebbels (Leiser, 1974, p. 17), maar ze stond ook sinds 1935 onder contract bij UFA (Johnston, 2010). Ze acteerde zo ook in propagandistische films, waaronder enkele van Karl Ritter, ‘de meest representatieve cineast van ophitsende oorlogspropaganda’ (Miroir & Picqué, 1983, p. 144; Welch, 1983, p. 188). *Verräter* (Ritter, 1936) werd zo tijdens de oorlog tweemaal vertoond in Leuven. Ook haar film *Leutnant Bobby, der Teufelskerl* werd in Leuven vertoond.²¹⁴ Toch is er wellicht een andere verklaring voor de toelating van *Maskovana milenka* (Vávra, 1940), daar Hitler de relatie van Goebbels en Baarova afkeurde en aan de Duitse politie opdroeg haar te bevelen het land te verlaten, wat ze deed in de herfst van 1938 (Kreimeier, 1999, p. 246; Tegel, 2007, p. 17).

De affichecollectie van het archief bevestigt hoe Britse, Poolse en, vanaf juni 1941, Russische werden geweerd (Poels, A.-M., 1997, p. 5). Na de oorlog tot en met 1968 speelden er voornamelijk Amerikaanse, Franse, Italiaanse, Britse en Duitse films in België.

Taal

Verder deelde de VKB aan de exploitanten regels mee betreffende de taal van de filmpubliciteit.²¹⁵

Op 1 juni 1941 werd aangegeven dat in Duitse, Franse en Vlaamse dagbladen de filmtitels en teksten in overeenkomstige taal moesten worden opgesteld. In de Franse en Vlaamse bladen moesten, als het

²¹³ Verder zal blijken dat dit wellicht een keuringsnummer was voor de affiches.

²¹⁴ Ook deze affiches kregen enkele van de verder besproken toelatingnummers.

²¹⁵ We vermoeden dat vele van deze verordeningen ook golden voor de verhuurders en producenten, daar zij vaak publiciteitsmateriaal leverden aan de exploitant.

om Duitse film ging, de Duitse originele titels ‘in ieder geval’ voorkomen in kleiner lettertype. In Vlaamse en Duitse dagbladen mocht, als het om Franse films ging, de Franse titel in een kleiner lettertype voorkomen (“Het corporatief leven”, 1941e, p. 5; BSKF & VKB, 1942, p. 35). Men merkt hoe de Duitse taal een voorkeursbehandeling krijgt.

Op 1 november 1941 werd de Vlaamse exploitant verboden om filmtitels en teksten op affiches of andere drukwerken nog langer in het Frans op te stellen. Men kreeg tot 31 december 1941 om het bestaande materiaal op te gebruiken. Filmverhuurders en exploitanten mochten nog wel de oorspronkelijke Franse titel in kleinere letters onder de Vlaamse titel drukken. Had men na die datum nog ‘slechte’ affiches in stock, dan mocht men een strook toevoegen met een Vlaamse en eventueel een kleinere Franse titel, of mocht men de Franse titel doen verdwijnen, zonder dat er aan het publicitair karakter werd geraakt (BSKF & VKB, 1942, p. 18; “Het corporatief leven”, 1941g, p. 6; “Het corporatief leven”, 1941h, p. 5; “Het corporatief leven”, 1941i, p. 7).²¹⁶ Men merkt hoe steeds strenger wordt opgetreden jegens de Franse taal. Dit kadert wellicht in het eerder besproken cultuurbeleid van de bezetter en de Kulturabteilung in België. Men wilde immers ondermeer de Franse culturele invloed weren.

De affichecollectie van het archief bevestigt dat deze taalregels van toepassing waren. Franse titels werden meermaals overplakt of overschilderd met een Nederlandse titel (en eventueel kleinere Franse titel). Het kan hierbij gaan om ‘slechte’ affiches die gecontroleerd werden of om affiches die men omwille van papierschaarste hergebruikte en aanpaste. Illustraties vindt men in figuren 8 tot en met 28. We vermelden eveneens de filmtitel en de aanplakdatum. In bijlage 16 vindt men een overzicht van de aangepaste affiches. We bespreken kort de bijzondere voorbeelden.

²¹⁶ Ook aan foto’s die een Franse filmtitel droegen, moest een band toegevoegd worden met de Vlaamse titel en eventueel de Franse titel in kleinere druk.

Bij *Der Gasmann* (Froelich, 1941) vonden we zo een losse affichestrook met de Nederlandse titel, even groot als de Franse titel op de affiche. Wellicht moest deze strook de Franse titel bedekken.

Aan films als *Le Premier Rendez-Vous* (Decoin, 1941) en *Liebe geht seltsame Wege* (Zerlett, 1937), welke meermaals vertoond werden in Leuven, ziet men goed hoe de regels gevolgd werden. Bij de vroegere affiches van beide films vonden we nog de Franse titel, respectievelijk een Franse en Nederlandse titel. Op 11 oktober 1942 werd het *Het Eerste "Rendez-Vous"* met ondertitel *Premier Rendez-Vous*. Bij de latere affiche van *Liebe geht seltsame Wege* verdween de Franse titel.

Op de affiche van *Ich verweigere die Aussage* (Linnekogel, 1939) werd een grotere Nederlandse titel bijgedrukt op de lege strook waar gewoonlijk de bioscoopstrook al voorkwam. Men wilde wellicht vermijden dat de oude Nederlandse titel kleiner zou zijn dan de Franse titel. Om die reden was de affiche ook groter dan de meeste toenmalige affiches. Hetzelfde gebeurde voor *In geheimer Mission* (von Alten, 1938).

Bij vele affiches, zoals deze van *Amore Imperiale* (Wolkoff, 1941) of *Die Gelbe Flagge* (Lamprecht, 1937), merken we dat de regels ook vaak van de eerste keer juist werden toegepast, hoewel van deze laatste ook een overplakte versie bestond.

Sommige affiches volgden de regels niet. Zo werd voor *Was Geschah in diezer Nacht?* (Lingen, 1941) een Franse titel bijgeplakt die even groot was dan de al aanwezige Nederlandse titel. Bij *La Fausse Maîtresse* (Cayatte, 1942) werd een Franse titel en Nederlandse titel bijgeplakt over de vroegere Nederlandse titel. Toch mogen we dit niet meteen zien als tekenen van verzet. De taalverordening vermeldde immers het volgende voor de affiches die men nog in stock had:

daar waar het mogelijk is de Franse titel te doen verdwijnen door het toevoegen van een band, moet dit wel gedaan worden, wanneer dit aan de aanplakbrief zijn publicitair karakter niet ontnemt ("Het corporatief leven", 1941i, p. 7).

Mogelijk achtte men het voor het publicitair karakter van deze films belangrijk om de Franse titel te vermelden. Dat *La Fausse Maîtresse*

(Cayatte, 1942) een Franse film is, geproduceerd door Continental Films en verdeeld door UFA, bevestigt dit. De bezetter liet immers Franse films verdelen, hoewel Frankrijk een vijandland was, gezien Belgen Franse films zouden verkiezen (Van de Vijvere, 1990, p. 58; Vande Winkel, 2007, pp. 69-74). Verzwijgen dat het om een Franse film ging, zou dan onverstandig zijn. Bij een latere versie verdween de Franse titel echter wel.

Bij de overige affiches ziet men hoe titels werden overplakt of overschilderd. Voorbeelden als *Le Chanteur Du Ranch* en *The Ware Case* (Stevenson, 1938) tonen dat de Franse titels meteen na de bevrijding in Leuven weer verschenen.

Hoewel er weer Franse titels verschenen na de oorlog, vond ook het naoorlogse *Weekblad cinema* dat men voor Franse films in Vlaanderen een Vlaamse titel moest voorzien, wat voor de oorlog zelden gebeurde. Zij zagen echter de verhuurder als schuldige, die vooral uit gewoonte en onbegrip enkel posters met Franse titels aanleverde (“Problemen die geen problemen zijn: De Fransche film in Vlaamsch België: Tweektalige affichetten – degelijke ondertitels”, 1945, p. 1; “Vereeniging der kinemabestuurders van Oostvlaanderen”, 1945, p. 9).



8: Der Gasmann: 21.10.1942.; 9: Le Premier Rendez-Vous: 18.02.1942.



10: Le Premier Rendez-Vous: 12.08.1942 en 11.11.1942.



11: Liebe geht seltsame Wege: 14.08.1940 en 14.04.1943.



12: Ich verweigere die Aussage: 27.02.1943.;

13: In geheimer Mission: 07.01.1942.



14: Amore Imperiale: 08.12.1943.; 15: Die Gelbe Flagge: 04.12.1940.



16: Die Gelbe Flagge: 12.06.1943.;

17: Was Geschah in diezer Nacht?: 27.10.1943.



18: La Fausse Maîtresse: 01.09.1943 en 19.10.1944.



19: Suspiros de España: 29.01.1942.; 20: Opereball: 21.10.1942.



21: Auf Wiedersehen, Franziska!: 27.01.1943.



22: Le Marriage de Chiffon: 06.05.1943.



23: Aus Erster Ehe: 14.07.1943.; 24: Dernier Atout: 04.08.1943.



25: Frau im Strom: 03.11.1943.; 26: Die kleine und die große Liebe.



27: The Ware Case: 26.09.1944.; 28: Le Chanteur Du Ranch: 19.10.1944.

Andere vormen van filmpubliciteit

Verder worden ook andere vormen van publiciteit gereguleerd. Op 15 november 1941 verbiedt de VKB nog reclame te voeren over de zaalverwarming. Verder mochten de programmaboekjes nog maar 10,5 bij 14,8 cm meten en slechts op één blad gedrukt worden (BSKF & VKB, 1942, p. 35; “Het corporatief leven”, 1941h, p. 5). Men wil hiermee duidelijk de opkomende papierschaarste opvangen. Verder mag men vanaf 15 februari 1942 de programmaboekjes niet meer buiten uitdelen (“Het drukken der programma’s”, 1942, p. 14). Vanaf juni 1942 zijn ook de aankondigingen van de exploitant via de microfoon of dia’s aan vereisten onderworpen. Binnen de zaal mochten ze louter nog de film voorstellen, zonder een mening weer te geven.²¹⁷ Buiten de zaal werden ze verboden (“Openbare berichten of mededeelingen door microfoon of diapositief”, 1942, p. 2).

In *Cinema* blijkt meermaals dat men verscheidene van deze reclameregels niet respecteerde. Tussen november 1941 en april 1942 werden bij de Tucht- en Scheidsraad van de VKB verschillende overtredingen gemeld (“Tucht- en Scheidsraad”, 1942, p. 9). Er werd zo verboden publiciteit gevoerd,²¹⁸ alsook tendentieuze publiciteit die de eerlijke mededinging schaadde²¹⁹ en publiciteit omtrent de zaalverwarming. Ten slotte riep de VKB zijn leden op om zich te houden aan de formaateisen, de voorwaarden omtrent microfoon- en diareclame, de reclame over het dubbel programma, de taal van de reclame in dagbladen en het drukken van plakkatens, omzendbrieven en prospectussen, waarover verder meer (“Het drukken van strooibiljetten, prospectussen en affichettes”, 1942, p. 4; “Regeling van de bioscoopexploitatie”, 1942, p. 5).

²¹⁷ Officieel reguleerde men deze mededelingen omdat ze vroeger vaak van ‘slechte smaak’ getuigden of ‘misplaatst’ waren.

²¹⁸ Dit kan betrekking hebben op het uitdelen van programmaboekjes of het gebruik van een microfoon buiten de zaal, maar ook op de verder besproken verplichtingen die golden voor al de drie industrietakken.

²¹⁹ Wellicht gaat het om reclame die doet uitschijnen dat een dubbel programma werd vertoond. Het kan echter ook betrekking hebben op de prioriteitsregels betreffende de publiciteit, waarover verder meer.

Korting en prioriteit

Exploitanten drukten vaak een reductiebon op hun filmposters. Met deze bon kon men rangverhoging of reductie verkrijgen voor de film in kwestie. Zo werden bijvoorbeeld winkeluitbaters aangemoedigd om deze affiches uit te hangen in hun winkel (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 23). Ook deze reductiebon kwam vanaf 3 juli 1942 onder controle van de vakverenigingen te staan: er mocht vanaf die datum nog maar één bon per affiche, alsook één per winkel, afgeleverd worden. Verder moest ze op de affiche gedrukt worden en de geldigheidsdatum vermelden. De bon mocht maximaal twee personen toegang verlenen tegen de minimumprijs. Voor de ‘tweede categorie’-zalen, zoals de Leuvense ‘eerste week’-zalen als Forum, Eden en A.B.C., was die minimumprijs 3 frank. Voor de ‘derde categorie’-zalen, zoals de Leuvense ‘tweede week’-zalen als Casino en City, was dat 2,50 frank. Voor zalen die elke dag vertoningen inlasten, mochten de bonnen niet gebruikt worden op zaterdagen, zon- en feestdagen. Bij andere zalen niet op zondag (“Bijzondere exploitatievoorwaarden die de toepassing van de prijzen der plaatsen regelen”, 1942, p. 5).

In de affichecollectie van het Stadsarchief was deze bon bij vele affiches verwijderd. Toch vonden we enkele integrale bonnen terug. De bon in figuur 29 vonden we tweemaal terug in 1938.²²⁰



29: Reductiebon op de filmaffiches.

²²⁰ De bon voldeed niet aan de regels betreffende de reductiebonnen, daar deze pas uitgevaardigd werden in 1942.

Op de bon van een affiche van 29 september 1943 was volgende tekst gedrukt.²²¹

Forum – Leuven – Plakbrief. Geldig voor één persoon, uitzondering Zaterdag, Zon- en feestdagen. Met dit plakbrief zal er 3 frank per plaats betaald worden. Van 1 tot 7 October 1943.

Verder werden exploitanten op 1 oktober 1942 aangespoord zich te houden aan de prioriteitsregels betreffende filmvertoning en filmreclame. Als exclusiviteitzal hun films nog niet beëindigd hadden, mochten andere zalen deze nog niet vertonen of er reclame voor maken. Dat gold eveneens voor de nog niet verschenen films (“Publiciteit in de cinemazalen”, 1942, p. 2).

Speciale vertoningen

Ten slotte werden op 15 juli 1944 regels opgelegd omtrent speciale vertoningen. Deze ‘vertooningen buiten weekprogramma der bij de Filmgilde aangesloten bioscopen’ mochten de normale exploitatie niet verstoren, moesten aangevraagd worden bij de Filmgilde en moesten ook een cultuurfilm bevatten. De organiserende verenigingen en exploitanten moesten verder reclame maken, opdat ze succesvol zouden zijn (“Reglement betreffende het organiseren van speciale filmvoorstellingen, van toepassing met ingang van 15 juli 1944”, 1944, p. 1).

In het Leuvense Stadsarchief vinden we voor 1944 18 ‘bijzondere’ of ‘speciale filmvertoningen’ in zaal Forum, waaronder 10 ingericht door het Leuvensch Filmcomité. Zes van deze films betroffen propagandafilms.

In *Der Schimmelreiter* (Deppe & Oerthel, 1934) eerde men de kracht van de Duitse tradities, de ‘*Blut und Boden*’ en de ‘*Volk und Heimat*’ (Welch, 1983, pp. 95-102).

In *Mein Leben für Irland* (Kimmich, 1941) vocht men voor het vaderland en verafschuwde men de imperialistische Brit (Leiser, 1974, p. 95; Welch, 1983, p. 268 en 279). Dezelfde anti-Britse, maar

²²¹ Deze bon voldeed zo wel aan de opgelegde vereisten.

ook antisemitische tendensen, vindt men in *Carl Peters* (Selpin, 1941) (Gillespie & Nelson, 2007b, p. 110; Leiser, 1974, pp. 93-99 en p. 106; Welch, 1983, p. 66, 145, 268 en 279). Daar Hitler zelf zelden in films verscheen, moesten prototypes als Carl Peters hem representeren. Ook in *Bismarck* (Liebeneiner, 1940) kwam zulk een prototype voor waarvoor iedereen zich vrijwillig onderwierp (Leiser, 1974, p. 106 en 112; Miroir & Picqué, 1983, p. 150; Welch, 1983, p. 145, 168, 174 en 183). Deze films moesten bijdragen tot de ‘*Führerkult*’ (Schuursma, 1970a, p. 948). Ook *Cinema* merkte begin 1942 vele van zulke Duitse films op (“Historische figuren in Duitse films”, 1942, p. 3).

Verder werd ook in *Bismarck* (Liebeneiner, 1940) de Jood als slecht²²² getypeerd (Welch, 1983, p. 283; Gillespie & Nelson, 2007b, p. 94). Dat is niet anders voor *Heimkehr*, waar Joden Polen zouden hebben opgezet een groep Duitse helden te onderdrukken (Leiser, 1974, p. 64 en 72; Petley, 1979 p. 7; Van de Vijvere, 1990, p. 58; Welch, 1983, p. 134, 244 en 283).

Verder was de actualiteitsfilm *S.A.-Mann Brand* één van de weinige films die openlijk de nazipartij en zijn martelaren vereerden (Leiser, 1974, p. 34; Schuursma, 1970a, p. 948). De visuele nazi-elementen, zoals de vlag en het uniform, en de strijd tegen het communisme werden geëerd (Welch, 1983, p. 47 en 241).

In 1944 vonden we geen enkele speciale vertoning op de affiches.²²³

3.2.2.2. Verplichtingen voor de distributeur en de producent

Ook bij de verplichtingen werd duidelijk dat de exploitant als hoofdverantwoordelijke, of alleszins als te controleren schakel in het filmpubliciteitsproces werd beschouwd.

Geen enkele verrichting was zo specifiek aan de producenten gericht. Specifiek voor de distributeurs werden enkel de publiciteitsprijzen gereguleerd, dit door de SKFB. Publiciteit mocht niet meer verkocht of verhuurd worden tegen een vaste prijs. Zo wou men vermijden dat

²²² In deze film ondernam immers een Jood de moordpoging op Bismarck.

²²³ Mogelijk wilden de exploitanten geen speciale vertoningen meer organiseren door de strengere regulering.

verhuurders publiciteit zouden aanrekenen aan een vaste prijs onder een bepaalde minimumprijs (“Het corporatief leven, 1941c, p. 8). Wellicht wou men hiermee het braderen tegengaan. Dit probleem werd echter pas grondig aangepakt vanaf 13 februari 1942, wanneer de SKFB vaste tarieven oplegde voor het verhuren van publiciteitsmateriaal (“Publiciteitstarief”, 1942, p. 7). In deze verordening wilde men eveneens de papierschaarste opvangen. Voor de lengte van één voorstelling golden zo volgende prijzen:

- 1) Kleine aanplakbiljetten: 2 frank.
- 2) Aanplakbiljetten:
 - uit één stuk: fr. 12.50;
 - uit twee stukken: 25 fr.;
 - uit vier stukken: 50 fr. ;
 - te verkopen aanplakbiljetten, resp.: 50, 100 en 200 frank.
- 3) Foto's: Zwarte of kleurenfoto's worden immer verhuurd en zijn niet te koop. In de huidige omstandigheden en gezien de onmogelijkheid van herbevoorrading, dient de nadruk gelegd op de noodzakelijkheid deze foto's in goeden staat te bewaren.
- 4) Clichés: Vaste prijs van 5 frank.

3.2.2.3. Verplichtingen voor de drie takken

Papierschaarste

Naast eerder besproken verordeningen publiceren de vakorganisaties nog enkele maatregelen om de papierschaarste op te vangen.

Vanaf 13 november 1941 kregen ook de (Belgische) filmaffiches een maximumformaat, namelijk 39 bij 59 cm. Had men voor die datum reeds een bestelling geplaatst voor grotere affiches, dan moest men het bestellingsbewijs leveren bij de SKFB (“Het corporatief leven”, 1941i, p. 7).

De verordening van 25 november 1941 ging zelfs nog verder. Men mocht geen affiches, strooibiljetten en prospectussen meer drukken. Overtredingen waren strafbaar.

Wat de strooibiljetten en de prospectussen betreft, zijn die onderrichtingen formeel; in verband met de aanplakbiljetten heeft de V.K.B.B. dadelijk een verzoek tot afwijking ingediend bij de Papiercentrale (BSKF & VKB, 1942, p. 3; “Het drukken van strooibiljetten, prospectussen en affichettes”, 1942, p. 4).

We merken dat ook hier²²⁴ de vakverenigingen inspraak wouden hebben op het proces.

Deze verordeningen werden wellicht van boven af opgelegd wegens de papierschaarste. Men mag hieruit echter niet meteen concluderen dat papieren filmreclame gezien werd als iets bijkomstigs. Wellicht moesten deze verordeningen het tijdelijk hergebruik van affiches stimuleren. De regeling werd bovendien al gauw versoepeld. In het eigen archief merken we dan ook geen hiaat na 25 november.

De filmreclame volgde hiermee in België en Duitsland dezelfde trend als het hele filmwezen. Er was een ‘gebrek aan werkkrachten’ en ‘moeilijkheid van bevoorrading in materieel’. Exploitanten hadden zo naast papiertekorten, ook tekorten aan brandstof en elektriciteit (“Het corporatief leven: Groep Filmtheaters”, 1944, p. 2; “In het land, elders in de wereld”, 1942a, p. 25).

Een belangrijke gezamenlijke sleutelverordening van de VKB en de SKFB van 15 maart 1942 verving de verordeningen uit november en ging vanaf 10 maart van kracht. Het verbod om nog ‘affichettes’, programma’s en strooibiljetten te drukken werd beperkt tot de exploitanten. Voor de ‘affichettes’ mochten zij enkel nog een cinemastrook met zaal- en vertoningsgegevens plakken op ‘affichettes’ van de distributeur.²²⁵ De strooibiljetten en verkleinde ‘affichettes’, voorradig bij de distributeurs, en de programma’s, voorradig bij de exploitanten en hun drukkers, mochten ze nog wel bedrukken en opgebruiken.

Het toegestane afficheformaat werd teruggebracht op 29,7 bij 42 cm, maar grotere affiches mochten nog wel opgebruikt worden. Verder was het gebruik van verschillende kleuren verplicht en mochten de

²²⁴ We zagen eerder hoe de VKB als tussenschakel trachtte te fungeren tussen de Reclamecentrale en de exploitanten.

²²⁵ Voor de distributeur werd het vroegere verbod dus opgeheven.

distributeurs ook op de achterkant van bestaande affiches drukken (“Het drukken van aanplakbiljetten, affichettes, programma’s en strooibiljetten”, 1942, p. 9).

De Papiercentrale wil hiermee duidelijk de papierschaarste opvangen (Wildiers, 1942b, p. 27). Daar ze gas terugneemt, laat ze toch blijken de reclame niet als bijkomstig te zien. Verder wil ze wellicht de formaatverkleining compenseren via het verplichte kleurengebruik. Bovendien benoemt ze de verhuurder duidelijk tot belangrijkste verantwoordelijke en herdefinieert ze de afficheprocedure. De verhuurder laat de affiche drukken en de exploitant plakt er enkel zijn strook op. Het is verder opmerkelijk hoe men wel spreekt van ‘de cinemabestuurders en hun drukkers’ en niet van de verhuurders en hun drukkers. We zullen verder echter zien dat de verhuurder toch zelf niet instond voor het drukken van de affiches.

In het Leuvense Stadsarchief zouden we dus ook via het afficheformaat conclusies moeten kunnen trekken omtrent de papierschaarste. Dat gelijkaardige afficheformaten vaak lichtjes varieerden, er vanaf de oorlog veel verschillende formaten bestonden en sommige archiefjaren geen affiches bevatten, bemoeilijkt dit echter. We trachten toch trends te ontdekken, alsook na te gaan of de verordeningen werden nageleefd.

Voor en tijdens de oorlog zijn de gegevens duidelijk. We vonden, zoals Stanislas Choko (1989, p. 4) beweerde, dat de meeste Belgische filmaffiches tot de oorlog rond de 60 bij 80 cm maten.

Tussen de twee formaatverordeningen tijdens de oorlog voldeden de meeste affiches min of meer aan het opgelegde maximum van 39 bij 59 cm. Hierbij nemen we wel een marge. Bovendien waren er ook affiches die het grotere, vooroorlogse formaat behielden.

Tussen de tweede verordening en het einde van de bezetting in Leuven volgde iets meer dan de helft min of meer de opgelegde maxima van 29,7 bij 42 cm. Ook hier nemen we een marge en waren er posters met het vooroorlogse formaat en tussenvarianten.

Er is dus, wellicht door een combinatie van de verordeningen en de papierschaarste, een formaatdaling. Toch overtraden velen de opgelegde maxima, waardoor de vakorganisaties hun leden aan deze maxima moesten herinneren en hen moesten bestraffen.

Na de oorlog kunnen we noch spreken van een aangehouden daling, noch van een terugkomst van grote affiches.

De grote liggende afficheformaten met een breedte tussen de 100 en 200 cm kwamen voornamelijk voor in 1934 en 1935 en tussen 1949 en 1956. Hoewel dit kan wijzen op de papierschaarste, mogen we dat niet concluderen, daar deze formaten al voor de oorlog verdwenen en er tijdens de oorlog nog zulke formaten voorkwamen.

Tussen 1945 en 1950 behielden veel posters het voorheen opgelegde formaat (Drate, e.a., 2008, p. 240), maar andere posters maten 54 bij 62 tot 73 cm of 84 bij 61 cm. Tussen 1950 en 1967 bleven er voornamelijk kleine formaten bestaan van 34 tot 43 bij 54 cm, 48 tot 56 bij 32 tot 39 cm en 58 tot 64 bij 49 cm. Na de oorlog is er dus niet echt een standaardformaat en is het beeld dus onduidelijk. Zelfs eind jaren '60 is er, hoewel De Hert en Stallaerts dat beweerden (De Hert & Stallaerts, 1995, p. 12), geen standaardformaat aanwezig.

De papierschaarste wordt echter duidelijker wanneer de Papiercentrale begin augustus 1944 het gebruik van papier en karton voor tekst- of tekeningvermeerdering door om het even welk mechanisch reproductiemiddel voor publiciteitsdoeleinden verbod ("Uit het Staatsblad", 1944, p. 11).

Ook in Berlijn eiste de oorlogssituatie tegen september 1944 zijn tol op filmgebied. Verhuurders leverden geen filmaffiches en het cinemapersoneel werd ingezet in de oorlogsindustrie. Duitsland stelde klaarblijkelijk zijn prioriteiten naar het einde van de oorlog ("Brief uit Berlijn", 1944, p. 8).

Schaarste kan ook verklaren waarom de publiciteitskosten stegen doorheen de oorlog. De wekelijkse kost van de voorgevelpubliciteit van een provinciezaal steeg tussen 1940 en 1945 van 200 naar 350 frank, deze in dagbladen van 350 naar 600 frank, foto-opschriften van 175 naar 250 frank en programmaboekjes van 70 naar 200 frank (Guily, 1945a, p. 4).

De Papiercentrale, welke deze verordeningen uitvaardigde, was één van de warencentrales die ressorteerden onder de Duitsgezinde Victor Leemans van het Belgische Ministerie van Economische Zaken ("Inventaris van het archief Victor Leemans 1901-1971", 2004, p. 2-3). De centrale, met Gustave Goedertier aan het hoofd,

stond in voor de papierverdeling. Na de Duitse inval kwam ze, buiten weten van de MV om, met de Wirtschaftsgruppe Papier, een Duitse, nazistische groep van papierfabrikanten, tot onderlinge afspraken en vaste prijzen. In november 1941 werd die samenwerking echter formeel en in februari ontstond zo de warencentrale voor de papiernijverheid (Bruinsma, z.d.). Ook hier opereerde de bezetter dus achter de schermen.

Boekenuitgeverijen moesten voor hun uitgaven via de Papiercentrale toestemming bekomen van de censoren Hans Teske en Bruno Orlick van de PAB. Op basis van hun beoordelingen verleende de Papiercentrale de drukkerij met de drukopdracht al dan niet een bon. Hiermee kreeg deze, als het beschikbaar was, papier bij een papierfabrikant. De bezetter stond dus boven de Papiercentrale en kon via deze papierverdeling censureren. Toch kon men vaak papier bekomen zonder goedkeuring van de bezetter of op de zwarte markt en kon men papier opsparen voor volgende keren. Vanaf 1 januari 1943 werd het omzeilen moeilijker, daar men voor elk boek een toelatingsnummer moest bekomen. We vermelden deze procedure voor boeken, daar ze misschien ook gold voor de filmaffiches, waar echter niets over geweten is. Dat de bezetter het papier trachtte te reguleren, wijst op een ernstige papierschaarste. Deze kwam er enerzijds door de afgenomen brandstoffen voor de papierproductie, anderzijds door het gebruik ervan voor verschillende doeleinden zoals verduistering en verpakking (Bruinsma, z.d.).

Op de affiches in het archief zien we enkele relevante afkortingen, die mogelijk met deze procedure te maken hebben, namelijk P.C., P.A. en A.F.P.A.

Om verschillende redenen vermoeden we dat P.C. stond voor Papiercentrale. De P.C.-affiches vindt men in tabel 6.

De belangrijke sleutelverordening van de Papiercentrale ging van kracht op 10 maart 1942. Op 8 juli 1942 werden de eerste posters met die vermelding aangeplakt. De laatste kwamen voor op 24 augustus 1944, niet voor niets een week voordat Leuven bevrijd zou worden (De Vos, 2004, p. 26; Van Minnebruggen). Verder voldeden de affiches aan de kleur- en formaatvereisten. Ten slotte kwamen er ook enkele propagandistische films naar voor. *Carl Peters* (Selpin, 1941), *Der Schimmelreiter* (Deppe & Oerte, 1934) en *Mein Leben*

für Irland (Kimmich, 1941) werden reeds besproken. In *Kopf hoch, Johannes!* (de Kowa, 1941) werd de Duitse jeugd geëerd als het toekomstige leger (Leiser, 1974, p. 65).

Het P.C.-nummers van de eerste twee films zijn gelijk en komen voor bij drukkerij L. Dewinter en bioscoop Forum. De laatste zes films van de zaal Scala hebben ook eenzelfde P.C.-nummer. Dat het nummer bij de drukkerij vermeld staat, bevestigt dat de drukkerijen, en niet de uitgeverijen of bioscopen, toestemming moesten bekomen van de Papiercentrale. Elke drukker kreeg zo wellicht één toelatingnummer dat hij op zijn toegestemde uitgaven moest aanbrengen. Dit toont eveneens dat de distributeurs niet zelf moesten drukken en men kan spreken van de ‘verhuurders en hun drukkers’.

Het gering aantal affiches met P.C.-vermelding maakt wel duidelijk dat men ook zonder P.C.-nummer affiches kon drukken. Ofwel omzeilden de verschillende drukkers de regels, ofwel was het drukken van het nummer niet verplicht.

P.C. zou ook kunnen staan voor Publiciteitscentrale, maar de adverteerdersvergunning en het bijhorende licentinummer waren slechts verplicht vanaf juli 1943, terwijl de P.C.-nummers al eerder verschenen. Bovendien gold hiervoor het lic.-nummer.

Tabel 6: Leuvense filmaffiches met P.C.-vermelding

aanplakking	titel 1	titel 3
8.07.1942	Der Schimmel-Reiter	
2.04.1943	De Pionier	Carl Peters?
30.06.1944	Kleine Nachtmuziek	Eine kleine Nachtmusik
12.07.1944	Kleine Nachtmuziek	Eine kleine Nachtmusik
27.07.1944	De Jager Van Fall	Der Jäger von Fall
2.08.1944	Kommissaris Eijck	Kriminalkommissar Eyck
10.08.1944	Mijn Leven Voor Ierland	Mein Leben für Irland
16.08.1944	Kop Hoog Johannes	Kopf hoch, Johannes!
24.08.1944	Twee Werelden	Zwei Welten

Film- en filmaffichekeuring

Om verschillende redenen vermoeden we dat P.A. staat voor Propaganda-Abteilung. De P.A.-affiches vindt men in tabel 7.

Ook de laatste P.A.-affiche kwam kort voor de bevrijding van Leuven voor, namelijk op 16 augustus 1944.

Dat het P.A.-nummer voor elke film verschilde en de PAB bevoegd was voor filmcensuur, kan betekenen dat het om een censuurnummer voor film of filmposter ging. Mogelijk moesten de affiches het censuurnummer weergeven om te tonen dat de film goedgekeurd was. Dat de betreffende nummers pas vanaf 13 oktober 1943 verschijnen, hoeft niet vreemd te zijn. Het is ook pas omstreeks oktober 1943 dat de Filmgilde samen met het PAB bevoegd werd voor de filmkeuring.²²⁶ Ook als het om affichekeuring ging, hoeft dit niet vreemd te zijn, daar ook boeken pas vanaf 1943 een toelatingsnummer van de PAB moesten bekomen (Bruinsma, z.d.; “Het corporatief leven”, 1941d, p. 8; Poels, A.-M., 1997, p. 1-2).

Dat ook deze nummers maar weinig voorkomen, kan verklaard worden. Er werd reeds vermeld dat films die geen problemen konden opleveren al door de bevoegde Belgische vereniging werden gekeurd. Bovendien kon men wellicht ook hier de PAB-keuring ontwijken. Ten slotte ontbreken in het archief mogelijk net de P.A.-affiches.

Verder komen ook binnen deze reeks veel propagandistische films voor. De Duitsers gebruikten de verfilming van Streuvels' boek *De Vlasschaard*²²⁷ voor propagandistische doeleinden (Van de Vijvere, 1990, p. 42; Van linthout & Vande Winkel, 2007, p. 44). In *Stukas* (Ritter, 1941) en *Spähtrupp Hallgarten* (Fredersdorf, 1941) werden de nazi-idealen van zelfopoffering, de heroïsche dood en individuele onderschikking aan het collectief geëerd (Leiser, 1974, pp. 29-33; Miroir & Picqué, 1983, p. 150; Schuursma, 1970a, p. 950; Van de Vijvere, 1990, p. 58; Welch, 1983, p. 207). In *Verräter* (Ritter, 1936) moest de Duitse soldaat dan weer voorbeeld nemen aan de patriottische Brit (Leiser, 1974, p. 95; Welch, 1983, p. 259).

²²⁶ Ook al was de PAB al langer bevoegd voor de censuur, werd het drukken van het P.A.-nummer mogelijk pas verplicht bij de sterkere centralisering van het filmwezen onder de Filmgilde.

²²⁷ De film werd *Wenn die Sonne wieder scheint* (Barlog, 1943) genoemd.

We kunnen toch niet met volle zekerheid besluiten dat het om een filmkeuringsnummer gaat. De PAB zou bezwaarlijk de affiches over de heropening van enkele zalen toelaten, gezien ze toch het einde van de oorlog aankondigen. Anderzijds kan het zijn dat de bezetter hierin weer aan de bevolking wilde meegeven dat er een ‘business as usual’ was. We mogen verder niet vergeten dat het gaat om de openingsberichten van Forum en Casino, twee ‘collaborerende’ zalen.

Tabel 7: Leuvense filmaffiches met P.A.-vermelding

aanplakking	titel 1	titel 3
13.10.1943	La Comédie du Bonheur	
20.10.1943	Stukas	
24.10.1943	Munchhausen	
2.11.1943	Au Bonheur Des Dames	
3.11.1943	Vrouwen Regiment	Weiberregiment
10.11.1943	3 Vaders voor Anna	Drei Väter um Anna
17.11.1943	Een Wals Met Jou!	Ein Walzer mit dir
24.11.1943	Ster van Rio	Stern von Rio
1.12.1943	De oude Zondaar	Altes Herz wird wieder jung
8.12.1943	Romance de Paris	
15.12.1943	Een levens symphonie	Symphonie eines Lebens
22.12.1943	De Vlaschaard	Wenn die Sonne wieder scheint
29.12.1943	Le Corbeau	
22.02.1944	De Verrader	Verräter
7.03.1944	De Verrader	Verräter
8.03.1944	Montmartre-sur-Seine	
22.03.1944	Monsieur la Souris	
14.04.1944	Stoottroep Hallgarten	Spähtrupp Hallgarten
10.06.1944	Louter bericht opening	
28.06.1944	Vorhang Fällt	

aanplakking	titel 1	titel 3
6.07.1944	Louter bioscoopstrook	
16.08.1944	Louter bericht opening	

Ook voor A.F.P.A. kunnen we verscheidene mogelijke namen bedenken, zoals de Abteilung/Gruppe Film binnen de Propaganda-Abteilung, de Afdeling Filmposters binnen de Propaganda-Abteilung, de Afdeling Film Publiciteitsaffiches of de Filmprüfstelle, een censuurorgaan, binnen de Propaganda-Abteilung. Hoewel het hier om hypothesen gaat,²²⁸ doen verschillende redenen ons vermoeden dat het ook hier om een censurnummer gaat. De A.F.P.A.-films vindt men in bijlage 17.

We vermoeden dat A.F.P.A. een affichekeuringsnummer betrof en P.A. een filmkeuringsnummer, daar P.A.-nummers individueel per film werden gegeven, terwijl verschillende films met eenzelfde posteropmaak en drukkerij eenzelfde A.F.P.A.-nummer kregen. De eerder vermelde gelijkaardige posters van de COBEC-groep kregen zo eenzelfde A.F.P.A.-nummer.

De einddatum valt bovendien weer vlak voor de bevrijding van Leuven. Ook de begindatum, namelijk 13 januari 1942, houdt steek, daar in *Cinema* van 15 januari 1942 duidelijk werd dat de publiciteit strikter werd gereguleerd (“Het drukken van strooibiljetten, prospectussen en affichettes”, 1942, p. 4).

Bovendien komen, naast de al vermelde films, ook hier enkele bijzondere propagandafilms voor. *D III 88* (Maisch & Bertram, 1939) en zijn vervolgfilm *Kampfgeschwader Lützow* (Bertram, 1941) verheerlijkten de nazi-idealen van de heroïsche dood, zelfopoffering en individuele onderschikking aan het collectief (Leiser, 1974, pp. 29-33; Welch, 1983, p. 207). De laatste film toont de avonturen van de Poolse inval en de aanval op Groot-Brittannië (Gillespie & Nelson, 2007b, p. 120). De film kreeg van de Duitse Filmprüfstelle ook het *Prädikat* of titel ‘politiek waardevol’ mee, daar het de doelen van de NSDAP weerspiegelde. Dat kreeg ook *Ich klage an* (Liebeneiner, 1941), welke euthanasie van ‘zieke elementen’ als aanvaardbaar afspiegelde en eveneens een nazimartelaar toonde (“Brief uit Berlijn”,

²²⁸ De afkortingen werden immers niet teruggevonden in de literatuur.

1942, p. 25; Leiser, 1974, p. 24 en 89; Van de Vijvere, 1990, p. 60; Welch, 1983, p. 20).

Hiernaast hadden ook entertainmentfilms als *Die goldene Stadt* (Harlan, 1942), *Die große Liebe* (Hansen, 1942) en *Quax der Bruchpilot* (Hoffmann, 1941) vaak een propagandistische zweem of functie. Ze moesten de kijker dichter bij Duitsland brengen (Schuursma, 1970a, p. 950; Vande Winkel, 2004a, pp. 31-34; Vande Winkel, 2007, p. 65 en 76).

Propagandafilm *Wunschkonzert* (von Borsody, 1942) was dan weer uniek, daar ze als enige langspeelfilm Hitler toonde (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 32; Leiser, 1974, p. 29; Tegel, 2007, p. 6). Het laat verder een harmonieus Duitsland zien, waar iedereen jaloers op is (Welch, 1983, p. 119). *Friedrich Schiller - Der Triumph eines Genies* (Maisch, 1940) toonde dan weer een Hitler-prototype (Welch, 1983, p. 145; Leiser, 1974, p. 106; Gillespie & Nelson, 2007a, p. 32). Verder spiegelde *Robert und Bertram* (Zerlett, 1939) de Joden af als uitschot (Leiser, 1974, p. 77; Welch, 1983, p. 283), was *Kameraden auf See* (Paul, 1938) een anticommunistische film (Welch, 1983, p. 244) en toonden *Der Fuchs von Glenarvon* (Kimmich, 1940) en *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941) de Britten als wrede imperialisten (Schuursma, 1970a, p. 950; Leiser, 1974, pp. 95-99). De laatste film toonde eveneens een Hitler-prototype, de dappere held Krüger, en spoorde aan tot heroïsch verzet in moeilijke tijden.²²⁹ Gezien deze simpele, maar krachtige boodschap, vergeleek Goebbels deze succesfilm met zijn ideaalfilm *Bronenosets Potyomkin*²³⁰ (Eisenstein, 1925) (Petley, 1979, p. 7; Welch, 1983, p. 183, 268 en 278). De film kreeg dan ook de grootste eretitel, 'Film van de Natie' ("Brief uit Berlijn", 1942, p. 25).

Dat enkele heropeningsberichten een A.F.P.A.-nummer bevatten, is niet vreemd, daar deze tekstuele affiches geen bezwaarlijke elementen bevatten voor de affichekeuring.

Al staan P.C., P.A. en A.F.P.A. niet voor de voorgestelde termen, ze hebben hoe dan ook betrekking op de bezetting, daar ze niet meer voorkomen na de bezetting. We kregen verder voldoende hints om te

²²⁹ Dit paste bij het defaitistisch Duitsland na de nederlagen als Stalingrad.

²³⁰ Deze film kreeg de internationale titel *Battleship Potemkin* mee.

geloven dat het om keuringsinstanties gaat. Het is wel opmerkelijk dat de vakorganisaties zich wel inspanden om de licentienummers te beheren, maar niets publiceerden omtrent de andere nummers (“Uitvoering van de verordening nr. 1 van de Reclamecentrale”, 1943, p. 6).

De nummers tonen alleszins dat naast de exploitant en de verhuurder ook de drukkerij een verantwoordelijke was voor de publiciteit. Al deze nummers werden immers op de affiche achter de naam van de drukkerij geplaatst. De drukkerij moest dus de nodige nummers kenbaar maken.

Verder werden er twee filmaffiches gevonden met het kenteken FILMEX 034279 (tabel 8). We vermoeden dat het weer om een kenteken of toelatingsnummer gaat.

De twee films *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941) en *Spähtrupp Hallgarten* (Fredersdorf, 1941) zijn beiden sterk propagandistische films. Het nummer kan dus een soort erennummer zijn, dat aan bevoegden moest duidelijk maken dat het om een ‘FILM EXceptionnel/EXclusif’ ging. *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941) kreeg in Duitsland immers de grootste erkenning en beiden werden vergezeld van een *Kulturfilm*. De film biedt verder een alternatieve verklaring. De PAB had al vroeg besloten om radicale films als deze niet in gewone zalen te vertonen, maar in beperkte mate op speciale vertoningen van collaboratiegroeperingen (Poels, A.-M., 1997, p. 7; Van de Vijvere, 1990, p.60). Mogelijk behoorden beide films tot deze speciale vertoningen of films in de zogenaamde EXclusiviteitszalen.

Tabel 8: Leuvense filmaffiches met FILMEX-vermelding

aanplakking	titel 1	titel 3
4.05.1944	Oom Kruger	Ohm Krüger
23.06.1944	Stoottroep Hallgarten	Spähtrupp Hallgarten

Dat er keuringscommissies voor filmaffiches zouden bestaan, is, naar Duits voorbeeld, niet ondenkbaar.

In Duitsland was er misschien geen aparte tak voor de filmreclame, maar de Filmprüfstelle keurde wel de stills en filmaffiches volgens dezelfde criteria als de filmkeuring (Welch, 1983, p. 19). De goedgekeurde affiches kregen, net als de films, een stempel met de Duitse adelaar, alsook de handtekening van de censor en een goedkeuringsnummer (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 14). Zo paste men vaak affiches aan om naakt te vermijden en deed men ongewenste namen verdwijnen via een zwart strookje of een stukje bruine tape. Personen als Lida Baarova, Lilian Harvey, Joachim Gottschalk en Zarah Leander zouden hiervan voorwerp zijn geweest. Ook op de Belgische poster van *Wasser für Canitoga* (Selpin, 1939) zou dit gebeurd zijn (Gillespie & Nelson, 2007a, p. 14). In het eigen archief valt er niets eigenaardigs op bij deze film, maar wel bij *Percy neemt vakantie* of *Ein Mann auf Abwegen* (Selpin, 1940) van 22 september 1943 (drukkerij L.F. De Vos). Regisseur Herbert Selpin werd hier verwijderd via zwarte verf. In figuur 30 ziet men de naam echter lichtjes doorschijnen.



30: Ein Mann auf Abwegen: 22.09.1943.

Dat Selpin ook regisseur was van *Wasser für Canitoga* (Selpin, 1939) maakt bovenstaande verklaring plausibel. De naam moest echter niet verwijderd worden, daar hij niet vermeld stond op de affiche (drukkerij Tytgat). Ook op de affiches van zijn andere films *Carl Peters* (Selpin, 1941 - drukkery Dewinter: 02.04.1943), *Ich liebe dich* (Selpin, 1938 - drukkery L.F. De Vos: 08.03.1944) en *Sergeant Berry* (Selpin, 1938 - drukkery Tytgat: 09.06.1943) staat zijn naam niet vermeld.

Selpin had bij de productie van zijn film *Titanic* (Selpin, 1943) kritiek gegeven op zijn schrijver Walter-Zerlett-Olfenius en de hele Duitse vloot. Hierop zou Goebbels de Gestapo bevolen hebben Selpin op 31 juli 1942 te arresteren. Een dag later was zijn dood een feit (Grace, 2009; IMDB, 2010a; Van de Vijvere, 1990, p. 60).

Daar dit feit zich nog niet had voorgedaan, staat Selpin nog wel vermeld op de affiche van *Le Domino Vert* (Selpin, 1935 - 4.12.1940). Ook zijn afwezigheid op de eerdere affiche van *Ein Mann auf Abwegen* (Selpin, 1940 - 16.07.1941) heeft dus niets met het voorval te maken. Dat zijn naam aanvankelijk vermeld stond op de poster van 22 september 1943, alvorens verwijderd te worden met zwarte verf, heeft wellicht te maken met een onoplettendheid van de drukker of met de heersende papierschaarste, wat het hergebruik van eerdere uitgaven aanmoedigde. Het is alleszins duidelijk dat een instantie regulerend optrad. Dat de affiches van *Sergeant Berry* (Selpin, 1938) en *Wasser für Canitoga* (Selpin, 1939) beiden een A.F.P.A.-nummer dragen en *Carl Peters* (Selpin, 1941) een P.C.-nummer, bevestigt onze vermoedens. Dat deze van *Ein Mann auf Abwegen* (Selpin, 1940) en *Ich liebe dich* (Selpin, 1938) er geen dragen, kan te maken hebben met hun drukkers.²³¹

Arnold Bacmeister, een censor van de Filmprüfstelle, zette in *Film Posters of the Third Reich* (Gillespie & Nelson, 2007) uiteen wat de censuurcriteria waren. De posters moesten smaakvol zijn en artistiek waardig als overdrachtsmiddel. Ze moesten de essentiële inhoudselementen weergeven,²³² hoewel dit niet altijd makkelijk was gezien de eisen van de distributeurs. Een degelijk lettertype zou zo meer effect hebben dan artificiële illustraties. Ze mochten verder niet schokkerend, sensationeel of voor de hand liggend zijn, geen mening opleggen en geen overdreven superlatieven bevatten, gezien dit het publiek deed argwanen. De affiches moesten verder toegankelijk zijn voor de jeugd, maar mochten hen niet aantrekken naar volwassenenfilms (Bacmeister, 2007, pp. 38-39). Verder werd

²³¹ Men merkt dat drukkerij Tytgat en Dewinter meegaander overkomen dan drukkerij L.F. De Vos. Dat de twee eerste drukkers meegaand waren, merkten we al bij de keuingsnummers.

²³² Het gebruik van onbelangrijke foto's werd afgeraden.

aangeraden het publiek te lokken door de kwaliteit van de productiestudio, de cast en het verhaal te benadrukken. In de praktijk zag men vooral de focus op de twee eerste aspecten, wat ook in *Cinema* al duidelijk werd (Gillespie & Nelson, 2007c, p. 50).

Ook de eerder besproken Duitse reclameraad en reclamevakgroep werden aangesteld om karakteristieken als respect voor de nationale gemeenschap en de waar- en klaarheid ten opzichte van de consument na te streven. Volgens Sennebogen ging het echter om schijnkarakteristieken (Hirt, 2009).²³³

Het is interessant vast te stellen dat zaken die in Duitsland verplicht werden via een censuurorgaan en reclameorganisaties, in België slechts geadviseerd werden via *Cinema*.²³⁴ Terugkerende elementen waren zo de goede smaak, waarheid, essentie, eenvoud, effectieve typografie en de aversie tegenover overdrijving en meningen. Deze waarden golden ook voor de filmposterkeuring van de Verenigde Staten, waar sinds 1933 een Advertising Code werd opgesteld waarin men goedverkopende, maar onwaarachtige, sensationele of vulgaire reclame wou tegengaan, een ‘good taste’ als leidprincipe wou instellen, alsook reclame die de filmessentie weerspiegelde (Haralovich, 1984, pp. 117-140). Men kan dus niet zeggen dat de bezetter immorele eisen oplegde op reclamevlak. Ook de maatregelen wegens de papierschaarste zijn te verstaan. Men kan natuurlijk opmerken dat de bezetter wellicht deugdelijke reclame nastreefde opdat de films een groot publiek zouden aantrekken en zo propagandistische of economische doelen verwezenlijkt konden worden. Toch blijft de bezetter ook hierin gematigd. Het publiek zou zo via een filmaffiche vlot overtuigd kunnen worden door gewag te maken van een dubbel programma. De bezetter vond het echter belangrijker de vooroorlogse chaos en scherpe concurrentie te vermijden, dan wel het publiek te lokken via het systeem van double billing. Natuurlijk moet men beseffen dat er al filmcensuur vooraf ging op de affichekeuring. De vrije mening was al sterk beknopt in

²³³ Wellicht meent hij dat de bezetter meer deed dan enkel deze algemene waarden opleggen.

²³⁴ Het is natuurlijk, gezien de Duitse bestuursprincipes, mogelijk dat in België een affichecensuur aan het publieke oog onttrokken werd. De ontdekte affichenummers wijzen alleszins in die richting.

deze eerste fase. Bovendien kan men de eerbaarheid betwijfelen van het verbannen van Franse titels en namen van ongewenste personen. Bij goedkeuring voorzag Bacmeister de affiches van een handtekening, adelaarsstempel en specifiek goedkeuringsnummer (Bacmeister, 2007, p. 39: figuur 31).

In Duitsland bestond tijdens het nazibewind zelfs een speciale posterwet. In *Film Posters of the Third Reich* werd zo een deel van deze German Film Poster Law 1935 opgegeven (Gillespie & Nelson, 2007e, p. 84). Gezien deze wet enkel teruggevonden werd in een archief in Berlijn, beperken we ons enkel tot dat deel (bijlage 18).

Enkele Belgische adviezen en verplichtingen komen in de wet terug. Ook hier reguleert men de filmtitels op affiches, wordt opgeroepen tot het inzien van het belang van verscheidene gegevens²³⁵ en verbiedt men overdrijvingen, misleidingen, sensationele reclame en het lokken van minderjarigen op provocatieve wijze. Men ziet eveneens hoe Bacmeister zich duidelijk op deze wet baseerde. Ook hier wordt vermeld dat alle vereisten betreffende de film (die uit deze wet blijken) ook gelden voor de affiche. Deze wet verbood verder publiek te lokken door een eerdere ban op de film te vermelden. Wellicht wilde men hiermee de orde behouden, daar de burger anders de Duitse inmenging in het filmwezen zou opmerken.

De keuring voltrok zich over aankondigingen en reclame op print, zowel uitgehangen, uitgedeeld of opgestuurd per post, die plaatsvonden in alle publieke plaatsen. Hieronder verstond men ondermeer de lobby, de hal en de trap van de zaal, maar ook buitenruimtes en winkels. Als de reclame geen stempel droeg, was vervolging mogelijk. Louter beschrijvende, meningloze programmaboekjes, tekstboekjes en krantenreclame hadden geen goedkeuring nodig.

Dat immorele reclame werd verboden blijkt ook uit een andere wet, namelijk de *Anordnung betr. unsittliche Filmreklame vom 4. September* van 1934, welke enkel met titel vermeld staat in het *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938* (Pfennig, 1938, p. 168).

²³⁵ Een zangprestatie mocht zo slechts als kaderend gegeven worden opgenomen op de affiche.

Naast het censuurorgaan was in Duitsland ook de lokale politie bevoegd voor de filmkeuring. Deze mocht de reclame keuren die geen controle had ondergaan van het censuurorgaan, alsook die van individuele cinema-eigenaars. De beslissingen van de politieagenten golden wel enkel voor hun bevoegdheidsbereik, terwijl het censuurorgaan bevoegd was voor het hele Rijk. Bovendien kon deze de politiebeslissingen teniet doen.

Als we dit samenbrengen met eerdere informatie, krijgen we ook in België een mogelijk ‘nieuwe’ bevoegde: de politioneel gemachtigden. Uit het informatietijdschrift van het Stadsarchief werd zo al duidelijk dat sinds het politiereglement van 1892 de affiches via de politie aan de openbare aanplakker werden overgedragen. ‘Natuurlijk werd terloops ook even de tekst en de afbeelding aan een grondige controle onderworpen’ door deze politieagent (Piet Veldeman, 2008, pp. 4-5). We merkten wel uit een eerder advies van Hardouin aan de exploitanten dat niet meer de openbare aanplakker, maar het eigen cinemapersoneel de affiches uithingen. Ook de straffen van de Tucht- en Scheidsraad tussen mei en december 1942 op het overplakken ‘van publiciteit van den concurrent’, maken dit duidelijk (“Tucht- en Scheidsraad”, 1943, p. 7). Desalniettemin blijkt uit de afficheboeken van het Stadsarchief dat de politie zijn bevoegdheid behield.²³⁶ Onder de eerder besproken Belgische politioneel bevoegden²³⁷ tijdens de bezetting zien we verschillende instanties waarvan we reeds invloed op de reclame vermoedden. Von Falkenhausen en het MV hadden wel degelijk iets in de filmreclame te zeggen. De Geheime Feldpolizei stond ondermeer in voor propaganda, wat mogelijk ook filmreclame inhield. Ten slotte kan ook de Kommandostab een rol hebben gespeeld in het reclameproces.

²³⁶ Per maand werd de totale hoeveelheid geheven taks immers genoteerd en ondertekend door de politiecommissaris.

²³⁷ Tijdens de bezetting was binnen het militaire bestuur van België Militärbefehlshaber Von Falkenhausen bevoegd voor de politionele beleidsaspecten, bijgestaan door de Kommandostab van Von Harbou en later Heider. De politionele uitvoering lag bij de Feldgendarmerie en Geheime Feldpolizei, welke ondergeschikt waren aan Von Falkenhausen. Verder moede ook de SS-Sicherheitspolizei-Sicherheitsdienst zich (Teurfs, 1997, p. 5).

Niet alleen beschikte de algemene Kommandostab over een Filmstelle (Teurfs, 1997, p. 55; De Wilde, 1982, p. 40 en 45), ook de Leuvense plaatselijke Kommandanturen, Oberfeldkommandantur 672 en Kreiskommandantur 913, bezaten een Kommandostab (Altenburger, z.d.; Teurfs, 1997, p. 41, 45 en 110).

Verder dachten we aanvankelijk nog een vorm van keuring te onderscheiden. Op de posters van *Le Corbeau* (Clouzot, 1943), *Symphonie eines Lebens* (Bertram, 1943) en *Wenn die Sonne wieder scheint* (Barlog, 1943) vonden we een stempel met opschrift 'Buitengewoon te zegelen. A timbrer à l'extraordinaire. Brussel' (figuur 32). Het leek zo een soort affiche- of filmkeuringstempel van de PAB te Brussel te zijn.²³⁸ Even verder zagen we de stempel echter ook op de affiche van de Amerikaanse film *Every Day's a Holiday* (Sutherland, 1937), welke twee maanden na de Leuvense bevrijding verscheen. Daar deze stempel ook steeds vergezeld ging van een stempel met de vermelding '40 C.' en er op deze affiches geen fiscale zegel voorkwamen, beseften we dat het hier ging om een fiscale stempel met dezelfde functie als de eerder besproken zegel.



31: Duitse keuringstempel - Bron: Bacmeister, 2007, p. 39.;

32: Belgische taksstempel: Wenn die Sonne wieder scheint: 22.12.1943.

²³⁸ We zagen voor Duitsland reeds een censuurstempel, alsook Prädikate of onderscheidingstekens voor films. Het zou dus ook hier kunnen gaan om bijzondere films.

De Publiciteitscentrale, welke al instond voor het licentienummer, stelde vanaf juli 1944 nog een andere taks in, de adverteerderstaks (“Een taks van 1 ½ th. wordt geheven op alle publiciteitsfacturen.”, 1944, p. 11). Hierbij moesten producenten, verhuurders en exploitanten op alle publiciteit taks betalen aan de tussenpersonen.²³⁹ Deze moesten dat dan afdragen aan de centrale.

Ideologische elementen op de filmaffiches

In voorgaande adviezen en verplichtingen werden, hoewel we dit verwachtten, nagenoeg geen ideologische elementen teruggevonden. Dit kan mede verklaard worden door de beperkte aanwezigheid van zware propagandafilms tijdens de bezetting. Hitler vond dat films openlijk propagandistisch moesten zijn. Goebbels geloofde daarentegen dat overdreven propaganda ineffectief was, in tegenstelling tot ‘*Tendenzfilms*’, films waarin sterke nationaalsocialistische tendensen subtiel doorschemerden (Goossens, 1985, p. 13; Welch, 1983, p. 3). Entertainmentfilms konden zo ook propagandistische doelen vervullen. Enerzijds konden ze de harde oorlogsrealiteit verbergen (Van de Vijvere, 1990, p. 60; Welch, 1983, p. 43; Zeman, 1980, p. 26). Anderzijds bevatten ze vaak ook nationaalsocialistische tendensen (Welch, 1983, p. 45). Goebbels liet deze producties relatief vrij (Petley, 1979, p. 1 en 7; Schuursma, 1970a, pp. 948-950; Schuursma, 1970b, p. 804; Welch, 1983, p. 42). Goebbels’ en Hitlers idee over propaganda was zo heel tegengesteld:

People were to be manipulated without being shown the direction in which they were being led (Goossens, 1985, p. 12).²⁴⁰

It makes me sick when I see political propaganda hiding under the guise of art. Let it be either art or politics (Welch, 1983, p. 44).²⁴¹

²³⁹ Uitgevers van reclamebladen of decorateurs van bioscoopgevels werden gezien als publiciteitstussenpersonen.

²⁴⁰ Vrije vertaling: Mensen moesten gemanipuleerd worden zonder dat ze getoond werden in welke richting ze geleid werden.

Toch vond ook Goebbels de openlijke propagandafilms belangrijk, daar ze via verschillende thema's als leiderschap en antisemitisme duidelijk de nationaalsocialistische wereldvisie toonden. Hij achtte ze echter pas effectief, wanneer ze gespreid werden vertoond. Goebbels ontfermde zich net over deze films, alsook de journaals (Van Woerden, 1970, p. 789; Welch, 1983, p. 42). Hij ondersteunde ze met publiciteit en financiële bijstand (Welch, 1983, p. 311). Het gaat hier hoofdzakelijk om openlijke propagandafilms die door de staat werden opgedragen. Tussen 1933 en 1945 waren van de 1097 Duitse langspeelfilms, 96 van dat type. Deze en andere openlijk politiekpropagandistische films, maakten slechts één zesde van al deze films uit (Goossens, 1985, p. 12; Welch, 1983, p. 42). In tabel 9 vindt men het procentuele aandeel van de verschillende soorten Duitse films (Welch, 1983, p. 43). Men ziet dat er meer komedies en dramatische films voorkwamen dan politieke films²⁴² en dat dit aandeel groeide doorheen de oorlog, wellicht om een vlucht te bieden uit de oorlogssituatie (Welch, 1983, p. 312).

Tabel 9: Procentueel aandeel van verschillende filmgenres in nazi-Duitsland - Bron: Welch, 1983, p. 43.

Jaar	Komedies	Dramatische films	Politieke films
1934	55	21	24
1935	50	27	23
1936	46	31	23
1937	38	34	28
1938	49	41	10
1939	42	40	18
1940	52	28	20
1941	40	20	40
1942	36	37	27
1943	62	30	8
1944	53	39	8

²⁴¹ Vrije vertaling: Ik word ziek wanneer ik politieke propaganda zie onder het mom van kunst. Laat het ofwel kunst zijn, ofwel politiek.

²⁴² Enkel in 1941 ziet men het aantal politieke films even pieken.

Goebbels meende toch dat verdoken propaganda effectiever was, daar het niet als propaganda werd ervaren, maar als de werkelijkheid (Leiser, 1974, p. 73; Miroir & Picqué, 1983, p. 45).

Om die reden verbood hij op 26 april 1940 in recensies en reclamecampagnes van *Der ewige Jude* (Hippler, 1940), *Die Rothschilds* (Waschneck, 1940) en *Jud Süß* (Harlan, 1940) te spreken over hun antisemitisch karakter. Men ziet dan ook dat de reclameaffiches van *Jud Süß* (Harlan, 1940) in *Cinema* (bijlage 14) zakelijk spreken over het succes. Het publiek moest geloven dat het een gewone, goede speelfilm betrof, die de Joden toonde zoals ze werkelijk waren, en niet om een propagandafilm (Leeflang, 1990, p. 111; Leiser, 1974, p. 76). Dit kadert weer binnen de informele bestuursprincipes van 'business as usual', 'Ruhe und Ordnung' en 'achter de schermen'. Indien propagandistische elementen zouden vermeld worden, zou de Duitse inmenging in het filmwezen duidelijk zijn, wat het publiek zou opzetten of afschrikken (Leiser, 1974, p. 76). Goebbels informeerde filmmakers in mei 1940 als volgt:

Films in which Jews appear are not to be labelled as anti-Jewish. We want it to be made perfectly clear that such films are not determined by any tendentious considerations, but reflect historical facts as they are (Welch, 1983, p. 283).²⁴³

Ook in België werd wellicht hetzelfde nagestreefd. De PAB wilde dat niets geschreven werd waaruit de antisemitische campagne zou blijken, gezien dit op weinig begrip of zelfs medelijden zou kunnen rekenen (Van de Vijvere, 1990, p. 76). De bezetter wilde de antisemitische maatregelen verbergen (Vande Winkel, 2004b, p. 174). Op basis hiervan verwachten we dus weinig duidelijk propagandistische elementen op de affiche.

Toch schreef men steeds meer vrijwillig op een bitsige toon over de Joden (Van de Vijvere, 1990, p. 59 en 76). Ook in het vakblad *Cinema*, waar noch maatregelen getroffen werden om ideologische affiche-elementen aan te moedigen, noch om ze in te perken, werd de

²⁴³ Vrije vertaling: Films waarin Joden voorkomen mogen niet bestempeld worden als anti-Joods. We willen dat duidelijk wordt gemaakt dat zulke films niet gedetermineerd worden door tendentieuze overwegingen, maar dat ze historische feiten weerspiegelen.

Jood vanzelf als ongewenst (in het filmwezen) omschreven. We citeren enkele filmrecensies en brieven:

[*Uitbuiters (Leinen aus Irland*, Helbig, 1939)] is een sociaal drama, waarin het verwoestend en zelfzuchtig bedrijf van de Joden wordt uitgebeeld (Belier, 1940, p. 6).

Dient er op gewezen dat het cinemabedrijf te Parijs een andere atmosfeer heeft verkregen door de uitschakeling van de Joden? Dezen vallen immers onder toepassing van twee verordeningen van de bezettende overheid van 27 September en van het Jodenstatuut, met het gevolg dat zij zich voortaan onbetuigd laten (“Lettre de Paris”, 1940, p. 60).

Zonder opvallend den nadruk te leggen op de schadelijkheid van de aanwezigheid van Joden in het bestuur van een land, worden hiervan niettemin de groote nadeelen treffend in het licht gesteld [in *Jud Süß* (Harlan, 1940)] (“Jud Süss”, 1941, p. 17).

Wat België betreft, zal elkeen zich nog wel herinneren hoe de Joden traagjes weg, maar zeker, de hand aan het leggen waren zoowel op de exploitatie als op den filmverhuur (“Te Hollywood ... en alhier”, 1941, p. 7).

Naar uit Boedapest wordt gemeld, zijn zeven Joden, die bedrijvig waren in het Hongaarsche cinemawezen, naar een concentratiekamp overgebracht. Het waren personen die in het bedoelde bedrijf een leidende positie bekleedden, waaruit zij zich niet meenden te moeten terugtrekken, zelfs niet na de afkondiging van de wet op de Joden (“Joden geweerd uit het Hongaarsche cinemawezen”, 1941, p. 8).

Hoewel de bezetter dat niet wilde, verscheen er dus toch antisemitische reclame en werd er wel ruchtbaarheid gegeven aan bepaalde antisemitische maatregelen. Zo werd in *Cinema* van 1 en 15 september 1942 ook vermeld dat Joden verboden werden in de cinemazalen en dat het bericht ‘TOEGANG VERBODEN AAN DE JODEN’ aan de zaalingang moest aangebracht worden, wat in Nederland al vanaf januari 1942 het geval was, gezien ze de orde in de cinemazalen verstoorden (Leeflang, 1990, p. 42 en 57; “Toegang

van de joden tot de cinema's", 1942, p. 2; "Toegang van de Joden tot de cinemazalen", 1942, p. 2; Vande Winkel, 2007, p. 74).²⁴⁴

Men vermeldde (in *Cinema*) echter niet dat Joden geen activiteiten meer mochten opnemen in de filmwereld vanaf 31 mei 1940 ("Het antisemitisme in de film tijdens de bezetting", 1945, p. 12; Van de Vijvere, 1990, p. 58; Vande Winkel, 2007, pp. 67-71). Zowel in België²⁴⁵ (Poels, A.-M., 1997, p. 2), als in Duitsland (Welch, 1983, p. 15) en Nederland²⁴⁶ (Leeflang, 1990, p. 46 en pp. 91-95) werden Joden uit het filmwezen geweerd. Toch is het niet zo dat *Cinema* deze maatregelen trachtte te verbergen, daar voorgaande voorbeelden tonen dat ze, net als het Nederlandse blad *Film en Cultuur* (Leeflang, 1990, p. 43), Joden afgespiegelde als slechte elementen in het cinemawezen. Zowel deze vakbladen, als de Nederlandse Filmgildeleider Teunissen (Leeflang, 1990, p. 43 en pp. 67-69), als Hitler en Goebbels, rechtvaardigen deze antisemitische houding ondermeer door het Joodse inpalmen van (hun plaatsen in) de filmindustrie. Het hele filmwezen werd dus, zowel van productie- als receptiekant, 'geariseerd' (Leeflang, 1990, p. 92 en 161). Op basis hiervan verwachten we dus wel propagandistische affiche-elementen.

We verwachten verder om twee redenen (raciale) stereotypes.

Ten eerste werden stereotypes vaak in films gebruikt om de aandacht af te leiden van echte sociale en politieke problemen en om de abstracte nazi-ideologie concreet maakten (Welch, 1983, pp. 303-304). Bolsjewieken en Joden werden zo afgespiegeld als onmenselijke, lelijke, onbetrouwbare figuren in tegenstelling tot de goede, knappe Ariërs (Welch, 1983, pp. 241-248). Verder werden ook de Britten vaak in een negatief daglicht geplaatst (Welch, 1983, pp. 257-270). De (politieke) relatie tussen Duitsland enerzijds en

²⁴⁴ Dat is wat de verordening beweerde.

²⁴⁵ Zo moesten bijvoorbeeld de films, voor de keuring door de PAB, samen met het draaiboek en een lijst van alle medewerkers afgeleverd worden in cinema Américain in Brussel, waarbij men van de medewerkers moest opgeven of ze Joods of Arisch waren.

²⁴⁶ In Nederland moest Peter Zimmer en zijn Filmreferat, dat was toegevoegd aan het Rijkscommissariaat, de 'arisering' van het exploitatiewezen geruisloos doorvoeren.

Rusland en Groot-Britannië anderzijds was echter ambigu. Bovendien kon men het beeld van de Britten niet goed in een duidelijke raciaal-fysieke hoedanigheid gieten. Met de Joden daarentegen had nazi-Duitsland een consistente, fysiek aanwijsbare zondebok, die politiek niets betekenden (Welch, 1983, pp. 244-280). Hitler zou zo tegen Hermann Rauschning, de leider van de nationalisten in Danzig, gezegd hebben dat Joden niet overschat moesten worden als vijand, maar dat het louter nodig was een zichtbare vijand te hebben (Leiser, 1974, p. 73). Om deze reden verwachten we ook meer Joodse stereotypes in de affiches, dan Britse of bolsjewistische stereotypes. Volgens Gillespie en Nelson zou de Belgische poster van *Jud Süß* (Harlan, 1940) een Jood afbeelden met zieke, gele ogen (Gillespie & Nelson, 2007b, p. 98),²⁴⁷ dit in tegenstelling tot onze eerdere bevinding dat deze filmaffiches zeer sober waren (bijlage 14).

Ten tweede komen uit werken van Leiser, Welch en Welsch de films en filmaffiches duidelijk als een onderdeel van een escalerend voorbereidingsproces naar voor. De affiches moesten het publiek voorbereiden op de belangrijke propagandafilms. Gezien de affiche een massa intellectueel beperkte personen moest aanspreken, diende deze eenvoudig en repetitief te zijn. Stereotypes vormden hiervoor een geschikt element (Welch, 1983, p. 307). De antisemitische films moesten het publiek dan weer voorbereiden op de maatregelen tegen de Joden. Samen moesten de affiches en films het publiek dus bewust maken van de gevaarlijke Jood. Uiteindelijk zou men zo de deportatie van Joden naar concentratiekampen, welke op 12 oktober 1939 was begonnen, het verplichte dragen van de Jodenster vanaf 23 november 1940 en andere acties slikken (Leiser, 1974, p. 73; Miroir

²⁴⁷ Deze poster zou hierin de Duitse voorbeeldposters navolgen. Verder toonden ook politieke posters de Joden als onbetrouwbare, dierlijke parasieten (Darman, 2008, p. 58). De politieke posters rond Rusland veranderden daarentegen naargelang de politiek relatie tussen Duitsland en Rusland. Aanvankelijk toonden ze militaire triomfen en heersende Ariërs. Na de nederlaag in Stalingrad veranderde de Duitser op de posters in de Europese verdediger tegen de bolsjewistische barbaren (Darman, 2008, p. 60).

& Picqué, 1983, p. 37). In *Jud Süß* werd, zoals men in figuren 33 en 34 kan zien, het Joodse probleem zo gezet naast de eindoplossing, namelijk de opsluiting en ophanging van een Jood (Welch, 1983, p. 260 en pp. 282-284). Hoewel men dus de deportaties trachtte te verzwijgen, wilde men het volk er toch op voorbereiden (Welsch, 1998, p. 103).



33: Joods probleem in *Jud Süß* - Bron: Connolly, 2010.;

34: Eindoplossing in *Jud Süß* - Bron: Schmid, 2009.

Men ziet dus hoe filmaffiches plots een sterk maatschappelijke relevantie krijgen. Zelfs al toonden ze geen stereotypes, maar lokten ze het publiek via de droge omschrijving van het succes van deze films, dan nog werd men al een stap dichterbij aanvaarding van de ‘eindoplossing’ gebracht.

Op basis van de bevelen, adviezen en beleidsprincipes van de bezetter, alsook Goebbels’ visie op propaganda, verwachten we dus geen propagandistische elementen in de affiches. Op basis van de antisemitische uitingen in de vakbladen, de instrumentele waarde van de film in Duitsland en het belang dat in nazi-Duitsland aan symbolen werd gehecht (Anti-Defamation League, 2005; Tegel, 2007, p. 1), alsook Hitlers visie op propaganda en vijandbeelden, wel.

Op basis van de literatuur hebben we een lijst opgesteld van propagandistische films of films met een propagandistisch doel tijdens de bezetting (bijlage 19). We beseffen echter dat de lijst niet volledig is en dat de films variëren in propagandistische gehalte. We hebben daarom getracht de films te groeperen met een gelijkaardige propagandistische inslag. Het gaat natuurlijk om een subjectieve

groepering, zoals deze ons uit de literatuur voorkomt. We merken op dat van de 74 films uit dit lijstje 30 in de eigen databank voorkomen en dit uit de drie groepen.²⁴⁸ We kunnen dus besluiten dat vele belangrijke propagandafilms gedurende de bezettingsjaren effectief in Leuven vertoond werden.

Wellicht bevat het archief nog propagandistische films. Titels op de affiches wijzen ons alvast in die richting. *Morgenrot* (Sewell & Ucicky, 1933) en *Zwei Welten* (Gründgens, 1940) lijken ons propagandafilms te zijn, daar het om Duitse 'speciale vertoningen' gaat. De laatste werd bovendien twee maal vertoond en kreeg een P.C.-nummer. Verder kan ook een film met titel *Herz ohne Heimat* (Linnekogel, 1940) wel eens een propagandistische film zijn.

Ten slotte worden enkele films meermaals en lang op voorhand aangekondigd, wat doet vermoeden dat het om belangrijke films gaat. Het betreft de Italiaanse film *Angelica* (Choux, 1939) en de Franse films *25 ans de bonheur* (Jayet, 1943), *Annette et la dame blonde* (Dréville, 1942), *Le Pavillon Brûlé* (de Baroncelli, 1941), *Le Premier Rendez-Vous* (Decoin, 1941), *Mam'zelle Bonaparte* (Tourneur, 1942) en *Romance de Paris* (Boyer, 1941). Dat het om belangrijke films kan gaan, wordt bevestigd doordat de vierde filmaffiche een A.F.P.A.-nummer heeft, de zevende een A.F.P.A.-, P.A.- en licentienummer en de vijfde en zesde film tweemaal

²⁴⁸ Het betreft de volgende films: *Bismarck* (Liebeneiner, 1940); *Carl Peters* (Selpin, 1941); *D III 88* (Maisch, 1939); *Der Fuchs von Glenarvon* (Kimmich, 1940); *Der Postmeister* (Ucicky, 1940); *Der Schimmelreiter* (Deppe & Oerte, 1934); *Die goldene Stadt* (Harlan, 1942); *Die große Liebe* (Hansen, 1942); *Friedrich Schiller - Der Triumph eines Genies* (Maisch, 1940); *Heimkehr* (Ucicky, 1941); *Ich klage an* (Liebeneiner, 1941); *Jud Süß* (Harlan, 1940); *Kadetten* (Ritter, 1941); *Kameraden auf See* (Paul, 1938); *Kampfgeschwader Lützow* (Bertram, 1941); *Mein Leben für Irland* (Kimmich, 1941); *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941); *Pour le Mérite* (Ritter, 1938); *Quax der Bruchpilot* (Hoffmann, 1941); *...reitet für Deutschland* (Rabenalt, 1941); *Rembrandt* (Steinhoff, 1942); *Robert und Bertram* (Zerlett, 1939); *S.A.-Mann Brand* (Seitz, 1939); *Spähtrupp Hallgarten* (Fredersdorf, 1941); *U-boote westwärts* (Rittau, 1941); *Verräter* (Ritter, 1936); *Weißer Sklaven* (Anton, 1937); *Wenn die Sonne wieder scheint* (Barlog, 1943); *Wunschkonzert* (von Borsody, 1940). Men vindt ze eveneens cursief terug in bijlage 19.

vertoond werden en telkens produceerd werden door Continental Films en gedistribueerd door UFA en Tobis. Dit doet ons vermoeden dat het eerder om economisch, dan wel propagandistisch belangrijke films gaat.²⁴⁹ Deze affiches bevatten verder ook geen propagandistische elementen.

De meeste van de 30 films hebben we reeds besproken, gezien ze een toelatingsnummer kregen. We bespreken kort de andere films.

De succesfilm film *Weißer Sklaven* (Anton, 1937) zette de Russen in een negatief daglicht. De succesvolle *Der Postmeister* (Ucicky, 1940) toonde daarentegen, wellicht door een tijdelijke wending in de politieke relatie, de Russen op een positieve manier (Leeflang, 1990, p. 84; “Brief uit Berlijn”, 1942, p. 25; Welch, 1983, p. 244). Een jaar later, bij de Russische inval, toonde *Kadetten* (Ritter, 1941) van Karl Ritter weer lelijke, onmenselijke Russen die jonge Pruisische kadetten gevangen namen tijdens de Zevenjarige Oorlog (Gillespie & Nelson, 2007b, p. 96; Leiser, 1974, p. 43; Welch, 1983, p. 250).

In *Pour le Mérite* (Ritter, 1938) toont Karl Ritter hoe een Duitse commandant na de nederlaag van de Eerste Wereldoorlog een nieuwe Duitse luchtmacht tracht op te bouwen en zich verzet tegen de chaotische Weimar-republiek. Deze held moest het geloof in een Duitse militaire wederopstanding versterken. Ritter zou de film uitgetekend hebben naar de wens van zijn vriend Hitler (Leiser, 1974, p. 53; Welch, 1983, p. 188).

De fictieve oorlogsfilm *U-Boote westwärts* (Rittau, 1941) toont hoe een Duitse onderzeeër twee gevechten wint, onder andere één tegen de Britten (Miroir & Picqué, 1983, p. 150; “U-Boote westwärts”, z.d.). Het was één van de meest succesrijke films van UFA in 1941 (Leeflang, 1990, p. 84). Ook ... *reitet für Irland* (Rabenalt, 1941) behoorde tot deze succesvolle groep (Leeflang, 1990, p. 84; Leiser, 1974, p. 62; Petley, 1979, p. 7). Het toonde een Duitse soldaat die tijdens de Eerste Wereldoorlog gewond raakte aan het Poolse front, maar gered werd door zijn paard. Nadat hij terug leerde wandelen, won hij de gouden medaille op een Duits paardenkampioenschap (Gillespie & Nelson, 2007b, p. 112).

²⁴⁹ We zagen reeds dat UFA de Franse films van Alfred Greven en Continental Films distribueerde om de Duitse kas te spijzen.

Slechts vijf van deze propagandistische films, alsook de Italiaanse en Franse en de vermeende propagandistische films, bevatten duidelijk propagandistische elementen op hun affiche. In figuren 35 tot en met 43 worden slechts stukken uit de affiches getoond. De volledige affiches vindt men terug onder bijlage 20.

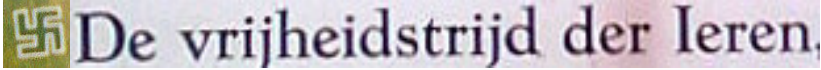
De affiches tonen zo enkele kerens nazisymbolen als de Duitse adelaar, laurierkrans en het hakenkruis (Anti-Defamation League, 2005). Op de affiche van *Mein Leben für Irland* (Kimmich, 1941) kan men lezen dat de film gaat over de ‘vrijheidsstrijd der Ieren’. Een filmaffiche die zijn propagandistische ondertoon expliciet duidelijk maakte, was die van *Menschen im Sturm* (Buch, 1941). We ontdekten pas bij het lezen van de slogan ‘oorlogsfilm, maar geen gewone oorlogsfilm... De actie speelt in Joego-Slavie in 1941’ dat het een propagandafilm betrof. De film toont het geweld van Slovenen tegen de Duitse gemeenschap en rechtvaardigt zo de nazi-inval in Slovenië (The Internet Movie Database, 2010b). Dat het een propagandafilm kan zijn, wordt bevestigd wanneer we zien dat ook deze film een ‘speciale vertoening’ is.

Verder bevatten enkele van de propagandafilms affiches waaruit de kijker zou kunnen afleiden dat de films een propagandistische inslag hebben. De affiches van *Weißer Sklaven* (Anton, 1937), *Kadetten* (Ritter, 1941) en *Kampfgeschwader Lützow* (Bertram, 1941) toonden zo oorlogstaferelen.

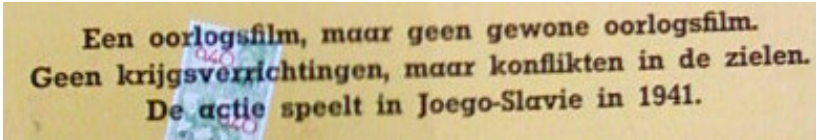


35: U-boote westwärts: 30.12.1942.;

36: Wunschkonzert: 14.04.1943.; 37: Kameraden auf See: 30.06.1943.



38: Stukas: 05.04.1944.; 39: Mein Leben für Irland: 10.08.1944.



40: Menschen im Sturm: 05.06.1943.



41: Weiße Sklaven: 06.08.1941.; 42: Kadetten: 28.10.1942 en 17.06.1942.



43: Kampfgeschwader Lützow: 26.01.1944.

Ten slotte bevatten sommige affiches aanwijzingen dat het om belangwekkende films gaat. De bezetter wilde hiermee wellicht het publiek naar de film lokken.

Bij *Bismarck* (Liebeneiner, 1940), *Carl Peters* (Selpin, 1941), *Der Schimmelreiter* (Deppe & Oerte, 1934), *Heimkehr* (Ucicky, 1941), *Mein Leben für Irland* (Kimmich, 1941), *Menschen im Sturm* (Buch,

1941), *Morgenrot* (Sewell & Ucicky, 1933), *S.A.-Mann Brand* (Seitz, 1939), *Späthrupp Hallgarten* (Federsdorf, 1941) en *Verräter* (Ritter, 1936) spreekt men zo van bijzondere, buitengewone of speciale vertoningen. Bij *Die goldene Stadt* (Harlan, 1942) gaat het om 'De groote kleurenfilm'. Bij *Pour Le Mérite* (Ritter, 1938) om de 'première in België'. *Rembrandt* (Steinhoff, 1942) is dan weer 'Het meesterstuk der Duitse productie'. Bij *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941) maakt men reclame voor de 'ruime schuilkelders naast de zaal', als zou de film wel eens voor oproer kunnen zorgen. Wellicht bezag men het louter een bijkomende troef.

In twee andere films worden dan weer Vlaamsheid gepropageerd. De kaarten voor *Der Schimmelreiter* (Deppe & Oerte, 1934) kan men onder andere kopen bij het 'Vlaamsch Huis' en boekhandel 'Volk en Staat', twee zaken die Vlaams en volks in de oren klinken. *Wenn die Sonne wieder scheint* (Barlog, 1943) is dan weer 'een hymne aan het Vlaamsche boerenras.' Verder werd ook de Nederlandse film, *Morgen gaat 't Beter* (Zelnik, 1939), foutief als Vlaams aangekondigd op de affiche (bijlage 20). Mogelijk wou men hiermee Vlaamsheid propageren of Vlamingen aantrekken.

Affiches leken dus eerder ontworpen om het publiek te lokken dan wel om het propagandistische karakter van films bloot te leggen. De affiche van *Jud Süß* (Harlan, 1940) toont zoals verwacht geen zieke Jood of andere propagandistische elementen, maar is zeer sober. Bij *Robert und Bertram* (Zerlett, 1939) zou men vergeten dat de film antisemitische tendensen bevat, daar men spreekt van 'de avonturen van twee lustige zonnekloppers. Een feest van lach en leute.' Ook via de kleurrijke affiche van *Quax der Bruchpilot* (Hoffmann, 1941) wilde men kennelijk enkel publiek lokken. Bij de tweede, louter tekstuele affiche van deze film spreekt men dan ook van een 'verlengenis tot 28 januari 1943 ... van den lachfilm'. De affiches van *Jud Süß* (Harlan, 1940) en *Quax der Bruchpilot* (Hoffmann, 1941) vindt men in bijlage 20.

Zelfs al bevatten de affiches propagandistische uitingen, dan nog kan het gaan om anti-Duitse reclame. De posters ziet men in figuren 44 tot en met 48, alsook in bijlage 20.

De vooroorlogse affiche voor de Amerikaanse film *Brumes* bevatte zo ook een adelaar met hakenkruis. Men mag niet vergeten dat de nationaalsocialisten al in de jaren '30 aan de macht waren in Duitsland en dat dit wellicht niet in alle landen werd toegejuicht.

De affiche van *La grande solution*, welke enkele maanden voor de oorlog verscheen, bevatte zo ook een Duitse adelaar en laurierkrans, maar sprak tegelijkertijd van 'Le film interdit en Allemagne et en Italie. Le film que tout le monde doit voir. Le film don ton parle.'

We vermoeden dat ook de naoorlogse *Hitler en Mussolini* en *Les Aveux d'un Espion Nazi* antinazistische films zijn, hoewel de affiches een hakenkruis bevatten. De laatste affiche vermeldt zo ook 'De formidabelste film van 't jaar. De Gestapo tegen de G'Men.'

Bij de Italiaanse film *Ses deux Sergents* zouden de adelaars en laurierkransen wel eens pro-Duitse reclame kunnen zijn. Toch mogen we niet vergeten dat Hitler vele van zijn symbolen, zoals de swastika, de groet en de adelaar, heeft ontleend uit vroegere culturen, onder andere het Romeinse rijk (Barton, 2007; Swyrich Corporation, 2010). Mogelijk refereren ze ook hier naar het Romeinse Rijk.



44: *Brumes*: 10.05.1938.; 45: *La grande solution*: 13.02.1940.;
46: *Hitler en Mussolini*: 15.02.1945.



47: *Les Aveux d'un Espion Nazi*: 14.11.1945.;
48: *Ses deux Sergents*: 28.04.1938.

Verder dachten we nog enkele nazisymbolen ontdekt te hebben. Hierop kwamen we echter snel terug. Men vindt de illustraties in figuren 49 tot en met 63, alsook in bijlage 20.

In de affiches van *I Was a Spy* (Saville, 1933), *Son Altesse Impériale* (Janson, 1933) en *The Road Back* (Whale, 1937), welke voor de

oorlog verschenen, herkenden we zo het ijzeren kruis dat de nazi's vaak gebruikten als hoge onderscheiding om soldaten te eren. Daar het teken echter een ver verleden²⁵⁰ kent, kunnen, maar hoeven deze affiches geen nazistische propaganda te vormen. We vermoeden dat de twee Amerikaanse films zeker propaganda vormen. De Duits-Franse film van Janson werd echter geproduceerd in 1933, het jaar van de machtsovername door Hitler, en verscheen zowel in 1934 als in 1939 op de affiche. Hier zou het dus wel eens om Duitse propaganda kunnen gaan.

Verder meenden we bij *Gueule d'Amour* (Gremillon, 1937), welke twee jaar voor de oorlog verscheen, en *Liebelei und Liebe* (Rabenalt, 1938), welke in 1942 en 1944 verscheen, een Jodenster op de affiche te herkennen. Bij de eerste film kwam deze voor op een soldatenhoed. Bij de tweede achter de namen van twee acteurs. Mogelijk betrof het twee Joodse acteurs, die men ook in de affichewereld wilde brandmerken. Daar de affichesterren slechts vijf hoeken bevatten in plaats van zes, zoals de Jodenster, en de twee acteurs ook in propagandafilms zoals *Der große König* (Harlan, 1942) acteerden, beseffen we dat deze interpretatie weinig plausibel is. Wellicht wilde de tweede affiche net aangeven dat het om twee steracteurs ging, dit om het publiek te lokken.

We meenden ook het kenteken van de Schutzstaffel van Heinrich Himmler te herkennen. Hoewel sommige lettertypes er sterk op leken, Vanderheyden het gebruikte voor zijn film *Een Engel van een Man* (Vanderheyden, 1939) en het meermaals verscheen op de affiches van Duitse films, menen we toch dat het om toeval gaat. Vooreerst tonen de illustraties dat het lettertype soms ook werd gebruikt bij één S, waardoor de band met SS wegvalt. Bovendien gebruikte men het binnen één poster soms wel en soms niet. Verder kregen ook Franse films als *Monsieur Personne* (Limur, 1935) en *Cupidon au*

²⁵⁰ Het ijzeren kruis werd geïntroduceerd door de Pruisische koning Frederic Willem III op 10 maart 1813. Soldaten die meevochten in de bevrijdingsoorlog tegen Napoleon konden zulk een ereteken verkrijgen. Bij nieuwe veldslagen werd dit ereteken telkens lichtjes aangepast. In de Frans-Duitse oorlog paste William I het aan, in de Eerste Wereldoorlog de Duitse keizer Willem II en in de Tweede Wereldoorlog uiteindelijk ook Hitler (Harris, z.d.; Bach & Uhde, 2005).

Pensionnat (Jaque, 1936) dit lettertype en verscheen het al voor de bezetting op de affiches van verschillende landen.

Ten slotte meenden we aanvankelijk dat er tijdens de oorlog op de filmaffiches veel mannen in uniform vereerd werden, maar merkten dat dit ook voor de oorlog al zo was.

Globaal genomen bevatten de affiches dus zeer weinig pro-nazistische propaganda-uitingen. Hoewel filmaffiches ingeschakeld konden worden voor ideologische verspreiding, verkoos de bezetter, wellicht volgens het principe van 'Ruhe und Ordnung', om het publiek niet af te schrikken en dus neutrale affiches uit te hangen die een groot publiek zouden kunnen lokken. Bij een groter publiek konden de propagandistische en economische doelen van de film immers beter verwezenlijkt worden.

Dat net als voor en na de oorlog de liefde, een goed verkopend onderwerp, een centraal thema vormde op vele filmaffiches, past binnen deze denkwijze (Haralovich, 1984, p. 24). Een terugkerende compositie is de *medium close-up* van een man en een vrouw die lieflijk in elkaars aanwezigheid zijn.²⁵¹ Door enkel de hoofden te tonen van de karakters of de karakters los te koppelen van een context, creëert men een echte publiekstrekker, namelijk de narratieve, ruimtelijke instabiliteit. Het publiek zou die instabiliteit willen oplossen via de film. Het enige stabiele vormt dan ook het liefdesthema dat zowel in de film als in de poster terugkeert (Haralovich, 1984, p. 41 en 48). Een goed voorbeeld van zulk een typische compositie vormt *Amore Imperiale* (Wolkoff, 1941), welke Jan Vanderheyden in België distribueerde in een in het Duits nagesynchroniseerde versie (bijlage 16).

²⁵¹ Vaak staat de man hierbij iets hoger dan de vrouw, kijken beiden elkaar lieflijk aan, staan ze wang tegen wang of leggen ze het achterhoofd in de hals of op de borst van de ander.



49: Bron: Bach & Uhde, 2005.; 50: I Was a Spy: 10.04.1934.;
 51: Son Altesse Impériale: 25.10.1939.; 52: The Road Back: 20.04.1938.



53: Bron: Het Laatste Nieuws, 2008.; 54: Gueule d'amour: 27.04.1938.;
 55: Liebelei und Liebe: 27.05.1942 en 25.03.1944.



56: Bron: Florida Department of Corrections, z.d.;
 57: Een Engel van een Man: 05.03.1940.; 58: Der grüne Kaiser: 12.11.1941.



59: Ich verweigere die Aussage : 31.03.1943.; 60: Frau Sixta: 14.07.1943.



61: Monsieur Personne: 07.05.1941.;
 62: Cupidon Au Pensionnat: 24.03.1938.



63: Forfaiture: 17.02.1938.

3.2.3. Besluit: Adviezen en verplichtingen

De kentekens Lic., P.C., P.A., A.F.P.A., alsook verschillende aanwijzingen in *Cinema*, het Duitse keuringssysteem en het verdwijnen van ongewenste personen op de affiche tonen dat de filmaffiches wel degelijk door de bezetter aan een onderzoek onderworpen werden. Dit gebeurde echter ‘achter de schermen’ van de vakorganisaties, *Cinema* en de centrales.

In het begin van de oorlog werden de verschillende takken relatief vrij gelaten op reclamevlak. De invloed manifesteerde zich in vorm van tips, adviezen, goede en slechte voorbeelden die veelal gecommuniceerd werden via *Cinema*. In deze adviezen blijft de bezetter sterk achter de schermen. De vakorganisaties konden relatief ongedwongen advies geven. De adviezen en voorbeelden waren zo geregeld onrechtlijnig en werden ook niet altijd gevolgd. Desalniettemin was de invloed van de bezetter, zij het onbedoeld, aanwezig. De adviezen bevatten zo reclamewaarden die in Duitsland de censuurcriteria uitmaakten, zoals de goede smaak, essentie, eenvoud en eerlijkheid. In beide landen werden reclamemakers ook aangespoord een evenwicht na te streven tussen het publicitair oogmerk en de goede smaak, wat terug te brengen valt op het door de bezetter nagestreefde dubbel doel van films. De affiches moesten dus verkopen, maar ook passen binnen het waardesysteem van het nieuwe regime. Amerikaanse reclame vol overdrijving en sensatie werd zo gesteld als antivoorbeeld. Samenwerking in een corporatieve geest om de effectiviteit en efficiëntie van het cinemawezen en de reclame te verhogen, werd dan weer aangemoedigd. De drie takken moesten zich gezamenlijk publicitair inspannen. De algemene boodschap die uit de adviezen naar voor kwam, was dat reclame doorheen de oorlog belangrijker werd. In het ‘oorlogsblad’ *Cinema* werd dan ook meer aandacht besteed aan reclame dan in de voor- en naoorlogse vakbladen *Weekblad cinema* en *La cinégraphie belge*.²⁵²

²⁵² We mogen echter niet besluiten dat voor en na de oorlog de noodzaak van reclame niet werd ingezien. Enkele citaten illustreren dit. De vrije vertalingen worden achter de originele citaten geplaatst.

Een toenemende regulering van de reclame viel dan ook te ontwaren doorheen de oorlog. Een belangrijke stimulans voor de verordende productionele veranderingen tijdens de oorlog was de papierschaarste. Hieruit kwamen vele, soms verregaande, bevelen voort. Op enkele momenten²⁵³ werd de papieren publiciteit zelfs verboden. Reclame was dus belangrijk, maar niet prioritair. Vele van de verrichtingen waren ook eerder reclamebeperkend dan reclamestimulerend.²⁵⁴

Men reguleerde verder niet zozeer de esthetische affiche-inhoud, maar veeleer productionele aspecten. De regulering was dus eerder technisch, dan wel inhoudelijk of ideologisch van aard. Ook dit valt terug te brengen op het dubbele doel van film en filmreclame voor de

Daarom hechten wij zooveel waarde aan dit eerste onvoorwaardelijk met succes bekroond initiatief [van de publiciteit van *Marie-Antoinette*], gezien het een sprekende les daarstelt voor het algemeen van de Belgische exploitanten. (...) Wij zijn overtuigd dat deze korte uiteenzetting de aandacht zal trekken van al degenen die het overwegend belang van de publiciteit kennen ("Marie-Antoinette", 1939, p. 9).

Hoe zal de wereld weten, wat gij hebt aan te bieden, als gij het haar niet zegt? (...) De laatste uitspraak doelde op het maken van reclame en is als het ware ons bedrijf om het lijf gegoten, want reclame is voor het filmbedrijf een groote factor, waarvan toch nog niet ieder voldoende doordrongen is (Carnegie, 1940, p. 22).

Er moet meer publiciteit voor de cinema in het algemeen gemaakt worden, want niettegenstaande wij in verhouding het grootste aantal cinema's ter wereld bezitten, is het aantal bezoekers lang niet in verhouding daarvan. (Guily, 1944, p. 16).

Pour lui [le cinéma], la publicité est aussi indispensable que la lumière à la plante (...) La publicité est synonyme de progrès et de richesse et, à ce titre, elle mérite le respect (Widy, 1944, p. 7). Voor de cinema is publiciteit zo onmisbaar als het licht voor de plant (...) De publiciteit staat synoniem voor vooruitgang en rijkheid en verdient daarom respect.

²⁵³ We spreken over de verordeningen van eind november 1942 en begin augustus 1944.

²⁵⁴ Dit lijkt contradictorisch met de eerdere bevinding dat de bezetter reclame belangrijk achtte, maar net het inzien van het belang van reclame leidde tot een sterkere regulering.

bezetter. Filmaffiches moesten eerder een groot publiek aantrekken en België zo economisch inschakelen voor Duitse belangen, dan wel België ideologisch dichter bij Duitsland brengen. Het economische doel primeerde op het propagandistische. Er verschenen dan ook weinig propagandistische elementen op de affiche.²⁵⁵ De bezetter wilde het publiek lokken met mooie, maar neutrale posters en haar niet weghouden door propagandistische posters te gebruiken. Zo kon eveneens de invloed van de bezetter verborgen blijven en de ‘rust en vrede’ behouden worden. De bezetter beseftte bovendien dat bij een groot publiek filmpropaganda mogelijk een groter effect had.²⁵⁶

De enige verordeningen waaruit mogelijk een ideologische inslag blijkt, zijn deze omtrent de affichetitels. Het was ook het enige reclameaspect waarrond zowel in Duitsland als in België merkbaar verplichtingen werden opgesteld.²⁵⁷ Een tweede ideologische aspect vormt het verwijderen van ongewenste personen van de affiches.²⁵⁸

De bezetter trachtte verder de filmreclame te centraliseren en reorganiseren onder een ‘eenheid van bestuur’. Niet alleen werden de industrietakken in adviezen opgeroepen om samen te werken, ze werden er ook toe gedwongen in verordeningen. In eenzelfde lijn werd de oneerlijke concurrentie die voor de oorlog het cinemawezen zo sterk fragmenteerde via verschillende regels tegengaan.²⁵⁹

De exploitant, die voor de oorlog vaak oneerlijk concureerde, werd zo doorheen de oorlog steeds meer in zijn reclamevrijheid beperkt via verordeningen, dit ten voordele van de distributeur. Waar de distributeur uit de adviezen slechts een reclamebondgenoot leek,

²⁵⁵ Men mag wel niet vergeten dat de afficheontwerpers vaak hun verbeelding moesten gebruiken, daar ze de films in kwestie niet bekeken hadden. Dit kan het achterwege blijven van propagandistische elementen op de affiches van propagandafilms dan ook helpen verklaren.

²⁵⁶ Het gebruiken van neutrale posters had zo voornamelijk een economisch doel, maar ook een propagandistisch doel.

²⁵⁷ Dit in tegenstelling tot vele andere aspecten die in België louter werden geadviseerd.

²⁵⁸ Hieromtrent werden echter geen verordeningen terug gevonden. Het werd echter wel opgetekend in de literatuur en de Leuvense affichedecollectie.

²⁵⁹ Ook in Duitsland werden de reclameorganisaties ingeschakeld om tact ten opzichte van de concurrentie na te streven en oneerlijke concurrentie uit te schakelen (Hempfling, 2004, p. 3).

werd ze doorheen de verrichtingen een hoofdverantwoordelijke. Men schakelde de verhuurder steeds meer in als enige gerechtigde om filmreclame te maken, te verhuren en te verkopen. Hiermee wilde men het reclamebedrijf centraliseren, alsook de handel op de zwarte markt tegengaan. Verder kreeg ook de drukker een belangrijke rol in de reclame. De producent werd daarentegen weinig verantwoordelijk gehouden voor de filmreclame. Hij was immers louter de eerste schakel in het reclameproces.

Tal van andere soorten reclame werden gereguleerd om de oneerlijke concurrentie te verhinderen. We denken hierbij aan de reclame rond de dubbele programma's en de zaalverwarming, en deze via dia's en microfoons.²⁶⁰ In eenzelfde lijn werden de prioriteitsregels ingevoerd.

In al deze verordeningen wordt de invloed van de bezetter weer niet expliciet getoond, maar is ze sterk voelbaar achter de façade van de vakorganisaties. De belangrijkste regulerende instanties zouden echter niet de vakorganisaties worden. Het zijn voornamelijk de Papiercentrale en de Publiciteitscentrale, alsook andere mogelijke keuringorganen, die de sterkste regels²⁶¹ oplegden. Dat de vakorganisaties vaak pas achteraf hun hand trachtten te leggen op deze verordeningen, toont dat deze buiten hun invloed om werden opgelegd. De bezetter had dus een tweede reeks instanties ter beschikking om achter de schermen invloed uit te oefenen. Mogelijk ging het hier om een bewuste strategie vanwege de bezetter, waarbij de strenge, onpopulaire maatregelen door de centrales werden uitgevaardigd en de lichtere verordeningen door de vakorganisaties. Op die manier kon de bezetter de vakorganisaties vrijwaren van onpopulaire maatregelen.²⁶² Via de licentienummers van de

²⁶⁰ Dit waren allen reclametypes waarmee een exploitant een oneerlijk voordeel kon behalen op zijn concurrenten.

²⁶¹ Het gaat om de verordeningen omtrent de papierschaarste en de licentienummers.

²⁶² Indien de vakorganisaties deze onpopulaire maatregelen zouden opleggen, dan zou de navolging door de leden afnemen. Dat zou de autoriteit van de vakorganisaties, en zo ook van de bezetter die 'achter de schermen' van deze organisaties opereerde, schaden.

Publiciteitscentrale werd zo bijvoorbeeld getracht de reclame, naar Duits voorbeeld, aan een striktere controle te onderwerpen.

Het is ten slotte belangrijk het onderscheid te maken tussen effectieve invloed en de poging tot invloed, namelijk het beïnvloeden. Bij de adviezen was er zo sprake van invloed van het Duitse systeem op het Belgische systeem, hoewel beïnvloeding als dusdanig afwezig lijkt. Bij de verordeningen was er sprake van beïnvloeding achter de schermen, maar was de invloed op de reclame relatief beperkt. Bepaalde elementen werden immers gereguleerd, licentienummers opgelegd en straffen uitgedeeld, maar men kon gemakkelijk aan de beïnvloeding ontsnappen. Bevelen werden zo niet altijd gevolgd.

Algemeen besluit

Via de uitgebreide studie van vooroorlogse, naoorlogse en oorlogsvakbladen, van de kronieken van het (Belgische) filmwezen en van de literatuur omtrent de (Belgische) filmaffiche en filmreclame, de Duitse bezetting en het gebruik van film door de nationaalsocialisten, alsook via de analyse van Leuvense filmaffiches, werd een antwoord gezocht op volgende onderzoeksvraag: ‘Welke invloed ging er uit van de Duitse bezetting in België tijdens de Tweede Wereldoorlog op de Belgische filmaffiche?’

In essentie kunnen we de vraag beantwoorden door te concluderen dat er (1) wel degelijk sprake was van invloed van de Duitse bezetter, dat deze invloed (2) gemaskeerd werd en dat er eerder sprake was van (3) een technische en productionele, dan wel van ideologische, en inhoudelijke invloed.

(1) De bezetter beseftte goed het belang van film en filmreclame in de bezette landen. Ze konden ingeschakeld worden om de landen in kwestie ideologisch dichter bij Duitsland te brengen, maar ook om ze financieel in dienst te stellen van Duitsland. Berustend op dit dubbel doel, herstructureerde de bezetter volgens enkele bestuursprincipes²⁶³ het eigen Duitsland en de bezette landen op algemeen bestuurlijk niveau en in het filmwezen.

In het Belgische filmwereld combineerde de bezetter deze principes door de bestaande vakorganisaties in functie te houden en te verplichten nauwer samen te werken. Na enkele jaren vond bij hun samenvoeging onder één orgaan, de Filmgilde, een echte ‘eenmaking van bestuur’ plaats. De bezetter wist via deze organisaties, alsook via hun ‘democratisch verkozen’, meegaande leiders, op een verdoken manier invloed uit te oefenen. Verordeningen werden uitgevaardigd, vakmensen, leden en verenigingen werden ontslagen en straffen

²⁶³ De bezetter voorzag zo ‘hiërarchische organisaties’ die ‘gecentraliseerd’ werden onder één leiderstop. Verder werd in de bezette gebieden getracht om de plaatselijke structuren te behouden. Zo kon er ‘achter de schermen’ invloed uitgeoefend worden, werd ‘onrust vermeden’ en moesten er slechts een ‘minimum aan Duitse krachten’ ingeschakeld worden aan de top. Ten slotte werkte de bezetter via ‘vakmensen’ die kennis van zaken hadden.

werden uitgedeeld, als waren het de daden van vakorganisaties zelf, schijnbare externe organisaties als de centrales of van het Ministerie van Economische Zaken. In feite fungeerden al deze organisaties echter als een middel van de bezetter, de MV en de PAB om te komen tot een grotere efficiëntie in het filmwezen, opdat deze economisch en propagandistisch kon ingezet worden voor het Duitse belang. De invloed was dus een feit. Net als op bestuurlijk niveau fungeerde de bezetter als toezichhoudende instantie die de plaatselijke administratie bijstuurde waar nodig. De bezetter werkte in België dan ook het meest verdoken.²⁶⁴ Dat de structurering van het cinemawezen werd verwelkomd,²⁶⁵ droeg hier toe bij. De herstructurering leek zo, ondanks de verplichting zich als betrokkene aan te sluiten bij een bepaalde organisatie, van binnen uit te komen. Hoewel de daden van de bezetter en collaborateurs werden afgekeurd, zag de Belgische filmwereld ook na de oorlog de efficiëntie in van een goed gestructureerde en vertegenwoordigde filmindustrie.

(2) Op filmreclamevlak overheerste voornamelijk het ‘achter de schermen’-principe, alsook de ‘business as usual’ en het ‘minimum aan Duitse krachten’. De bezetter liet het zo na om, ondanks de principes van ‘vakkundig inzicht’ en ‘eenheid van bestuur’, binnen het filmwezen de filmreclame te herstructureren. De reclame bleef, net als voor de oorlog, een gegeven dat verankerd werd in elk van de drie filmtakken. Er kwam in tegenstelling tot bij de andere industrietakken noch een verandering in de bevoegdheden, noch een aparte tak. Het reclameproces bleef ‘a loose yet cohesive organization’ (Haralovich, 1984, pp. 14-24), niet omdat hij filmreclame niet belangrijk vond, maar wellicht omdat hij tevreden was met de mate waarin en manier waarop vooroorlogse bevoegden reclame voerden. Om de drie bevoegde filmtakken toch te kunnen

²⁶⁴ In Nederland en Duitsland werkte men ook achter de schermen van (plaatselijke) organisaties, maar deze werden wel nieuw ingesteld. De herstructurering was hierdoor duidelijker het werk van de bezetter. Toch werd via een kamersysteem getracht de invloed van de nationaalsocialisten aan het publieke oog te onttrekken.

²⁶⁵ Dit verklaart eveneens de meegaande houding van filmbetrokkenen in België, Nederland en Duitsland.

beïnvloeden op vlak van de filmreclame, werden de vakorganisaties opgedragen bepaalde verordeningen en adviezen te publiceren in het vakblad met wettelijke allures, *Cinema*. Zo werden niet zozeer de basisarbeiders in het reclameproces beïnvloed, welke wellicht weinig rechtstreekse invloed ondervonden, maar wel de producent, distributeur en exploitant. Verder bleven ook de politieel bevoegden een rol spelen in de filmreclame en kon via hen mogelijk invloed uitgeoefend worden. Omdat er structureel dus weinig veranderde, was de invloed van de bezetter goed gemaskeerd. Ondanks het ontbreken van een filmreclametak, was er toch sprake van gestructureerde invloed, maar dan buiten de specificiteit van het filmwezen om. Alle adverteerders moesten zich, in Duitsland al vroeger dan in België, aansluiten bij een reclame-instantie, via welke de bezetter wederom verdoken invloed kon uitoefenen op de filmreclame,²⁶⁶ maar waar ook de principes van ‘vakkundig inzicht’ en ‘eenheid van bestuur’ konden worden doorgevoerd, zij het buiten het filmwezen om. Zowel de vakorganisaties, als de algemene, schijnbaar onafhankelijke centrales, konden de invloed van de bezetter dus verbergen. Via de door de vakorganisaties gepubliceerde verordeningen en adviezen kon de bezetter ‘achter de schermen’ invloed hebben op de filmaffiche en het reclameproces, via de Papiercentrale op de filmaffiche en via een reclame-instantie kon de bezetter, net als in eigen land, algemene reclameprincipes opleggen.

Aanvankelijk situeerde de invloed op de filmreclame zich zeer sterk ‘achter de schermen’. De vakorganisaties adviseerden hun leden zo reclame te voeren en publiceerden ‘do’s and don’ts’. Hoewel niet altijd even rechtlijnig, bevatten ze toch vaak waarden die ook in nazi-Duitsland werden nagestreefd. Doorheen de oorlog werd de invloed steeds duidelijker, hoewel nog steeds achter de façade van de vakorganisaties of de centrales. Er verschenen steeds meer verordeningen die de filmreclame en het reclameproces streng reguleerden. De reclame werd zo steeds meer gecentraliseerd. Waar in de adviezen alle industrietakken werden aangemoedigd reclame te voeren, werd de exploitant via de verrichtingen beperkt in zijn

²⁶⁶ De instantie streefde zo eerlijkheid na in de reclame, zowel in de inhoud, als op prijsniveau, als in de concurrentie.

publiciteitsactiviteiten en kreeg de distributeur het alleenrecht op de filmaffiche. Op deze verdoken manier wist de bezetter toch verandering te brengen in de reclamebevoegdheden. De verrichtingen moesten eveneens de oneerlijke concurrentie en oneerlijke reclameprijzen tegen gaan, wat ook de reclameraad en reclamevakorganisatie in Duitsland nastreefden. De bezetter kwam zo tot een efficiënte reclamemachine.

De papierschaarste bood de bezetter een andere mogelijkheid om 'achter de schermen' een aanzienlijk invloed²⁶⁷ uit te oefenen, namelijk via de Papiercentrale, die eveneens buiten de specificiteit van het filmwezen om opereerde.

Verder werd opgemerkt hoe de twee centrales, buiten de vakorganisaties om, met de strengste reguleringen naar buiten kwamen, wat wellicht een bewuste strategie van de bezetter vormde. Op die manier bleef het blazoen van de vakorganisaties smetvrij.

(3) Over de invloed van de bezetter valt meer te achterhalen dan enkel en alleen haar verdoken voorkomen. Uit het merendeel van de verordeningen en de affiches bleek de filmaffiche, net als de film, eerder als economisch middel dan wel als ideologisch middel te worden ingeschakeld door de bezetter. De verordeningen waren vaak zeer technisch van aard, gericht op productionele aspecten, zoals het afficheformaat, de reclameprocedure, enzovoort. De verordeningen legden zelden inhoudelijke of esthetische eisen op. Slechts enkele keren vonden we in de affiches of de verordeningen een ideologische ondertoon. Toch was er mogelijk een sterkere ideologische invloed, daar hypothesen omtrent drie mogelijk propagandistische elementen niet sterk gemaakt konden worden. Het betreft hier de mogelijke keuringskentekens, namelijk P.A., A.F.P.A. en FILMEX, die op de filmaffiches werden opgemerkt. In de - al schaarse - literatuur werd hierover niets vermeld. Mogelijk hebben we hiermee een nieuwe vorm van invloed blootgelegd. Toch mogen we hiertoe niet besluiten. We moeten dan ook besluiten dat de aanvankelijke verwachting een sterk immorele, ideologische invloed te bespeuren, niet werd ingelost.

²⁶⁷ De invloed van de bezetter ging hierin zeer ver. Zo werd de filmaffiche zelfs een tijd lang verboden.

Er werden veel moreel correcte waarden als eerlijkheid, goede smaak, essentie en eenvoud in reclame en een eerlijke branche, alsook moreel neutrale verordeningen om papierschaarste tegen te gaan, teruggevonden, maar slechts weinig immorele invloeds pogingen. Ook al wilde de bezetter een groot publiek voor zijn mogelijk propagandistische of winstgevende films, dan nog hechtte hij in de verordeningen meer belang aan waarden als eerlijke concurrentie. We mogen wel niet vergeten dat de bezetter in eigen land had opgedragen ideologische elementen op affiches achterwege te laten, opdat de films als werkelijkheid en niet als propaganda zouden gepercipieerd worden. Bovendien blijft filmreclame onlosmakelijk verbonden met de films in kwestie. Het verbod op de productie, distributie en vertoning van bepaalde films kan zich zo enkel tonen in de afwezigheid van die films op de affiche. Ten slotte werd ook aangehaald dat deze moreel correcte of neutrale waarden mogelijk fungeerden als schijnwaarden.

(1) We wensen de lezer er verder aan te herinneren dat vaak, ondanks pogingen tot beïnvloeding, effectieve invloed afwezig bleef. Vele verordeningen kregen zo amper gehoor, waardoor de tuchtraden van de verschillende organisaties drukke dagen kenden.²⁶⁸ Mogelijk werden net veel overtredingen begaan, omdat men de dreigende kracht van de bezetter niet aanwezig voelde.²⁶⁹ Anderzijds waren er ook vormen van invloed zonder dat er pogingen tot beïnvloeding waren.²⁷⁰ Er was dus sprake van beïnvloeding en invloed.

Als we kijken naar de filmreclame als cultureel gegeven, moeten we besluiten dat de doelstellingen van de Duitse Kulturabteilung werden bereikt, wat nogmaals bevestigt dat de bezetter invloed had.

Ten eerste kon de bezetter, ondanks de afwezigheid van een sterke reorganisatie op reclamevlak, gemakkelijk controle uitoefenen en ongewenste elementen verwijderen. Bovendien werd de filmreclame

²⁶⁸ Natuurlijk kan het optreden van de tuchtraden ook geïnterpreteerd worden als een bewijs dat er net wel invloed van de bezetter uitging. Desalniettemin werd in *Cinema* vaak vermeld hoe verscheidene regels 'jammer genoeg' niet werden gerespecteerd.

²⁶⁹ Dit omdat de bezetter 'achter de schermen' opereerde.

²⁷⁰ We vermeldden reeds de Duitse waarden in de verschillende adviezen.

verankerd binnen de herstructurering van de gehele filmindustrie, werden alle reclamemakers gecentraliseerd in één instantie en vond er stilaan, zij het verdoken, een verandering in bevoegdheden plaats. Ten tweede wist de bezetter zowel op reclamevlak, als op vlak van filmbezoek, waarin de reclame een rol speelde, een normaal cultureel leven herin te stellen. Er scheen een 'business as usual' te heersen en de Belgische bevolking bleef massaal naar de bioscoop gaan.

Ten derde wist de bezetter de culturele contacten met Duitsland te versterken. Het filmwezen werd sterk geënt op het Duitse systeem en in *Cinema* werd Duitsland, ook op filmreclamevlak, vaak als voorbeeld gesteld. Verder wist de filmaffiche het publiek te lokken naar de Duitse film. Wel werd aangegeven dat de Belgische bevolking ideologisch niet dichter bij Duitsland kwam te staan. Het filmwezen was alleszins wel meegaand in het Duitse verhaal.

Ten slotte kon op reclamevlak de Franse invloed geweerd worden. Het Frans werd in de reclame steeds meer benadeeld. Er werden, om economische redenen, wel nog Franse films aangeboden.

In huidig startproject werd getracht een eerste licht te schijnen op een in de wetenschap onontgonnen onderzoeksterrein. Gelijkaardig onderzoek in andere Belgische steden, alsook in andere, destijds bezette landen, kan hiertoe bijdragen. Om eerder besproken redenen is het gebruik van een gecombineerde methodologie, zoals in voorliggend onderzoek, aangeraden, waarbij zowel de literatuur als de data de kans krijgen te spreken. Mogelijk bieden ook andere onderzoeksmethoden en onderzoeksobjecten inzicht in dit domein.

In huidig onderzoek gaven de bevoegde vakbladen een helder beeld. Buitenlands onderzoek kan dat beeld via eenzelfde onderzoeksobject vervolledigen. Hoewel deze vakbladen verordeningen bevatten, gaat het hier nog steeds om secundaire bronnen. Men kan zo nog dieper graven. Primaire verordeningen van de bezetter omtrent het filmwezen, zoals het *Verordnungsblatt des Militärbefehlhabers in Belgien und Nordfrankreich für die besetzten Gebiete Belgiens und Nordfrankreichs*, vormen mogelijk een rijke bron van informatie. We menen dat op dit vlak vooral onderzoek in Duitsland een gunstige bijdrage kan leveren.

De invloed kan mogelijk ook duidelijker naar voor komen via onderzoek bij of naar de bevoegde instanties, zoals de

Militärverwaltung, Propaganda-Abteilung Belgien, de Gruppe Film, de Reclamecentrale, de Papiercentrale of de instanties achter de mogelijke keuringsnummers. In eenzelfde lijn kunnen ook politiereglementen onderzocht worden en kunnen ook drukkerijen, afficheontwerpers, exploitanten, distributeurs, producenten of zelfs leden van de vakorganisaties, die destijds actief waren, bestudeerd worden. Hier moet echter opgemerkt worden dat er zich vaak bijkomende problemen zullen voordoen. Het einde van de Tweede Wereldoorlog ligt zo reeds 65 jaar achter ons. Bovendien blijft deze periode een zwarte pagina in de geschiedenisboeken die betrokkenen haastig omsloegen. Verder zit de verdoken invloed ook vaak goed verborgen in het schaarse en vaak buitenlandse onderzoeksmateriaal.

Deze relevante onderzoekspaden konden wegens tijds- en plaatsgebrek in huidig onderzoek niet ingeslagen worden. Toch heeft het onderzoek volbracht wat het vooropstelde te volbrengen. Een in de wetenschap onontgonnen onderzoeksdomein en relevante invloeden werden belicht, om ook komend wetenschappelijk onderzoek op weg te helpen. Huidig onderzoek toonde aan hoe de bezetter naast de filmproductie, film distributie en filmexploitatie ook de filmreclame beïnvloedde om tot een filmwezen te komen dat ingeschakeld kon worden voor de Duitse belangen.

Bibliografische lijst

- Actueel vraagstukken: Vernieuwde vormen van de publiciteit (1942). *Cinema*, 2(26), p. 1.
- Agir vite, c'est agir deux fois (1945). *La cinégraphie belge*, 11(373), p. 1.
- À la Chambre Syndicale de la Cinématographie. À l'unanimité M. Marcel Coppens est élevé à la présidence (1939). *La cinégraphie belge*, 6(316), p. 1.
- Altenburger, A. (z.d.). *Kommandant des rückwärtigen Armeegebiets 672 Oberfeldkommandantur 672*. [03.2010, <http://www.lexikon-der-wehrmacht.de/Gliederungen/Kommandantur/GliederungOFK.htm>].
- Anink, B., & van Yperen, P. (2005). *Pionier van het Nederlandse filmaffiche: Dolly Rudeman 1902-1980*. Laren: VK Projects.
- Anti-Defamation League (2005). *Graphic symbols: A visual database of extremist symbols, logos and tattoos*. [03.2010, Anti-Defamation League: http://www.adl.org/hate_symbols/default_graphics.asp].
- Appel à la bonne volonté des tous: M. Ridelle, Président de l'A.D.T.C.B., nous parle (1944). *La cinégraphie belge*, 11(346), p. 1.
- Assemblée générale extraordinaire de la Chambre Syndicale Belge de la Cinématographie (1944) *La cinégraphie belge*, 11(351), p. 6.
- Bach, M., & Uhde, P.E. (02.12.2005). *The iron cross*. [03.2010, Federal Ministry of Defence: http://www.bmvg.de/portal/a/bmvg/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLt4w39XEFSUGYjvqRaGJGpuYIsaDUPH1vfV-P_NxU_QD9gtzQiHJHR0UAj--PAw!!/delta/base64xml/L2dJQSEvUUt3QS80SVVFLzZfOV8yRzc!?yw_contentURL=/C1256F1200608B1B/N264WR33239MMISEN/content.jsp].
- Bacmeister, A. (2007). Film advertising – from a censor's point of view. In *Film posters of the Third Reich* (pp. 38-39). GN Productions: Los Angeles.
- Barton, L. (20.06.2007). *Is the eagle a Nazi symbol?* [03.2010, The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/money/2007/jun/20/business.secondworldwar>].
- Bedrijfsgroepering "Filmproductie", groep "Filmdistributie" en groep "Theaters" (1943). *Cinema*, 3(23), p. 2.
- Belgische Syndikale Kamer van Filmverhuurders, & Vereniging der Kinemabestuurders van België (1942). *Cinema jaarboek*. Brussel.

- Belier, M. (1940). Een blik op de Duitse productie: Uit Berlijn, München en Weenen bereiken ons ...: In het teeken van Ufa. *Cinema*, 2(1), p. 1.
- Bevindo, B. (2008). *De filmactiviteiten van Henri Storck in de tweede wereldoorlog*. [07.02.2010, Studie- en documentatiecentrum Oorlog en hedendaagse Maatschappij: http://www.cegesoma.be/cms/pdf.php?page_art=208&article=691&pagobr=70&pagofs=56].
- Bevindo, B. (04.02.2009). *Filmen tot elke prijs? Henri Storck, film en oorlog*. [06.05.2010, Studie- en documentatiecentrum Oorlog en hedendaagse Maatschappij: http://www.cegesoma.be/cms/proj_clotures_nl.php].
- Beyen, M. (2003). Wetenschap, politiek, nationaal-socialisme: De cultuurpolitiek van het Duits militair bezettingsbestuur in België, 1940-1944. *Bijdragen tot de eigentijdse geschiedenis*, (11), z.p. [07.02.2010, Studie- en documentatiecentrum Oorlog en hedendaagse Maatschappij: http://www.cegesoma.be/docs/media/chtp_beg/chtp_11/003_dossier_beyen_chtp11.pdf].
- Bezinning (1944). *Weekblad cinema*, 23(5), p. 1.
- Bij de nieuwe besluitwet betreffende 's lands economie: De cinemacorporatie op nieuwe wegen (1944). *Weekblad cinema*, 23(8), p. 1.
- Bij wijze van inleiding (1940). *Cinema*, 1(1), p. 3.
- Bijzondere exploitatievoorwaarden die de toepassing van de prijzen der plaatsen regelen (1942). *Cinema*, 2(15), p. 5.
- Biltreyst, D. (2007). De disciplineren van een medium: Filmvertoningen tijdens het interbellum. In D. Biltreyst, & P. Meers (Reds.), *De verlichte stad: Een geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 45-61). Lannoo Campus: Leuven.
- Biltreyst, D., & Meers, P. (2007). Bioscopen, filmcultuur en publiek: Een inleiding. In D. Biltreyst, & P. Meers (Reds.), *De verlichte stad: Een geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 1-19). Lannoo Campus: Leuven.
- Bolen, F. (1955). Honderdvijftig jaar film in België (van ... 1790 tot 1940). In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 13-24). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Bolen, F. (1995). Algemene inleiding. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 127-129). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Borsboom, E. (1995). Conclusion. In E. Borsboom (Red.), *Historical appendix of the European cinema yearbook*. z.u. [07.02.2010,

- Media Salles:
<http://www.mediasalles.it/ybkcent/ybk95con.htm#eng>].
- Brief uit Berlijn (1941). *Cinema*, 1(22), p. 16.
- Brief uit Berlijn (1942). *Cinema*, 2(4), p. 25.
- Brief uit Berlijn (1943). *Cinema*, 3(4), p. 25.
- Brief uit Berlijn (1944). *Cinema*, 3(17), p. 8.
- Brief uit Holland (1942). *Cinema*, 2(22), p. 22.
- Brigade Piron* (2009). [03.2010, <http://www.bevrijding-5linie.org/historiek/brigpiron.htm>].
- Bruinsma, E. (z.d.). *Jules Bonnemine van Valère Depauw en het boekbedrijf in Vlaanderen*. [03.2010, Louis Paul Boon-documentatiecentrum: <http://www.lpbooncentrum.be/manteau/b Bruinsm.html>].
- Carnegie. (1940). *Weekblad cinema*, 20(7), p. 22.
- Carte de membre (1945). *La cinégraphie belge*, 11(362), p. 4.
- Choko, S. (1989). *La cote de l'affiche de cinéma : 6000 cotes, 2200 photos*. Parijs: Les éditions de l'amateur.
- Choko, S. (1995a). *100 ans d'affiches de cinéma: Description et cote de 20.000 affiches*. Parijs: Les éditions de l'amateur.
- Choko, S. (1995b). *Affiches de cinéma : Trésors de la bibliothèque nationale de France, 1896-1960*. Parijs : Les éditions de l'amateur.
- Cinq heures dans la dissidence (1944) *La cinégraphie belge*, 11(352), p. 6.
- Concorde désirable (1939). *La cinégraphie belge*, 6(291), p. 1.
- Connolly, K. (25.02.2010). Jud Süss: The Nazis' inglorious blockbuster: A new film about the making of Joseph Goebbels's 1940 attempt to outdo Hollywood is itself attracting controversy. *The Guardian*, z.p. [03.2010, Guardian News and Media: <http://www.guardian.co.uk/film/2010/feb/25/jud-suss-film-without-conscience>].
- Convents, G. (1980). Duitse bezettingsstrategie en bioskopen in Leuven, 1914-1918. *De Brabantse Folklore*, (227-228), pp. 364-373.
- Convents, G. (2004). Film en de Eerste Wereldoorlog in België. In W. Magiels, & R. De Hert (Reds.), *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (pp. 20-21). Facet: Antwerpen.
- Convents, G. (2005). *Film en de Duitse inval en bezetting in België 1914-1918. Of op welke wijze de overheid film als machtsinstrument ontwikkelde*. Brussel: Algemeen Rijksarchief.
- Convents, G. (2007). Ontstaan en vroege ontwikkeling van het Vlaamse bioscoopwezen (1905/1908-1914). In D. Biltreyest, & P. Meers (Reds.), *De verlichte stad: Een geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 23-43). Lannoo Campus: Leuven.

- Darman, P. (2008). *Posters of World War II : Allied and axis propaganda: 1939-1945*. Londen: Brown Reference Group.
- De begrafenisplechtigheden van den Heer L. Moors: Voorzitter der Belgische Syndikale Kamer voor Cinematographie (1939). *Weekblad cinema*, 19(27), p. 9.
- De buitengewone algemeene vergadering van de “Syndikale Kamer” (1944). *Weekblad cinema*, 23(7), p. 1.
- De Ceulener, M. (1940). Goede smaak bij de bewerking van het publiek: Voor een verstandig gebruik van een machtig wapen: De publiciteit. *Cinema*, 1(2), pp. 9-10.
- De “commercieele” film (1943). *Cinema*, 3(3), p. 14.
- De corporatieve gedachte: Hoe onze voorzitters hun taak opvatten (1942). *Cinema*, 3 (16), p. 1.
- De “D” Day der Belgische cinemanijverheid (1945). *Weekblad cinema*, 24(9), p. 1.
- De Europeesche film: Kan het oude vasteland in zijn behoeften voorzien? (1944). *Cinema*, 3(23), p. 1.
- De gemengde Scheids- en Verzoeningsraad (1942). *Cinema*, 2(5), p. 1.
- De heer Marcel Coppens met algemeene stemmen tot voorzitter gekozen (1939). *Weekblad cinema*, 19(43), p. 4.
- De Hert, R., & Meuldermans, T. (2004). Inleiding tot de magie van de cinema. In W. Magiels, & R. De Hert (Reds.), *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (pp. 8-9). Facet: Antwerpen.
- De Hert, R., & Stallaerts, R. (1995). *Binnenkort in deze zaal: Kroniek van de Belgische filmaffiche*. Gent: Ludion.
- De hervorming van de bioscoopexploitatie: Een verordening van de militaire overheid (1941). *Cinema*, 1(24), p. 1.
- den Hertog, F., & van Sluijs, E. (1995). *Onderzoek in organisaties: Een methodologische reisgids*. Assen: Van Gorcum & Comp B.V.
- De nieuwe organisatie van het Belgisch cinemabedrijf (1940a). *Cinema*, 1(1), p. 1.
- Depovere, R. (1995). Staatszorg. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 71-73). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- De productie te Brussel en te Antwerpen: 25 jaar filmbedrijvigheid: Het jubileum van Jan Vanderheyden (1941). *Cinema*, 1(10), p. 1.
- De programma's voor de Paasch- en Pinkstermaandagen (1942). *Cinema*, 2(9), p. 9.
- de Ridder, F. (1995). 100 years of cinema exhibition in Belgium – a historical profile. In E. Borsboom (Red.), *Historical appendix of the European cinema yearbook*. z.u. [07.02.2010, Media Salles: http://www.mediasalles.it/ybkcent/ybk95_b.htm#eng].

- Deroisy, L. (1995). Faits et possibilités. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 45-48). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- De Syndicale Kamer heeft vergaderd: Ontslag van den heer Coppens: Het dubbele programma aangenomen, evenals het principieel tot samenwerking met de V.K.B.B. (1945). *Weekblad cinema*, 24(29), p. 1.
- Deutsches Filmmuseum & Hauptverband Deutscher Filmtheater (1995). 100 years of cinema exhibition in Germany - a historical profile. In E. Borsboom (Red.), *Historical appendix of the European cinema yearbook*. z.u. [07.02.2010, Media Salles: http://www.mediasalles.it/ybkcent/ybk95_d.htm#eng].
- De verordening op den arbeidsplicht in Duitsland: Een advies van de bezettende overheid (1943). *Cinema*, 3(7), p. 4.
- De Vlaamsche film: Verleden – evolutie – toekomst: Het tijdperk van Jan Vanderheyden: De cinemaloopbaan van den Vlaamschen producer (1939). *Weekblad cinema*, 19(12), p. 18.
- De Vlaamsche filmbeweging: Een historische dag: De Jan Vanderheydenstudios geopend (1939). *Weekblad cinema*, 19(19), p. 11.
- De voorraad aan programma's voor de komende maanden (1943). *Cinema*, 3(16), p. 1.
- De Vos, L. (2004). *De Bevrijding, een wedren: 2-12 september 1944*. Leuven: Davidsfonds. [03.2010, Belgische Defensie: <http://www.mil.be/def/doc/viewdoc.asp?LAN=nl&FILE=&ID=1711>].
- De Wilde, M. (1982). De Nieuwe Orde. In *België in de Tweede Wereldoorlog* (Vol. 3, pp. 1-128). Antwerpen/Amsterdam: De Nederlandsche Boekhandel.
- Distributieplan voor de nieuwe productie (1942a). *Cinema*, 2(16), p. 10.
- Distributieplan voor de nieuwe productie (1942b). *Cinema*, 2(22), p. 15.
- Distributieplan voor de nieuwe productie (1943). *Cinema*, 3(19), p. 7.
- Echo's en nieuwtjes (1942). *Cinema*, 2(3), p. 8.
- Echo's en nieuwtjes (1943). *Cinema*, 3(2), p. 1.
- Echo's en nieuwtjes: Een gelukkig initiatief (1942). *Cinema*, 2(5), p. 2.
- Echo's en nieuwtjes: Ons nieuw formaat (1943). *Cinema*, 3(1), p. 21.
- Een nieuwe toekomst tegemoet (1944). *Weekblad cinema*, 23(1), p. 5.
- Een slecht voorbeeld (1943). *Cinema*, 3(23), p. 1.
- Een slecht voorbeeld: Antwoord op antwoorden (1944). *Cinema*, 3(2), p. 1.
- Een steeds actuele kwestie. Om een film te doen inslaan (1943). *Cinema*, 3(11), p. 1.

- Een taks van 1 ½ th. wordt geheven op alle publiciteitsfacturen (1943). *Cinema*, 3(14), p. 11.
- Eerste contactneming tusschen de V.K.B.B. en de S.K.: Een superhoofdbestuur? (1945). *Weekblad cinema*, 24(28), p. 1.
- Entre nous (1944). *La cinégraphie belge*, 11(353), p. 1.
- Entre nous... : Pour prendre congé : Au Président démissionnaire de la Chambre Syndicale Belge du Cinéma (1945) *La cinégraphie belge*, 11(408), p. 8.
- Emile Van Tuykom (1943). *Cinema*, 3(20), p. 1.
- Erauw, W. (2003). De relatie tussen cultuur en politiek tegen de achtergrond van de Duitse natievorming: Een inleiding. *Bijdragen tot de eigentijdse geschiedenis*, (11), z.p. [07.02.2010, Studie- en documentatiecentrum Oorlog en hedendaagse Maatschappij: http://www.cegesoma.be/docs/media/chtp_beg/chtp_11/001_dossier_erauw_chtp11.pdf].
- Everaerts, J.-P. (2000). *Film in België: een permanente revolte: Inleiding tot de geschiedenis en Actualiteit van de filmproductie, -distributie & -exploitatie in België. Documentaire, speelfilm & animatiefilm: Een verhaal van romantici & cynici, opportunisten & idealisten, provocateurs & grappenmakers, koppigaards, collectieven en productie-ateliers*. Brussel: Mediadoc.
- Faire le point (1945) *La cinégraphie belge*, 11(391), p. 1.
- Fenneker, J. (2007). Film posters. In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 35-36). GN Productions: Los Angeles.
- Filmgilde: Verordening tot de benoeming van de leden van den Tuchtraad van het Filmgilde (1944). *Cinema*, 3(5), p. 2.
- Filmgilde: Gemengde Verzoenings- en Scheidsraad (1944). *Cinema*, 3(7), p. 1.
- Florida Department of Corrections (z.d.). *Racial supremacy and neo-Nazi groups: Identifiers/symbols*. [03.2010, Florida Department of Corrections: <http://www.dc.state.fl.us/pub/gangs/racial2.html>].
- Fritzen, F. (2006). *Gesünder leben: Die Lebensreformbewegung im 20. Jahrhundert*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Fuifpunt (z.d.). *Promotie*. [03.2010, Steunpunt Jeugd: fuifpunt.be/organisator/promotie].
- Gazet van Antwerpen (2009). *De heer Jozef Arthur Albert Van Liempt*. [04.2010, Concentra & Corelio: <http://www.inmemoriam.be/nl/2007-06-29/jozef-arthur-albert-van-liempt/>].
- Gewoonte als vijand (1942). *Cinema*, 2(14), p. 1.

- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007a). In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 1-33). GN Productions: Los Angeles.
- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007b). In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film Posters of the Third Reich* (pp. 90-134). GN Productions: Los Angeles.
- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007c). Are art and advertising contradictory? In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 45-52). GN Productions: Los Angeles.
- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007d). Bismarck. In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 73-74). GN Productions: Los Angeles.
- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007e). German film poster law 1935. In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (p. 84). GN Productions: Los Angeles.
- Gillespie, W., & Nelson, J. (2007f). Ohm Krüger. In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 76-77). GN Productions: Los Angeles.
- Goossens, B. (1985). *De kroniek van de Belgische filmstudio's: 1912-1950* [Licentiaatsthesis]. Brussel: R.I.T.C.S.
- Grace, M.L. (31.07.2009). *The Nazi German film version of the Titanic*. [03.2010, Cruise Line History: <http://www.cruiselinehistory.com/?p=2743>].
- Groep Filmtheaters: Aankondiging van het bijprogramma (1944). *Cinema*, 3(3), p. 10.
- Guily, E. (1944). Mr. Guily vertelt. *Weekblad cinema*, 23(2), p. 16.
- Guily, E. (1945a). Onderzoek betreffende de cinema in België en de naoorlogsche vooruitzichten. *Weekblad cinema*, 24(3), p. 4.
- Guily, E. (1945b). Onderzoek betreffende de cinema in België en de naoorlogsche vooruitzichten. *Weekblad cinema*, 24(4), p. 5.
- Guily, E. (1945c). Onderzoek betreffende de cinema in België en de naoorlogsche vooruitzichten. *Weekblad cinema*, 24(8), p. 11.
- Haralovich, M.B. (1984). *Motion picture advertising: Industrial and social forces and effects, 1930-1948* [Doctoraatsthesis]. Wisconsin: University Microfilms.
- Hardouin, S. (1941a). Om het publiek aan te lokken: Hoe verzorgt men zijn publiciteit? Raadgevingen van een Cinemabestuurder aan zijn Collega's. *Cinema*, 1(19), p. 5.
- Hardouin, S. (1941b). Om het publiek te lokken: Groot belang dient gehecht aan de ordelijkheid en aan het comfort in de bioscooptheaters. *Cinema*, 1(23), p. 2.

- Hardouin, S. (1942a). Bezuiniging bij de exploitatie. *Cinema*, 2(14), p. 10.
- Hardouin, S. (1942b). Het filmschouwspel: Vingerwijzingen in verband met de inrichting. *Cinema*, 2(6), p. 2.
- Harris, T. (z.d.). *History of the iron cross*. [03.2010, Digger History: http://www.diggerhistory.info/pages-medals/iron_cross.htm].
- Hempfling, A. (2004). *Organisationsstruktur und Regulierungspolitik der Zeitschriftenwerbung im Dritten Reich* [Licentiaatsthesis]. München: Ludwig-Maximilians-Universität. [03.2010, GRIN Verlag: <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/69222.html>].
- Hervormingen in het Deutsche cinemabedrijf (1942). *Cinema*, 2(8), pp. 19-20.
- Het antisemitisme in de film tijdens de bezetting (1945). *Weekblad cinema*, 24(26), p. 12.”, 1945, p. 12.
- Het congres van de Internationale Filmkamer te Berlijn (1941). *Cinema*, 1(3), p. 2.
- Het corporatief jaarboek (1941). *Cinema*, 1(17), p. 20.
- Het corporatief leven (1940a). *Cinema*, 1(1), p. 47.
- Het corporatief leven (1940b). *Cinema*, 1(2), p. 16.
- Het corporatief leven (1941a). *Cinema*, 1(4), p. 11.
- Het corporatief leven (1941b). *Cinema*, 1(5), p. 9.
- Het corporatief leven (1941c). *Cinema*, 1(8), p. 8.
- Het corporatief leven (1941d). *Cinema*, 1(11), p. 8.
- Het corporatief leven (1941e). *Cinema*, 1(13), p. 5.
- Het corporatief leven (1941f). *Cinema*, 1(15), p. 4.
- Het corporatief leven (1941g). *Cinema*, 1(23), p. 6.
- Het corporatief leven (1941h). *Cinema*, 1(24), p. 5.
- Het corporatief leven (1941i). *Cinema*, 1(25), p. 7.
- Het corporatief leven (1942). *Cinema*, 2(4), pp. 6-10.
- Het corporatief leven (1943). *Cinema*, 3(22), p. 7.
- Het corporatief leven (1944a). *Cinema*, 3(4), p. 1.
- Het corporatief leven (1944b). *Cinema*, 3(17), p. 2.
- Het corporatief leven: Groep Filmtheaters (1944). *Cinema*, 3(12), p. 2.
- Het drukken der programma's (1942). *Cinema*, 2(6), p. 14.
- Het drukken van aanplakbiljetten, affichettes, programma's en strooibiljetten (1942). *Cinema*, 2(8), p. 9.
- Het drukken van strooibiljetten, prospectussen en affichettes (1942). *Cinema*, 2(4), p. 4.
- Het Filmgilde (1943). *Cinema*, 3(15), p. 1.
- Het hoekje van den bioskoopeigenaar: De gevelprijskamp ter gelegenheid van het Ufa-Jubileum (1943). *Cinema*, 3(6), p. 5.

- Het Laatste Nieuws. (11.01.2008). *Jodenster tegen rookverbod in Duitsland*. [03.2010, De Persgroep:
<http://www.hln.be/hln/nl/960/Buitenland/article/detail/130601/2008/01/11/Jodenster-tegen-rookverbod-in-Duitsland.dhtml>].
- Het nieuwe ontwerp der ingangsprijzen te Antwerpen (1939). *Weekblad cinema*, 19(33), p. 1.
- Het vraagstuk van de bevoorrading in aanplakbiljetten en “affichettes” (1942). *Cinema*, 2(15), p. 27.
- Hirt, G. (25.11.2009). *Neueste geschichte*. [03.2010, Humboldt Universität:
http://www.edoc.hu-berlin.de/histlit/2009-2/HTML/NEG_2009-2.php].
- Historische figuren in Duitse films (1942). *Cinema*, 2(4), p. 3.
- Hoe een film ontstaat (1939). *Weekblad cinema*, 19(3), p. 1.
- Hoeyberghs, J. (2004). Jan Vanderheyden en Edith Kiel leerden de Vlamingen met zichzelf lachen. In W. Magiels, & R. De Hert (Reds.), *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (pp. 41-44). Facet: Antwerpen.
- Holscher, E. (2007). The artistic film poster. In W. Gillespie, & J. Nelson (Reds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 40-42). GN Productions: Los Angeles.
- Hr. Marcel Coppens voorzitter der Syndikale Kamer staat ons te woord (1944). *Weekblad cinema*, 23(1), p. 1.
- Ieder filmverhuurder en cinemabestuurder moet met ingang van 11 Juli 1943 in het bezit zijn van een adverteerdersvergunning (1943). *Cinema*, 3(9), p. 9.
- In de Rozenstraat: De V.K.B.B speelt met open kaart: Hr Ridelle verstrekt uitleg (1945). *Weekblad cinema*, 24(23), p. 1.
- Index van de officiële berichten verschenen in “Cinema” van 1 juni tot 30 november 1941 (1942). *Cinema*, 2(4), p. 10.
- In het land, elders in de wereld (1941a). *Cinema*, 1(16), p. 19.
- In het land, elders in de wereld (1941b). *Cinema*, 1(18), p. 15.
- In het land, elders in de wereld (1941c). *Cinema*, 1(22), p. 16.
- In het land, elders in de wereld (1942a). *Cinema*, 2(4), p. 25.
- In het land, elders in de wereld (1942b). *Cinema*, 2(6), p. 17.
- Internet Movie Database (2010a). *Biography for Herbert Selpin*. [03.2010, Internet Movie Database:
<http://www.imdb.com/name/nm0783509/bio>].
- Internet Movie Database (2010b). *Menschen im Sturm (1941)*. [03.2010, Internet Movie Database: <http://www.imdb.com/title/tt0033904/>].
- Inventaris van het archief Victor Leemans 1901-1971* (2004). [03.2010, Kadoc: <http://www.kadoc.kuleuven.be/db/inv/418.pdf>].

- Jacquemyns, H. (1980). Een bezet land. In *België in de Tweede Wereldoorlog* (Vol. 2, pp. 1-112). Antwerpen/Amsterdam: De Nederlandsche Boekhandel.
- Joden geweed uit het Hongaarsche cinemawezen (1941). *Cinema*, 1(2), p. 8.
- Johnston, R. (30.07.2008). *The beautiful and damned actress Lída Baarová*. [03.2010, Český rozhlas: <http://www.radio.cz/en/article/106681>].
- Jud Süss (1941). *Cinema*, 1(3), p. 17.
- Katholieke Universiteit Leuven (2010). *Validiteit en betrouwbaarheid*. [03.2010, Faculteit Psychologie en Pedagogische Wetenschappen: <http://ppw.kuleuven.be/FL/validiteit.htm>].
- Kerstmis – en Nieuwjaarsprogramma's (1942). *Cinema*, 2(23), p. 5.
- King, E. (2003). *A century of movie posters: From silent to art house*. New York: Hauppauge.
- Kreimeier, K. (1999). The Ufa story: A history of Germany's greatest film company, 1918-1945*. London: University of California Press.
- Künzler, R. (1938). *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938*. Berlijn: Max Hesses.
- Kwiet, K. (1970). De werkzaamheden van de 'Kulturkammer': Reichskultur. In A.H. Paape (Red.), *Bericht van de Tweede Wereldoorlog: Kultur en Cultuur* (pp. 927-929). Haarlem: Spaarnestad.
- Laat ons de filmdocumenten redden (1941). *Cinema*, 1(8), p. 2.
- Laatste berichten: Een verstrekkend akkoord (1945). *Weekblad cinema*, 24(5), p. 8.
- Lakaff, M. (1941). In het land, elders in de wereld. *Cinema*, 1(13), p. 16.
- Lakaff, M. (1943). Brief uit Berlijn. *Cinema*, 3(13), p. 18.
- La onzième heure (1945) *La cinégraphie belge*, 11(379), p. 1.
- Le congrès national de l'exploitation cinématographique a été un très gros succès (1940). *La cinégraphie belge*, 7(337), p. 6.
- Leefflang, T. (1990). *De bioscoop in de oorlog*. Amsterdam: De Arbeiderspers.
- Leiser, E., & Mander, G. (1974). *Nazi cinema*. Londen: Sercker and Warburg.
- L'entr'aide professionnelle dans la corporation cinématographique (1940). *La cinégraphie belge*, 7(336), p. 1.
- Les producteurs belges s'organisent (1940). *La cinégraphie belge*, 7(337), p. 7.
- Lettre de Paris (1940). *Cinema*, 1(1), p. 60.
- Lidkaart V.K.B.B. (1945). *Weekblad cinema*, 24(6), p. 2.
- Lucas, R., & Scheerlinck, K. (1995). Affichekunst. *Openbaar Kunstbezit in Vlaanderen*, 33(3), pp. 1-127.
- Marie-Antoinette (1939). *Weekblad cinema*, 19(11), p. 9.

- Men hoede zich voor vooroordelen (1943). *Cinema*, 3(24), p. 1.
- Meuldermans, T. (2004). Bert De Leeuw en de verloren calyco-kunst. In W. Magiels, & R. De Hert (Reds.), *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (p. 83). Facet: Antwerpen.
- Miroir, A., & Picqué, C. (1983). *Oorlog en propaganda of wapens voor de opinie*. Brussel: Snoeck-Ducaju.
- Morback, K. (1941). In het land, elders in de wereld. *Cinema*, 1(8), p. 17.
- Mr. Ridelle stond ons te woord (1944). *Weekblad cinema*, 23(2), p. 1.
- Naar aanleiding van “Een slecht voorbeeld”: Vaststelling van de verantwoordelijkheden (1944). *Cinema*, 3(3), p. 1.
- Nieuwe besluitwetten: Op bezoek in de wetstraat: Het ministerie van Landsverdediging en de Cinema-industrie (1944). *Weekblad cinema*, 23(9), p. 1.
- Nieuwjaarsbriefje: De uitslagen van 1941 waarborgen die van 1942 (1942). *Cinema*, 2(3), p. 1.
- Nourmand, T., & Marsch, G. (2002). *Film posters of the 40s: The essential movies of the decade: From the reel poster gallery collection*. Londen: Aurum Press.
- Op de leestafel (1941). *Cinema*, 1(17), p. 16.
- Openbare berichten of mededeelingen door microfoon of diapositief (1942). *Cinema*, 2(14), p. 2.
- Oppelt, U. (2002). Film und Propaganda im Ersten Weltkrieg: Propaganda und Medienrealität im Aktualitäten- und Dokumentarfilm. In *Beiträge zur Kommunikationsgeschichte* (Vol. 10, pp. 1-408). Stuttgart: Franz Steiner.
- Oprichting van het Filmgilde (1943). *Cinema*, 3(15), p. 3.
- Ou allons nous? (1945). *La cinégraphie belge*, 11(364), p. 1.
- Over de succesfilm: Vooroordelen mogen ons niet langer leiden (1941). *Cinema*, 1(22), p. 1.
- Pas op! Lees uw beroepsorgaan (1944). *Cinema*, 3(15), p. 2.
- Petley, J. (1979). *Capital and culture: German cinema 1933-45*. Londen: British Film Institute.
- Pfennig, B. (1938). *Jahrbuch der Reichsfilmkammer 1938*. Berlijn: Max Hesses.
- Poels, A. (1995). La distribution. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 31-34). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Poels, A.-M. (1997). *Achter het zilveren scherm: Het cinemabeleid in België tijdens de bezetting van 1940-1944* [Licentiaatsthesis]. Gent: Universiteit Gent.

- Problemen die geen problemen zijn: De Fransche film in Vlaamsch België: Tweektalige affichetten – degelijke ondertitels (1945). *Weekblad cinema*, 23(10), p. 7.
- Publiciteit (1941). *Cinema*, 1(17), p. 1.
- Publiciteit (1942). *Cinema*, 2(4), p. 6.
- Publiciteit in de cinemazalen (1942). *Cinema*, 2(21), p. 2.
- Publiciteitstarief (1942). *Cinema*, 2(7), p. 7.
- Reconstruire, M. Marcel Coppens, Président de la Chambre Syndicale de la Cinématographie Belge nous parle (1944). *La cinégraphie belge*, 11(345), p. 1.
- Regeling van de bioscoopexploitatie.(1942). *Cinema*, 2(15), p. 5.
- Reglement betreffende het organiseeren van speciale filmvoorstellingen, van toepassing met ingang van 15 juli 1944 (1944). *Cinema*, 3(13), p. 1.
- Rhodes, A. (1976). *Propaganda: The art of persuasion: World War II: An allied and axis visual record, 1933-1945*. Londen: Angus and Robertson Publishers.
- Roest, J.G. (26.11.1941). De Nederlandsche Kultuurkamer. *De Rijnbode*, pp. 1-2. [07.02.2010, Groene Hart Archieven: <http://www.groenehartarchieven.nl/kranten/rijnbode/1941-11-26>].
- Salavetz, J., Drate, S., Sarowitz, S., & Kehr, D. (2008). *Art of the modern movie poster: International postwar style and design*. San Francisco: Chronicle Books.
- Samenstelling van de programma's (1940a). *Cinema*, 1(1), p. 47.
- Scheerlinck, K. (1991). *Papieren herauten: Culturele affiches te Antwerpen (1880-1914) in kunsthistorisch perspectief*. Antwerpen: Stad Antwerpen.
- Schmid, H. (01.06.2009). *Der Führer ist sehr eingekommen*. [03.2010, Heise Zeitschriften: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/30/30407/1.html>].
- Schug, A., & Sack, H. (2004). *Moments of consistency. Eine Geschichte der Werbung*. Berlijn: Dorland. [03.2010, transcript Verlag: http://www.transcript-verlag.de/ts173/ts173_1.pdf].
- Schuursma, R.L. (1970a). Kultur en Cultuur: De film in het derde rijk: Goebbels in de bioscoop. In A.H. Paape (Red.), *Bericht van de Tweede Wereldoorlog: Kultur en Cultuur* (pp. 947-951). Haarlem: Spaarnestad.
- Schuursma, R.L. (1970b). Met microfoon en camera: Radio en film in het derde rijk. In A.H. Paape (Red.), *Bericht van de Tweede Wereldoorlog: De strijd om de geest* (pp. 797-805). Haarlem: Spaarnestad.

- Sojcher, F. (1999). *La kermesse héroïque du cinéma belge: Des documentaires et des farces : 1896-1965*. Parijs: L'Harmattan.
- Stad Leuven (06.05.2010). *Ligging en bereikbaarheid*. [03.2010, Stad Leuven, <http://www.leuven.be/vrije-tijd/toerisme/ligging-en-bereikbaarheid/>].
- Stadsarchief Leuven (28.04.2010). *Afficheboeken*. Leuven: Stadsarchief.
- Stadsarchief Leuven (2010). *Filmaffiches*. Leuven: Stadsarchief.
- Statistiek betreffende het cinemabezoek in ons land: Hoogere cijfers dan het gemiddelde van voor den oorlog (1942). *Cinema*, 2(3), p. 19.
- Storck, H. (1995). De productie. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 35-40). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Storck, H. (1995). Onze uitrusting. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 41-43). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Stuivers, W. (1995). De bescherming van Belgische film op juridisch gebied. In J.A. Robberechts (Red.), *De film in België* (pp. 133-139). Vlaams economisch verbond: Antwerpen.
- Sur mon écran: Abondance de biens! (1940). *La cinégraphie belge*, 7(327), p. 2.
- Sur mon écran. Au travail (1944). *La cinégraphie belge*, 11(352), p. 1.
- Sur mon écran. Discipline (1944). *La cinégraphie belge*, 11(348), p. 1.
- Sur mon écran. Renouveau (1944). *La cinégraphie belge*, 11(351), p. 1.
- Swyrich Corporation (2010). *Symbolism: Eagle*. [03.2010, Swyrich Corporation: http://www.houseofnames.com/xq/asp/keyword.eagle/qx/symbolism_details.htm].
- Tegel, S. (2007). *Nazis and the cinema*. Londen/New York: Hambledon Continuum.
- Te Hollywood ... en alhier (1941). *Cinema*, 1(13), p. 7.
- ten Have, P. (06.1999). *Analyseprocedures*. [03.2010, <http://www2.fmg.uva.nl/emca/AP.htm>].
- Teurfs, P. (1997). *Het Duits militair bestuur tijdens de Tweede Wereldoorlog in België en Noord-Frankrijk: Een beschrijving en analyse van de structuur en de bevoegdheden vanuit militair-organisatorisch oogpunt* [Licentiaatsthesis]. Gent: Universiteit Gent.
- Thomas, E., & Servais, J. (z.d.). *Le code du timbre expliqués par les travaux préparatoires*. [03.2010, Internet Archive : <http://www.archive.org/stream/lecode dutimbre00thomgoog/>].
- Thomas, P. (1995). *Un siècle de cinéma belge*. Ottignies: Quorum.
- Thys, M., Michelems, R., Apers, M., Aubenas, J., Aubert, G., & Convents, G. (1999). *De Belgische film*. Gent: Ludion.

- Toegang van de joden tot de cinema's (1942). *Cinema*, 2(19), p. 2.
- Toekomstplannen voor de Belgische film: Henri Storck aan het woord (1945). *Weekblad cinema*, 24(1), p. 1.
- Trends Top (2010). *Deparo*. [09.05.2010, Trends: <http://trendstop.rnews.be/nl/detail/403583940/deparo.aspx>].
- Trueman, C. (2010). *Pearl Harbour*. [03.2010, History Learning Site: http://www.historylearningsite.co.uk/pearl_harbour.htm].
- Tucht- en Scheidsraad (1942). *Cinema*, 2(12), p. 9.
- Tucht- en Scheidsraad (1943). *Cinema*, 3(2), p. 7.
- Tweede programma voor de Paasch- en Pinkstermaandagen (1944). *Cinema*, 3(3), p. 9.
- U-boote westwärts*. (z.d.). [03.2010, Unterseebootwaffe: http://www.dataphone.se/~ms/ubootw/movies_u-boote-wastwärts.htm].
- Ufa films koerier (1941). *Cinema*, 1(6), p. 19.
- Ufa steeds aan de spits (1941). *Cinema*, 1(8), p. 12.
- Uit het Staatsblad (1944). *Cinema*, 3(15), p. 11.
- Uit Nederland: Statistiek van het bioscoopwezen 1940 (1939). *Weekblad cinema*, 19(52), p. 7.
- Uitvoering van de verordening nr. 1 van de Reclamecentrale (1943). *Cinema*, 3(11), p. 6.
- Une remarquable campagne d'exploitation en Belgique "Marie Antoinette" (1939). *La cinégraphie belge*, 6(283), p. 20.
- Un grand moment de la vie corporative (1945). *La cinégraphie belge*, 11(362), p. 12.
- Un problème national (1944). *La cinégraphie belge*, 11(371), p. 1.
- Van den Weghe, P. (17.06.2006). *In de bijlagen bij het Belgisch Staatsblad bekend te maken kopie na neerlegging ter griffie van de akte: Drukkerij Jos Reekmans en Zonen*. [09.05.2010, Belgisch Staatsblad: http://www.ejustice.just.fgov.be/tsv_pdf/2006/07/27/06122734.pdf].
- Vanderheyden, J. (1940). De grondslagen van het hervormde Belgische cinemawezen. *Cinema*, 1(1), p. 5.
- Vanderheyden, J. (1941a). Op nieuwe wegen: De oprichting van de Groepeerings der Productie en de geest van kameraadschap. *Cinema*, 1(4), p. 1.
- Vanderheyden, J. (1941b). Een Mei: Feest van den arbeid. Feest van de geestkracht. Feest van innigste verbondenheid. *Cinema*, 1(11), p. 1.
- Van de Vijver, L. (2007). Neergang en crisis van de bioscoop (1958-1980). In D. Biltreyst, & P. Meers (Reds.), *De verlichte stad: Een*

- geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 99-121). Lannoo Campus: Leuven.
- Van de Vijvere, H. (1990). Het cultureel leven tijdens de bezetting. In *België in de Tweede Wereldoorlog* (Vol. 8, pp. 5-103). Kapellen: Pelckmans.
- Vande Winkel, R. (2004a). De Belgische cinema onder de Duitse bezetting (1940-1944): historisch onderzoek naar de grens tussen mythe en werkelijkheid. In W. Magiels, & R. De Hert (Reds.), *Magie van de cinema: Hollywood aan de Schelde* (pp. 31-34). Facet: Antwerpen.
- Vande Winkel, R. (2004b). *Nazi newsreels and foreign propaganda in German-occupied territories. The Belgian version of Ufa's foreign weekly newsreel (ATW), 1940-1944* [Doctoraatsthesis]. Gent: Universiteit Gent.
- Vande Winkel, R. (2007). De bezette bioscoop: Filmvertoningen tijdens de Duitse bezetting. In D. Biltereyst, & P. Meers (Reds.), *De verlichte stad: Een geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 63-79). Lannoo Campus: Leuven.
- Vande Winkel, R., & Van linthout, I. (2007). *De Vlaschaard 1943: Een Vlaams boek in nazi-Duitsland en een Duitse film in bezet België*. Kortrijk/Brussel: Groeninghe Uitgeverij.
- Van Engeland, D. (1988). *Bioscoop en film te Leuven (1940-1968). Een blik vóór en achter het witte scherm* [Licentiaatsthesis]. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Van Minnebruggen, E. (07.10.2007). *De bevrijding*. [03.2010, Verzet.org: <http://www.verzet.org/content/view/full/1105/37/1/3/>].
- Van Woerden, A.V.N. (1970). Greep naar de ziel. In A.H. Paape (Red.), *Bericht van de Tweede Wereldoorlog: De strijd om de geest* (pp. 787-789). Haarlem: Spaarnestad.
- Veldeman, P. (2008). Collectie in de kijker: De afficheverzameling van de stad Leuven. *Salsa*, 1(1), pp. 4-5.
- Verandering van programma voor O.H.Hemelvaart (1944). *Cinema*, 3(3), p. 9.
- Vereeniging van Kinemabestuurders van België (1944). *Weekblad cinema*, 23(1), p. 8.
- Vereeniging der Kinemabestuurders van Oostvlaanderen (1945). *Weekblad cinema*, 24(12), p. 9.
- Vereischten van onzen tijd: Tucht is plicht (1942). *Cinema*, 2(7), p. 1.
- Vergaderingen van de S.K.F.V. en van het comité van de V.K.B.B. (1942). *Cinema*, 2(4), p. 2.
- Vergelijkende uitslagen van de Belgische bioscoopexploitatie voor het dienstjaar (1943). *Cinema*, 3(7), p. 7.

- Verordening tot benoeming van de leiders-plaatsvervangers van de groepen ondergeschikt aan het Filmgilde (1943). *Cinema*, 3(19), p. 7.
- Verslag over de algemeene en buitengewone vergadering der Belgische Syndikale Kamer van het Cinemabedrijf (1944). *Weekblad cinema*, 23(10), p. 13.
- Verslag over de buitengewone algemeene vergadering van de B.S.K.C. gehouden in de lokalen der Handelskamer van Brussel, den 7en Februari 1945 (1945). *Weekblad cinema*, 24(7), p. 8.
- Verslag over de Zuivering en Aanwervingscommissie (1944). *Weekblad cinema*, 23(7), p. 4.
- Vers une collaboration féconde (1944). *La cinégraphie belge*, 11(345), p. 6.
- Vincent, C. (1941a). Een quaestie van woorden ... en van publiek recht: Wat is de cinemacorporatie? *Cinema*, 1(5), p. 1.
- Vincent, C. (1941b). Naar aanleiding van een brief: Publiciteit is een geldbelegging met gewaarborgden intrest. *Cinema*, 1(12), p. 1.
- Vraagstukken van elken dag: Over de publiciteit (1941). *Cinema*, 1(20), p. 1.
- Wat de cijfers leren: Naar aanleiding van een eerste statistisch document (1942). *Cinema*, 2(9), p. 1.
- Wauwermans, P., Destrée, J., & Neujean, N. (z.d.). *Chambre des Représentants : Seance du 6 Décembre 1942*. [03.2010, De Kamer van volksvertegenwoordigers: <http://www3.dekamer.be/digidoc/DPS/K3056/K30561563/K30561563.PDF>].
- “Weekblad cinema” intende un procès à deux usurpateurs (1944). *La cinégraphie belge*, 11(346), p. 5.
- Wehner, I. (2007). Methods of advertising for film. In W. Gillespie, & J. Nelson (Eds.), *Film posters of the Third Reich* (pp. 54-56). GN Productions: Los Angeles.
- Welch, D. (1983). *Propaganda and the German cinema: 1933-1945*. Oxford: Clarendon Press.
- Welsch, M. (1998). *België door de ogen van de nazi's: De bezetting gezien door de Propaganda-Abteilung*. Roeselare: Roularta Books.
- Widy, M. (1940). Publicité. Synonyme de progres et de richesse. *La cinégraphie belge*, 11(348), p. 2. 1944, p. 7.
- Wildiers, C. (1941). Een interview: De toekomst van onze cinema's. *Cinema*, 1(5), p. 2.
- Wildiers, C. (1942a). Brief uit Charleroi. *Cinema*, 2(4), p. 27.
- Wildiers, C. (1942b). De algemeene vergadering van de Antwerpsche afdeeling van de VKBB. *Cinema*, 2(16), p. 27.
- Willems, G. (2007). De bioscoopexploitatie tussen bloei en crisis (1945-1957). In D. Biltereyst, & P. Meers (Eds.), *De verlichte stad: Een*

- geschiedenis van filmvertoningen en filmcultuur in Vlaanderen* (pp. 81-97). Lannoo Campus: Leuven.
- Wouters, N. (2004). *Oorlogsburgemeesters 40/44: Lokaal bestuur en collaboratie in België*. Tielt: Lannoo.
- Zeman, Z. (1980). *Propaganda in de Tweede Wereldoorlog: Politieke affiches 1939-1945*. Utrecht/Antwerpen: Het Spectrum.

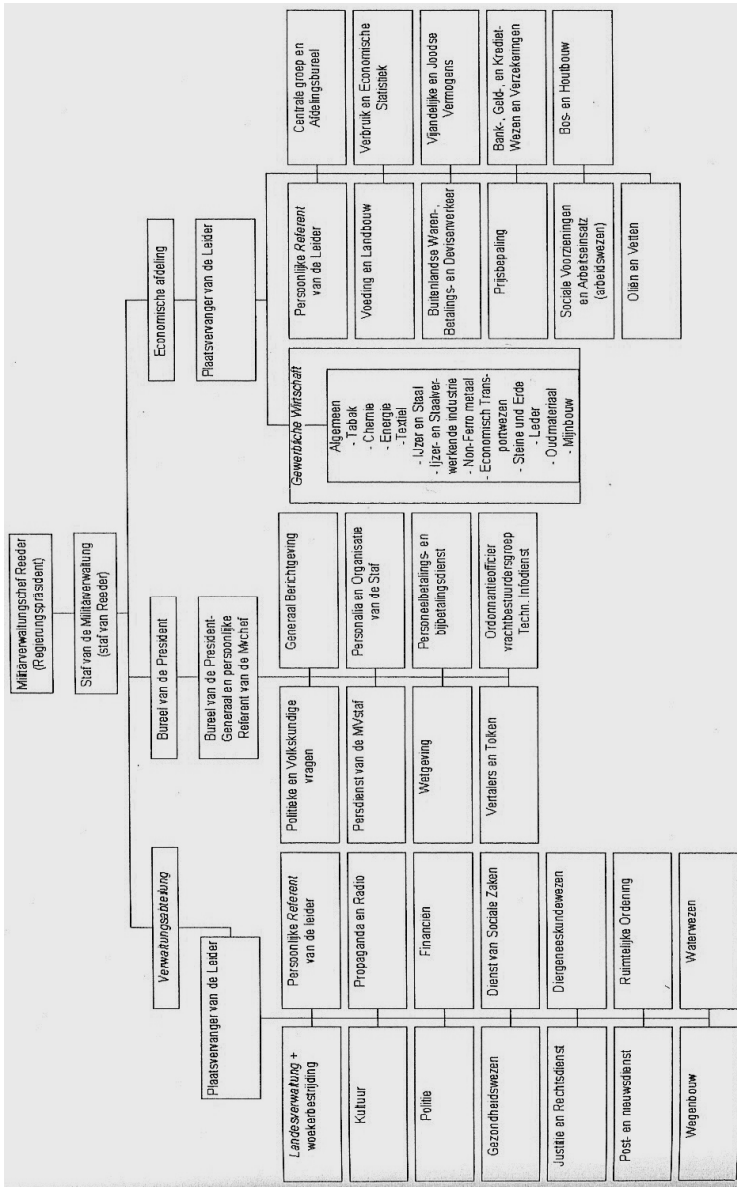
Bijlagen

Bijlage 1: Gearchiveerde filmaffichegegevens en variabelen

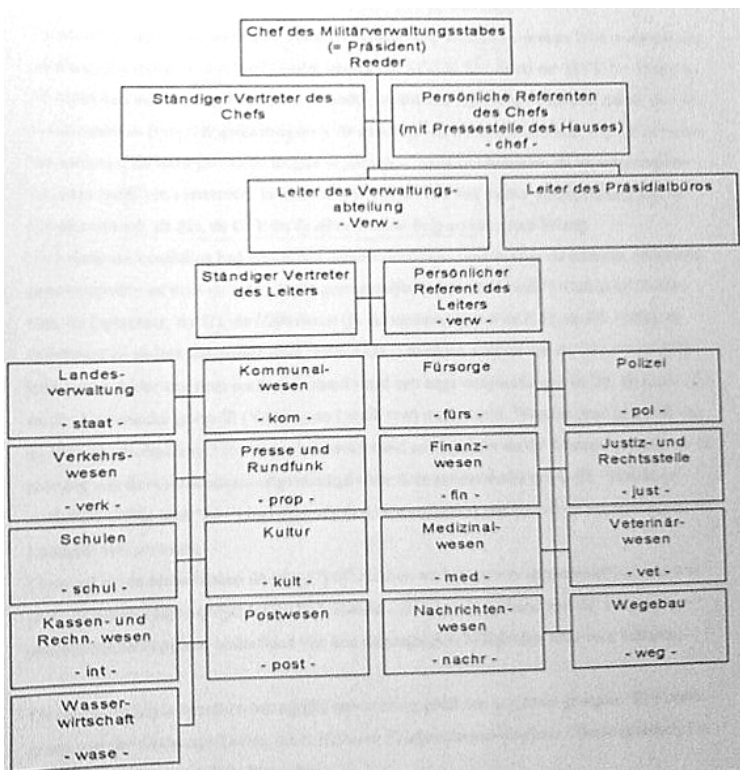
1. Affichegegevens
 - a. Mapnummer
 - b. Infostrook bioscoop: aanvinken of niet
 - c. Drukker
 - d. Ontwerper
 - e. Papiersoort: wit papier, gekleurd papier of hergebruikt papier.
 - f. Opmaak: louter tekstueel, tekst en handgemaakte illustratie, tekst en fotografische elementen of tekst + foto + illustratie.
 - g. Aantal taferelen
 - h. Taal: Frans, Frans/Nederlands, Nederlands, Duits of Engels
 - i. Drukherkomst: 'imprimé en Belgique' of eigen waarde
 - j. Kleursysteem: Technicolor, Panavision, Kinemakolor of eigen waarde
 - k. Geluidssysteem: Tobis Klangfilm, Western Electric of eigen waarde
 - l. Projectiesysteem: Cinemascope, Panavision of eigen waarde
 - m. Extra info affiche
 - n. Regisseur
 - o. Producent
 - p. Distributeur
 - q. Acteurs
 - r. Actrices
 - s. Muziek
2. Archivalische gegevens
 - a. Mapnummer
 - b. Jaartal
 - c. Liggend: aanvinken of niet
 - d. Hoogte in mm
 - e. Breedte in mm
 - f. Datum aanplakking

- g. Nr. Taxzegel
 - h. Bedrag taxzegel
3. Beeldanalyse
- a. Mapnummer
 - b. Tafereelniveau: 1, 2 of 3
 - c. Stijl: fotografisch, figuratief realistisch, figuratief vervormend of abstract
 - d. Voorstelling acteur: hoofdacteur hoofdactrice, duo-koppel, meerdere acteurs/actrices of andere
 - e. Voorstelling scène: presentatie personage, actie scène, romantische scène, erotische scène, sfeerbeeld of andere
 - f. Beeldgrootte: close up, medium close up, medium shot, medium long shot, long shot of very long shot
 - g. Kleur: zwart/wit, 2-kleurendruk, 4-kleurendruk
 - h. Twee kleuren
 - i. Illustratie naar
 - j. Extra info affichetafereel
4. Filmgegevens
- a. Mapnummer
 - b. Titel 1
 - c. Titel 2
 - d. Titel 3
 - e. Regisseur
 - f. Land
 - g. Productiejaar
 - h. Extra info film
5. Vertoningsgegevens
- a. Mapnummer
 - b. Bioscoop: Eden, Lovanium, Forum, Rex, Monty of eigen waarde
 - c. Bioscoop logo: aanvinken of niet
 - d. Leeftijdsgrens: kt, knt of geen vermelding
 - e. Begin vertoning
 - f. Einde vertoning
 - g. Aantal speeldagen
 - h. Samen vertoond met
 - i. Extra info bioscoop

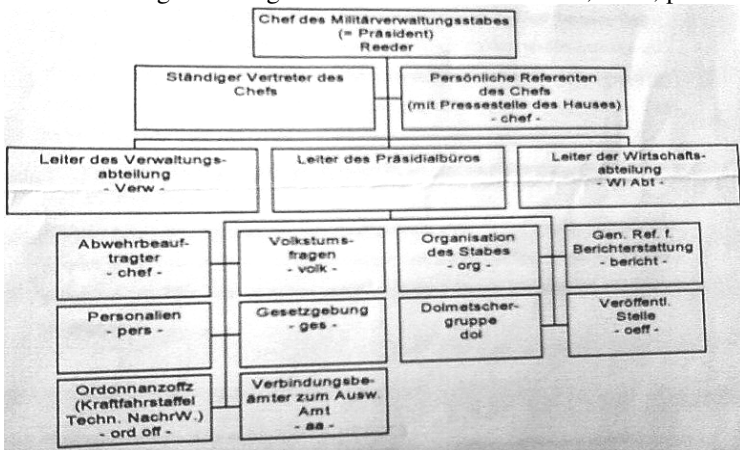
Bijlage 2: Structuur van de Militärverwaltung in 1941



64: Militärverwaltung november 1941 - Bron: Teurfs, 1997, p. 70.



65: Verwaltungsabteilung mitten 1941 - Bron: Teurfs, 1997, p. 77.

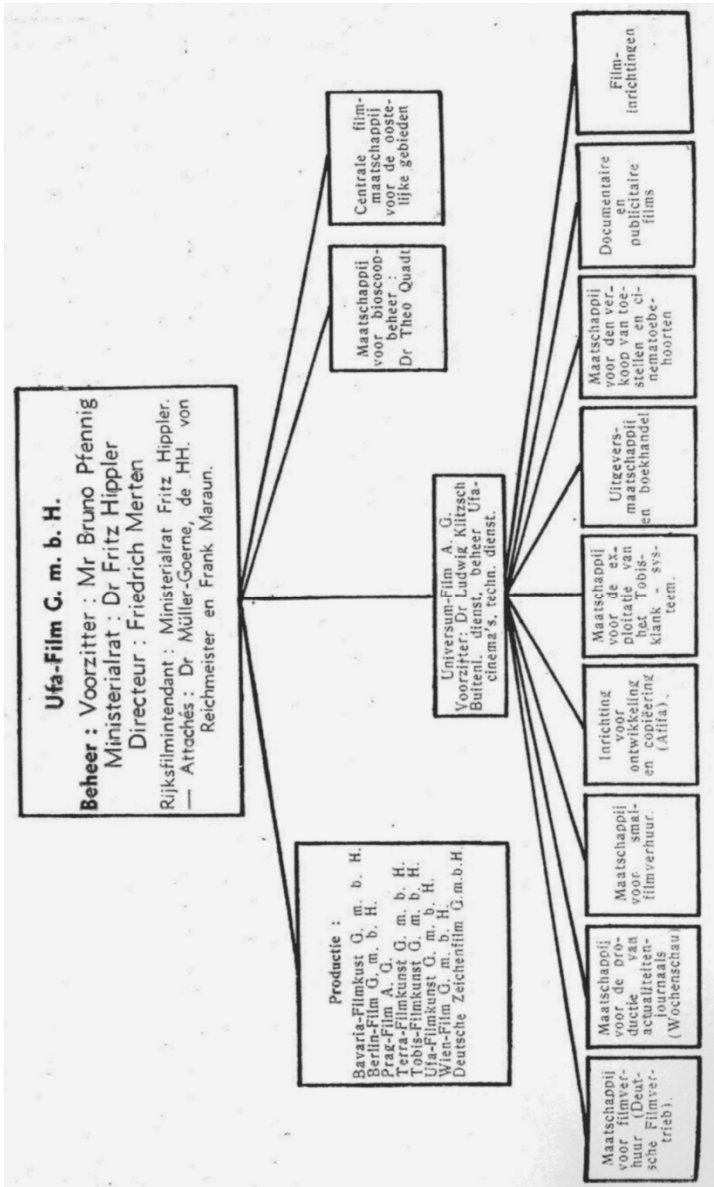


66: Präsidialbüro mitten 1941 - Bron: Teurfs, 1997, p. 71.

Bijlage 3: Tien vaksecties binnen de Duitse Filmkamer

- 1) Algemene administratie:
 - a) Legaal
 - b) Budget en financiering
 - c) Personeel
- 2) Beleid en Cultuur:
 - a) Binnenlandse persdienst
 - b) Buitenlandse persdienst
 - c) Staatsfilmarchief
- 3) Artistieke supervisie van filmproductie:
 - a) Scriptadviseurs
 - b) Cast
- 4) Filmindustrie:
 - a) Speciale afdeling: buitenlandse uitwisselingsindustrie
 - b) Speciale afdeling: 'copyright, labour and tax'-wetten
- 5) Filmberoep:
 - a) Producenten
 - b) Regisseurs
 - c) "Art directors"
 - d) Productie managers
 - e) Cameramensen
 - f) Geluidsingenieurs
 - g) Monteurs
 - h) Acteurs
 - i) Extra's
 - j) Make-up
 - k) 'Properties'
 - l) Kledij
- 6) Productie-afdeling:
 - a) Langspeelfilms
 - b) Export
 - c) Studio's
- 7) Afdeling binnenlandse distributie
- 8) Cinema's
- 9) Technische afdeling, film en cinema's
- 10) Afdeling van kunstfilms, 'commercials' en filmagentschappen

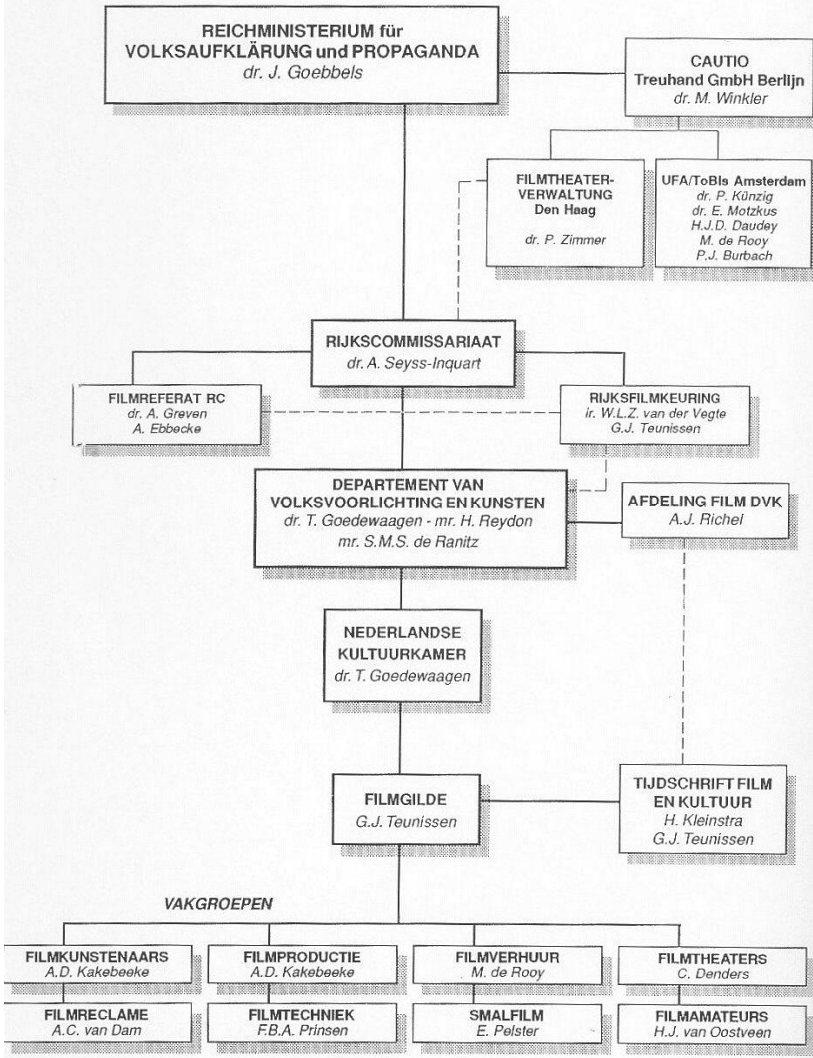
Bijlage 4: Structuur van de Ufa-Film GmbH in 1942



68: Bron: "Hervormingen in het Duitse cinemabedrijf", 1942, pp. 19-20.

Bijlage 5: Structuur van het Nederlandse filmwezen tijdens de Tweede Wereldoorlog

Eenvoudige voorstelling van de bestuurlijke organisatie van het Nederlandse film- en bioscoopwezen tussen 1940 en 1945



69: Bron: Leeftang, 1990, p. 200.

Bijlage 6: Leden van verscheidene instanties binnen het Belgische filmwezen omstreeks de Tweede Wereldoorlog

Syndikale Kamer voor Cinematographie

Voorzitter: M. Coppens

Afgevaardigden bij het Centrale Comité van de Brusselse Handelskamer: Coppens, De Block, Vanden Neste

Scheidsrechters: Briais, Bounameaux, Chappel, Couthier, Darimont, Demey, Fol, Ford, Genval, Hublou, Kaesen, Ledrou, Lette, Lobbe, Meuter, Paulus, Thielemans, Van den Neste, Willems

Experten: Bodart, Couthier, Dubois, Foucquart, Hakin, Isoux, Ledrou, Lobbe, Micha, Potten, Van den Dongen, Van den Neste, Vanderheyden, Van Remoortel

Rechtskundig adviseur: De Bock

Toegevoegde rechtskundige adviseurs: De Coninck en Van Halme

Secretaris-Griffier: Vanden Neste

BSKF in 1942

Voorzitter: Jan Vanderheyden

Beheerders: Erich Motzkus, Helmuth Schaeffer, Frank Van Heffen

Leden: Bodart, Ledrou, Paulus

Plaatsvervangende Leden: Swalens, Potten

Generaal Secretaris en Penningmeester: Robert Vanden Neste

Penningmeester: Edouard De Jong

Juridisch raadsman: Raymond Ledoux

VKB vanaf de oorlog onder Ridelle

Voorzitter: André Ridelle

Ondervoorzitters: Léon Cogneau, Willy Tyck, Emile Van Tuykom

Algemeen secretaris: R. Uten

Afgevaardigde beheerder-Schatbewaarder: Clement Degraeve

Rechtelijke raadgever: R. Uten

Financiële raadgever: René Moors

Secretaris: Michel Degraeve.

Beheerders: Robert Blaton, Bosman, Léopold Brasseur, Ferdinand De Greef, Delange, Gustave De Witte, Dumarteau, Faes, Gustave Folleboeck, Emile Gouvaerts, Léon Hendrickx, Charles Hox, Robert Klaes, Hubert Precker, Oswald Putzeys, Louis Van Der Meulen, Vandervoort

VKB tijdens de oorlog onder Van Tuykom

Voorzitter: Emile Van Tuykom
Beheerders: Leopold Brasseur, Camille Damman, Joseph Faes
Algemeen secretaris: Michele Degraeve
Technisch financieel raadgever: René Moors
Penningmeester: Clement Degraeve

Hoogere Raad van Beroep van de BSKF en VKB

De afgevaardigde van de groep der cinema's bij de Internationale Filmkamer: Damman
De afgevaardigde van VKBB (VKB): Van Tuykom
De afgevaardigde van Syndikale kamer: Vanderheyden
Twee leden (één Waal, één Vlaming) door loting uit de VKBB verkozen: Brasseur, Faes
Een rechtsgeleerde als verslaggever: Hennuy

Scheids- en Verzoeningsraad van de BSKF en VKB

Voorzitter: Raymond Ledoux,
Ondervoorzitters: Jan Vanderheyden, E. Van Tuykom
Toegevoegd assessor-jurist: Raymond Ledoux
Secretaris-Griffier-Penningmeester: Robert Vanden Neste
Toegevoegd Secretaris-Griffier-Penningmeester: M. Degraeve
Scheidsrechters voor de VKBB: Brasseur, Damman, Faes, Van Tuykom
Scheidsrechters voor de Syndikale kamer: Motzkus, Schaeffer, Vanderheyden, Van Heffen

Tuchtraad van de Filmgilde

Voorzitter: Borginon

Voor de groep Filmproductie: Charles Lengnich, Henri Storck

Voor de groep Filmdistributie: Richard Amand, Frank Heffen

Voor de groep Filmtheaters: Léon Boedrie, Jan Borginon

Scheids- en Verzoeningsraad van de Filmgilde

Eerste kamer: Damman, Schaeffer

Tweede kamer: Chappel, De Jong

Derde kamer: Neutgens, Van Heffen

Voorzitter van iedere kamer: Hennuy

Secretaris-Griffier: Fumont

Tuchtraad van de groep Filmtheaters

Voorzitter: Jean Houssa

Nederlandstalige afdeling: Flor Bosmans, Max Patteet, Cesar Philips

Secretarissen van de groep Filmtheaters, Filmproductie en Filmdistributie

Filmtheaters: Michel Degraeve

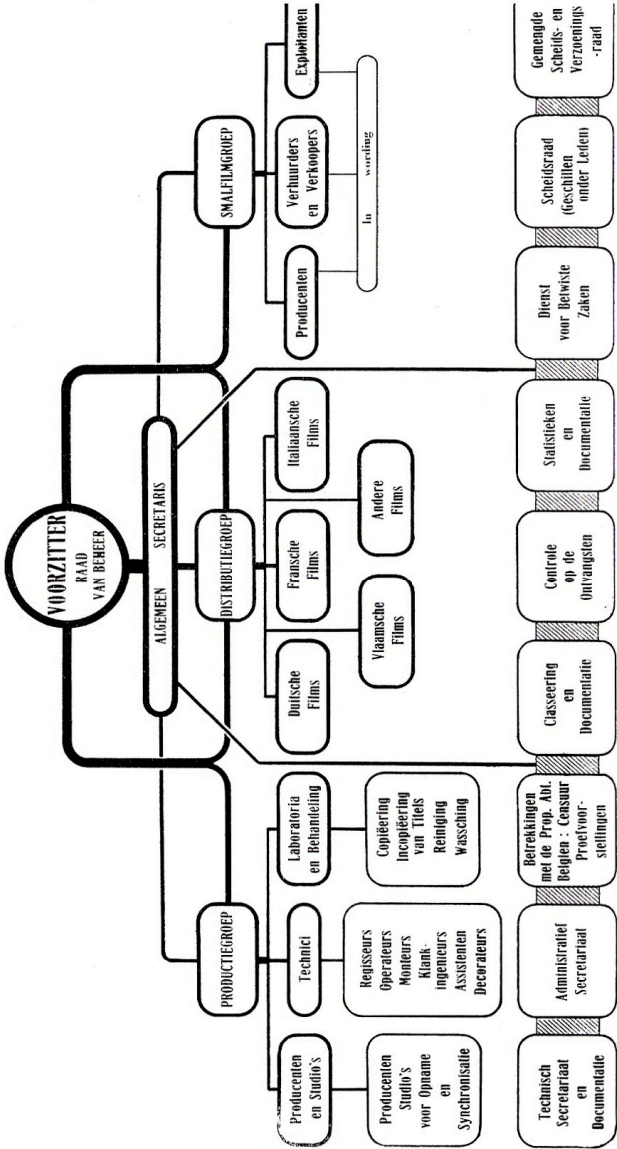
Filmproductie en filmdistributie: Robert Vanden Neste

Groep Filmtheaters

Extra leden: Paul Brasseur, Victor Neutgens, Cesar Philips

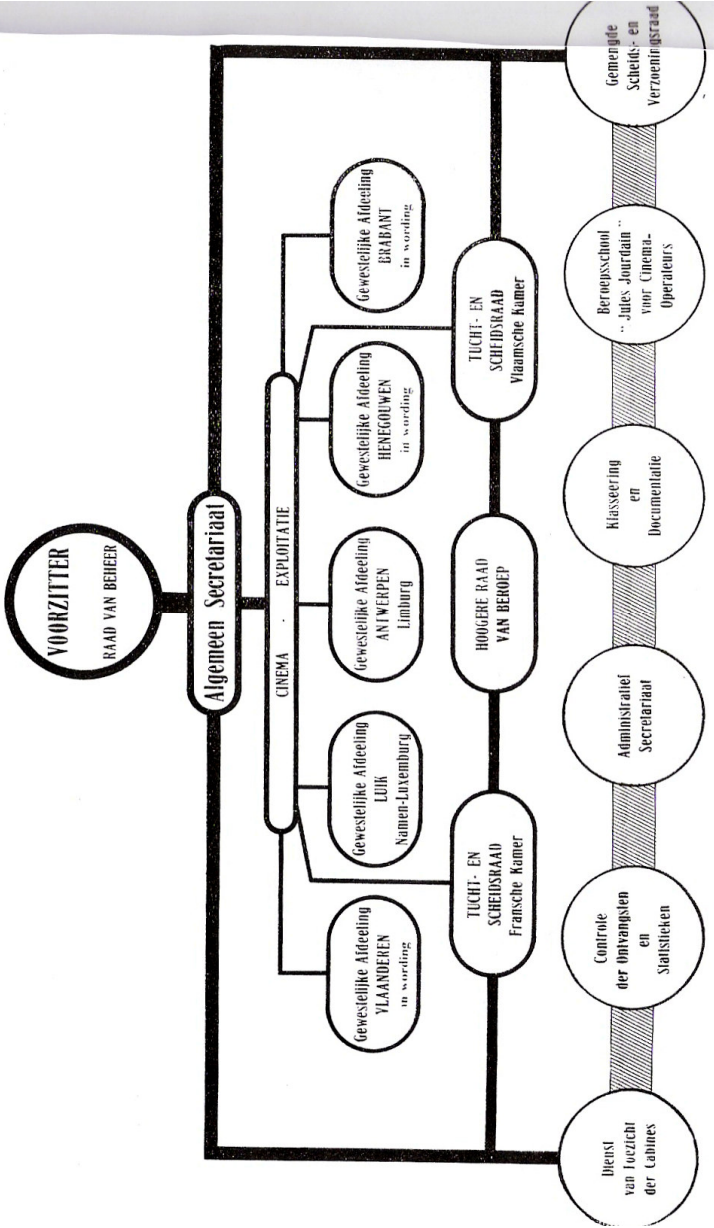
Bijlage 7: Structuur van de BSKF en de VKB in 1942

**INRICHTING VAN DE BELGISCHE SYNDICALE KAMER
 VAN FILMVERHUURERS EN VAN DE AANGESLOTEN PRODUCTIEGROEP**



70: Bron: BSKF & VKB, 1942, p. 27.

VEREENIGING DER KINEMABESTUURDERS VAN BELGIE



71: Bron: BSKF & VKB, 1942, p. 33.

Bijlage 8: Standaard afficheopmaak van de COBEC-zalen



72: Der Fuchs von Glenarvon: 22.07.1942.



73: Les Rois Du Sport: 17.10.1945.

Bijlage 9: Oproep van UFA om haar reclamemateriaal degelijk te gebruiken

BIENTÔT À BRUXELLES

l'océan en feu

Hans SOHNKER, René DELGEN, Winnie MARKUS

Une superbe production GUNTHER RITTAU

Le grand film mouvementé de la saison

Dim 21 Mars, in Métropole, Brussel

"DE MISSTAP"

Een Gust. GRUNDGENT, Productie met Marianne HOPPE Carl-Ludwig DIEHL Paul HARTMANN

De pakkende roman van een bestemming

AVUIES, à partir de 14 mars

JUDSÜSS

TOUT GAND

A VIEUX VOIR CETTE MAGNIFIQUE PRODUCTION DE LA **TERRA** PROJETÉE DANS TROIS SALLÉS SIMULTANÉMENT

Dim 28 Mars in Métropole, Brussel

JENNY JUGO IN **"Een HOPELOOS GEVAL"**

Een Erich Engel Productie met Carl-Ludwig Diehl Hannes Stelzer en Leo Peukert EEN GEESTIGE HEERFILM

FAITES UN BON USAGE DE NOTRE MATÉRIEL PUBLICITAIRE
MAAK DEGELIJK GEBRUIK VAN ONZE WERVINGS-BENOODIGHEDEN

Métropole, à partir de 28 mars

JENNY JUGO dans **UN CAS ÉSPÉRÉ**

Een Production Erich Engel met Carl-Ludwig Diehl Hannes Stelzer et Leo Peukert EEN SATIRE ÉTOURDISSANTE

Le 14 Mars, en Métropole, Brussel

JUDSÜSS

DE PRACHTIGE VEIT MARLAN PRODUCTIE VAN DE TERRA HEEFT GEHEEL **GENT** GEMOBILISEERD IN DRIE ZALEN GELIJKTIJDIG

A partir de 21 mars, in Métropole, à Bruxelles,

"LE FAUX PAS"

Une production Gust. Grundgent avec Marianne Hoppe Carl Ludwig Diehl Paul Hartmann

La poignante histoire d'une destinée

Brand op den Ocean

Hans SOHNKER, René DELGEN, Winnie MARKUS

EEN HEERLIJKE PRODUCTIE GUNTHER RITTAU

De grote AVONTUURFILM van het Seizoen

74: Bron: Cinema, 15.03.1941, p. 14.

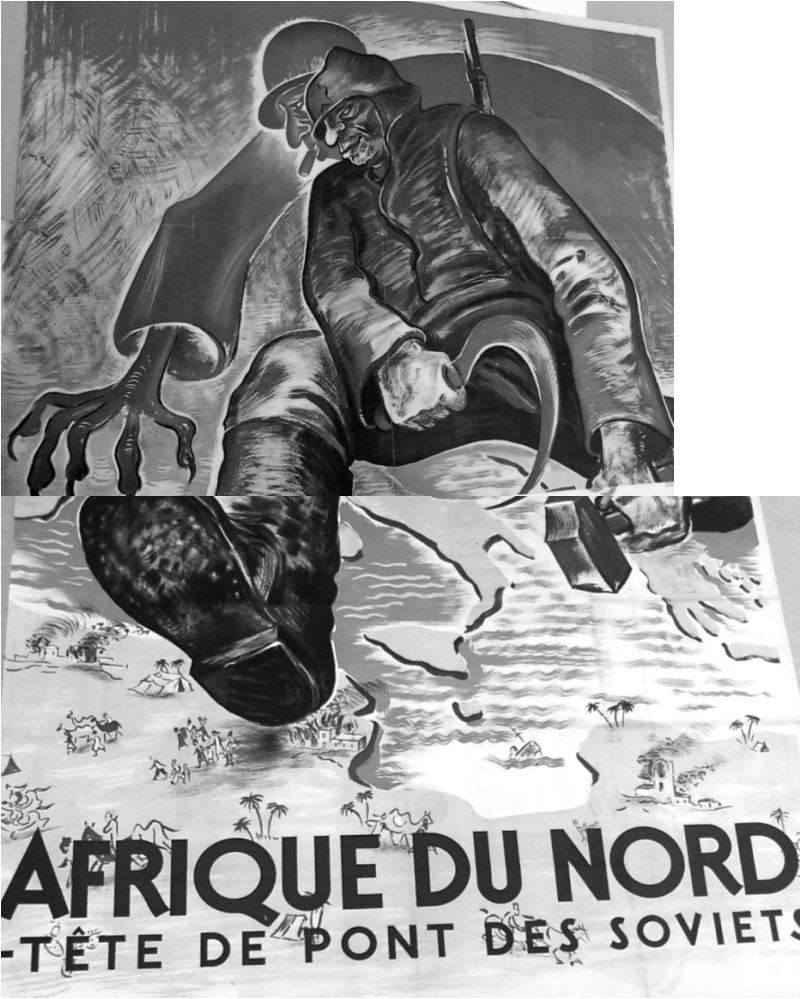
Bijlage 10: Hergebruikte filmaffiches



75: Achterkant: reclame Nutricia.; 76: Achterkant: filmaffiche.



77: Achterkant: magazineverhaaltje.



78: Achterkant: anticommunistische poster.

Bijlage 11: Voorbeeldreclame van UFA

Naar den Roman
D'après le roman
van
K. A. Schenzinger
Draaiboek - Schmarie
K. A. SCHENZINGER
H. E. LÜTGE



Hitlerjunge Quex

De Strijd van een Jeugd
tegen het bolsjewischtisch Gevaar

La lutte d'une jeunesse
contre le danger bolcheviste

EEN  UN
FILM

met avec

HEINRICH GEORGE

in de rol van dans le rôle du

Vader Völker
Père

BERTA DREWS	KARL MEIXNER
HERMANN SPEELMANS	CLAUS CLAUSEN
ROTRAUT RICHTER	KARL HANNEMANN
RUDOLF PLATTE	ILANS DEPPE

Regie: **HANS STEINHOFF**

Muziek Musique: **Hans Otto Borgmann**

In Metropole, te Brussel, van 22 Augustus af
Au Métropole, à Bruxelles, à partir du 22 août

79: Bron: Cinema, 15.08.1941, p. 7.

Bijlage 12: Voorkaft van het *Cinema jaarboek*



80: Bron: BSKF & VKB, 1942.

Bijlage 13: Sterren op de filmaffiches



81: Bron: Cinema, 01.12.1940, p. 33.

Films à vedettes... films à succès!

DANS LES PRODUCTIONS DISTRIBUEES PAR UFA-FILMS TOUS LES ROLES SONT TENUS PAR DES ARTISTES DE GRAND TALENT. EN PLEINE POSSESSION D'UN METIER TRES SUR, PARMIS CES ARTISTES BRILLENT, D'UN ECLAT TOUT PARTICULIER, DES ETOILES ADULEES DU PUBLIC

MARIKA RÖKK

HEINRICH GEORGE

ILSE WERNER

WILLY BIRGEL

ZARAH LEANDER

HEINZ RÜHMANN

6
INCOMPARABLES
VEDETTES
 dont le seul nom sur l'affiche
 est le plus sûr garant de succès

6
EERSTE RANGS
ARTISTEN
 wier naam alleen reeds een
 bijval zonder weerga verzekert

UFA
FILMS

DEZE EERSTE KLAS ARTISTEN DOEN ZICH OP EEN UITZONDERLIJKE WIJZE WAARDEEREN IN DE DOOR UFA-FILMS UITGEGEVEN PRODUCTIE. EEN PRODUCTIE WAARIN ZELFS DE KLEINSTE HOLLER VERTOLKT WORDEN DOOR KUNSTENAARS MET VOLDRAGEN TALENT. VOLLEDIG TEGEN HUN TAAK OPGEWASSEN

Filmen met graaggeziene sterren... filmen met gewaarborgden bijval!

82: Bron: Cinema, 01.12.1940, p. 38.

Emil Jennings
 Willy Forst
 Hans Albers
 Werner Krauss
 Heinrich George
 Gustav Froehlich
 Theo Lingen
 Ailla Hoerbiger
 Hans Dellgen
 Georg Alexander
 Heinz Huelmann

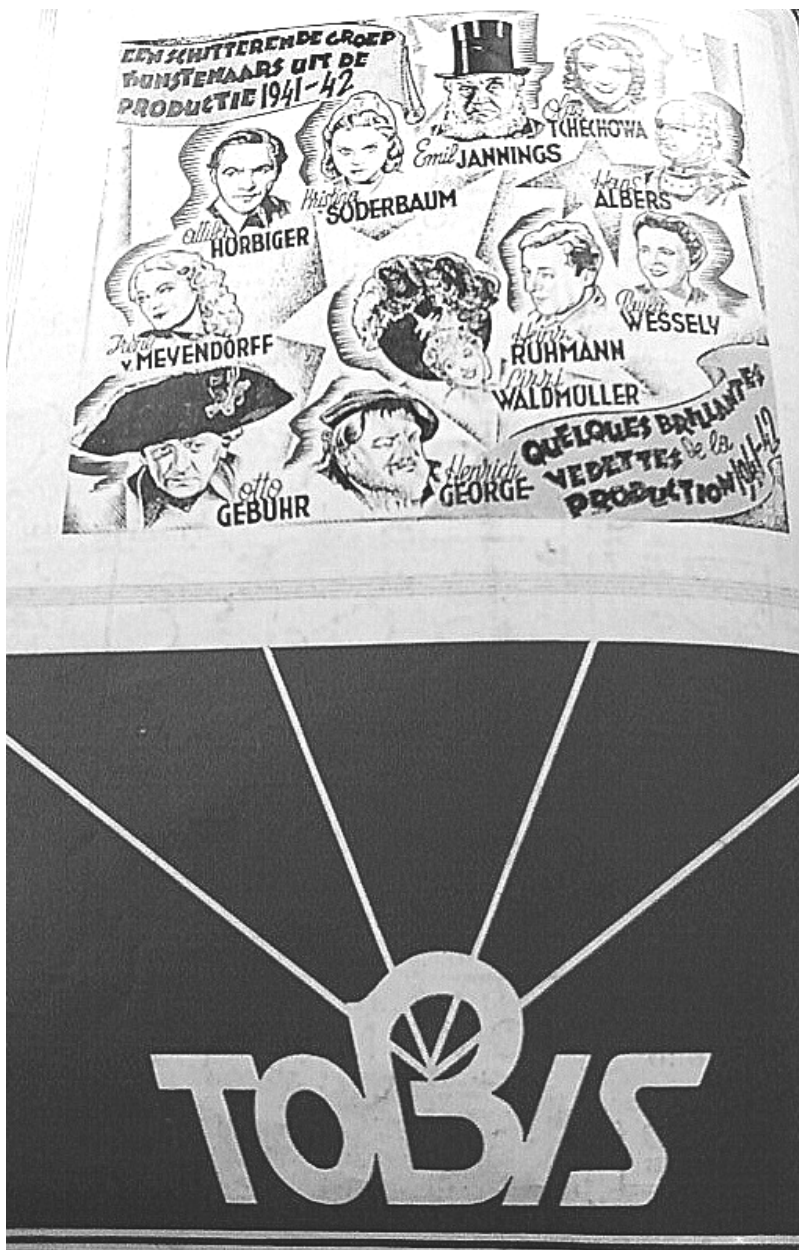
Kristina Soederbaum
 Olga Tschadowa
 Paula Wessely
 Hedemarie Hatheyer
 Irina von Meyendorff
 Hilde Krahl
 Lil Dagover
 Maria Anderson
 Brigitte Hornay
 Lena Norman
 Gusti Huber
 Jenny Jago



Hilde Hildebrand
 Karoline Dorsch
 Maria Landrock
 Gertrude von Nagy
 Gertrude Schmitz
 Gertrude Harrell
 Gertrude Gold
 Gertrude Demmann
 Gertrude Warner
 Gertrude Grace
 Gertrude Horn
 Gertrude Koerber

Ferdinand Marian
 Beniamino Gigli
 Paul Klinger
 Paul Hoerbiger
 Paul Javor
 Hermann Braun
 Carl Ludwig Diehl
 Will Dohm
 Frits van Dongen
 Albert Matherstock
 Ernst von Klipstein

83: Bron: Cinema, 01.01.1941, p 30.



84: Bron: Cinema, 01.09.1941, p. 18.

Bijlage 14: Succes van *Jud Süß* (Harlan, 1940) en *Janssens en Peeters Dikke Vrienden* (Vanderheyden, 1940)

JUD SÜSS

Een record succès
door geen enkel buitenlandse film ooit bereikt.

Un succès record
jamais égalé par aucun film étranger

Gelijktijdig opgevoerd te

BRUXELLES	DANS 2	SALLES
BRUSSEL	DANS 2	ZALEN
HAMBURG	DANS 14	SALLES
HAMBURG	DANS 14	ZALEN
COLOGNE	DANS 16	SALLES
KEULEN	DANS 16	ZALEN
MUNICH	DANS 23	SALLES
MÜNCHEN	DANS 23	ZALEN
VIENNE	DANS 36	SALLES
WIENEN	DANS 36	ZALEN
BERLIN	DANS 86	SALLES
BERLIJN	DANS 86	ZALEN

UFA FILMS

JUD SÜSS

DE ONGEVEENBAARDE
VEIT HARLAN Productie van de

TERRA

komt gelijktijdig met den 7 MAAHT te

ANTWERPEN
IN KINO SCALA

BRUGGE
IN KINO VIEUX BRUGES

GENT
IN MAJESTIC. VIEUX GAND, REX

Gansch het Land roept op

JUD SÜSS

85: Bron: Cinema, 15.10.1940, p. 15. ; 86: Bron: Cinema, 01.03.1941, p. 19.

JUD SÜSS

UFA FILMS

Un Succès Record

ONGELOOFLIJK, DOCH JUIST!

FORUM
te Leuven
was de gansche Pascheweek uitverkocht

EEN NOOIT BEREIKT AANTAL:
13.538
TOESCHOUWERS in EENE WEEK

MET

Janssens en Peeters
Dikke Vrienden

De Vlaamse
JAN
VANDERHEYDEN
FILM
gehoudt door
C.O.B.E.

87: Bron: Cinema, 15.12.1940, p. 15. ; 88: Bron: Cinema, 01.05.1941, p. 22.

Bijlage 15: Belgische films in Leuven

jaar	aanplakking	titel 1	regisseur
1934	1.02.1934	Jong België	Armand du Plessy
1934	22.02.1934	Speciaal Actualiteitsprogramma rond den dood en den begrafenisplechtigheden van Koning Albert I	
1934	23.02.1934	Les funérailles de S.M. Albert I	
1934	15.03.1934	Cadavre N° 5	Gaston Schoukens
1934	22.03.1934	Si tu vois mon oncle	Gaston Schoukens
1934	28.06.1934	De Familie Klepkens	Gaston Schoukens
1934	19.07.1934	Het kruis van den Yzer	Paul Flon, Gaston Schoukens
1934	16.08.1934	Indien je mijn oom ziet	Gaston Schoukens
1934	16.08.1934	Si tu vois mon oncle	Gaston Schoukens
1934	30.08.1934	Les Quatres Mousquetaires	Gaston Schoukens
1934	6.11.1934	De Witte	Jan Vanderheyden
1935	21.03.1935	Révolution Borinage	Joris Ivens, Henri Storck
1935	11.07.1935	De Witte	Jan Vanderheyden
1935	26.09.1935	Uilenspiegel leeft nog!	Jan Vanderheyden
1936	29.01.1936	En avant la musique	Gaston Schoukens
1936	21.10.1936	De Wonderdokter	Jan Vanderheyden
1936	4.11.1936	En avant la musique	Gaston Schoukens
1937		Gardons notre sourire	Gaston Schoukens
1937	3.02.1937	Si tu vois mon oncle	Gaston Schoukens
1937	4.05.1937	Un gosse pour 100.000 Frs.	Gaston Schoukens

jaar	aanplakking	titel 1	regisseur
1937	29.09.1937	Alleen voor U	Jan Vanderheyden
1937	15.10.1937	C'était le bon temps	Gaston Schoukens
1937	26.10.1937	Havenmuziek	Jan Vanderheyden
1938	1.02.1938	Gardons notre sourire	Gaston Schoukens
1938	9.06.1938	J'ai Gagné 1 Million	Og Calster
1938	11.10.1938	Passeurs d'hommes	René Jayet
1940	5.03.1940	Een Engel van een Man	Jan Vanderheyden
1941	12.03.1941	Met den Helm Geboren	Jan Vanderheyden
1941	7.04.1941	Janssens en Peeters Dikke Vrienden	Jan Vanderheyden
1941	28.05.1941	Een Engel van een Man	Jan Vanderheyden
1941	15.10.1941	C'était le bon temps	Gaston Schoukens
1943	10.03.1943	Antoon de flierefluiter	Jan Vanderheyden
1943	22.12.1943	De Vlaschaard	Boleslaw Barlog
1944	23.11.1944	Viering van onze helden der Belgische Brigade (geen filmtitel, maar avondnaam)	
1949	25.10.1949	Ersatz & Kommandantur	Gaston Schoukens
1949	2.11.1949	Ersatz en Kommandantur	Gaston Schoukens
1953	25.08.1953	Schipperskwartier	Edith Kiel
1955	4.05.1955	Min of Meer	Edith Kiel
1956	22.02.1956	De bruid zonder bed	Edith Kiel
1956	18.04.1956	Bwana Kitoko	André Cauvin
1956	17.09.1956	Filmvoorstelling Ronde van Frankrijk '56	?
1957	31.01.1957	Mijn man doet dat niet	Edith Kiel
1957	29.05.1957	De Witte	Jan Vanderheyden
1957	14.11.1957	Wat doen we met de	Jef Bruyninckx

jaar	aanplakking	titel 1	regisseur
		liefde	
1958	15.01.1958	Expo en avant	Gaston Schoukens
1959	15.01.1959	Les Seigneurs de la Foret	Henry Brandt & Heinz Sielman
1962	27.04.1962	De Ordonnans	Charles Frank
1962	27.04.1962	Tintin et le mystère de la toison d'or	Jean-Jacques Vierne
1964	10.07.1964	Heros sans retour	Frank Wisbar
1967	13.01.1967	Het afscheid	Roland Verhavert
1968	24.05.1968	De Witte	Jan Vanderheyden
1969	10.01.1969	Un soir... un train	André Delvaux

Bijlage 16: Titelpolitiek op de volledige filmaffiches



EDEN CINEMA

Place de la Gare LOUVAIN Du Vendredi 16 au Jeudi 22 Août Startheater LEUVEN
Vanaf Vrijdag 16 tot Donderdag 22 Aug.

Tous les jours ont s'ont permanent depuis 5h. Alle dagen open s'ont doorlopend vanaf 5u.
Dimanche permanent à partir de 2 heures. Zondag doorlopend vanaf 2 uur.

ENFANTS ADMIS KINDREN TOEGELATEN
Prix des places 3 - 4 - 5 fr. Prijzen der plaatsen

Olga Tschekowa
Karin Hardt
C. Ludw. Diehl

DANS

L'AMOUR SUIV DES CHEMINS ÉTRANGES

IN

LIEFDE GAAT ZELDZAME WEGEN

De laatste wereldgebeurtenissen in Actualiteiten
UFA
Les derniers événements mondiaux en Actualités



van 11 tot 17 Juni



Liefde Gaat Zeldzame Wegen
Karin Hardt
Olga Tschekowa
UFA INTERSTATION BRILLANTE



van 19 tot 25 FEBRUARI 1943



UFA FILMS
PRÉSENTÉ - STILT VOOR:
OLGA TSCHKOWA
ALBRECHT SCHOENHALS
GUSTAV DIEHL-HANNE MERTENS
HERBERT HÜBNER

DANS - IN
WERNER BOCHMANN

REGIS
OTTO LINNEKOE

LIEFDE GAAT ZELDZAME WEGEN

EDEN

Zondag om 1.30 u. en Donderdag om 2 u.
De andere dagen om 4 u.
KINDREN TOEGELATEN



UFA FILMS present
Gustav FRÖHLICH
Gemilla HORN

DANS - IN
ARTHUR HELBERS - PAUL WEGENER - ERICH FIEDLER
HERBERT WÄSCHER - ANTON POINSTER
DR. WESTERLINGER - PAUL BILDT

REGIS
ANTON PROFES
PETER KREUDER

LIEFDE GAAT ZELDZAME WEGEN

89: Liefde Gaat Zeldzame Wegen - Bron: Eric Dewaerzegger, 2010.

EDEN CINEMA
 Place de la Gare
 LOUVAIN Du Vendredi 6 au Jeudi 12 Dec.
 Vanaf Vrijdag 6 tot Donderdag 12 Dec.

Tous les jours à 11h, samedi et dimanche à 10h.
 Alle dagen om 11u, zaterdag en zondag doordeweeks om 10u.

ENFANTS ADMIS KINDEREN TOEGELATEN

VANAF 10 tot 16 DECEMBER

DOORLOPEND:
 Zondag vanaf 1 u. 30 - Donderdag vanaf 2 u.
 De andere dagen vanaf 3 u. 30
 KINDEREN TOEGELATEN

EDEN CINEMA
 Place de la Gare
 LOUVAIN Du Vendredi 6 au Jeudi 12 Dec.
 Vanaf Vrijdag 6 tot Donderdag 12 Dec.

Tous les jours à 11h, samedi et dimanche à 10h.
 Alle dagen om 11u, zaterdag en zondag doordeweeks om 10u.

ENFANTS ADMIS KINDEREN TOEGELATEN

VANAF 10 tot 16 DECEMBER

DOORLOPEND:
 Zondag vanaf 1 u. 30 - Donderdag vanaf 2 u.
 De andere dagen vanaf 3 u. 30
 KINDEREN TOEGELATEN

CINÉCITY LEUVEN
 van 14 tot 20 MEI 1943

CINÉCITY LEUVEN
 van 29 October tot 4 November 1943

ZONDAG en MAANDAG (Asterisvulligen), vertoening om 2 u.

90: Gekroonde Liefde - Bron: Eric Dewaerzegger, 2010.

Danielle Darrieux

Lise DELAMARE
Bernard LANCRET
ALERME
Maurice Yvain

LA FAUSSE MAÎTRESSE

Gevaarlijk spel met de liefde
Regie: ANDRÉ CAYATTE D'après le roman de HONORÉ DE BALZAC

KORTELIINGS:

MARIKA RÖKK IN HEB MIJ LIEF

CINE CITY
LEUVEN

van
21 tot 27 Januari
1944

Danielle Darrieux

Lise DELAMARE
Bernard LANCRET
ALERME
Maurice Yvain

GEVAARLIJK SPEL MET DE LIEFDE
FALSCH E GELIEBTE

NAAR EEN VERHAAL VAN HONORÉ DE BALZAC

EDEN 30 Jan. - 5 Febr. 1942

DOORLOOPEND: Zondag vóór 1.30 u. — Kinderen TOEGELATEN
De andere dagen om 2 u.

DE ONBEKENDE VAN CUBA
L'Inconnue de Cuba

Lehnsucht

UN FILM D'ORIGINE ESPAGNOLE

avec
ESTRELLITA CASTRO
ROBERTO REY
MIGUEL LIGERO

23 - 29 OKTOBER

EDEN
KINEREN TOEGELATEN

DOORLOOPEND:
Zondag om 1.30 u.
Donderdag om 2 u.
De andere dagen om 4 u.

WEENSCH E NACHTEN

Opernwelt

MARTE HARELL
PAUL HORBIGER

HELI HINZENZELLER
FITA BERNHARDT
HANS MOSES
THEO LINDEN

GEZA v. BOLVARY
PETER KREPPER



91: Tot Weerziens, Franziska en Het Huwelijk van Chiffon -
 Bron: Eric Dewaerzegger, 2010.

CINÉCITY
LEUVEN

van 5 tot 11 NOVEMBER
1 4 4 2

HERTHA FEILER
ATTILLA HÖRBIGER

OSKAR SIMA
FRITZ RASP
ALEXANDER TROJAN
WERNER SCHARF



VROUW IN DEN MAALSTROOM

Frau im Strom

Regie: GERHARD LAMPRECHT

EN BELGIË

CINÉCITY
LEUVEN

van 26 NOVEMBER tot
2 DECEMBER 1943

Gustav FRÖHLICH Jenny JUGO
Rudolf GODDEN & von THELLMANN
W. KOPPENHÖFER
G. WALDAU-ARIBERT WÄSCHER




De KLEINE en de GROOTE LIEFDE

réalisateur: J.V. BAKY
MUSIQUE: HANS SOMMER

ABC

DU 29 SEPTEMBRE AU 5 OCTOBRE

UNE COMEDIE POLICIERE AMERICAINE

LE CAS DES WARE

PERMANENT
En semaine à partir de 2 h.
Dimanche à 1 h.

SCALA
LES VOYAGIERS DU THEATRE

Programma van 21 en 22 Oktober 1944
Zaterdag om 7 uur.
Zondag doorlooptijd vanaf 2 uur.

BOB STEELE DANS
LE CHANTEUR DU RANCH
IN DE RANCHZANGER




SONORE CHANTANT ET PARLANT

Bijlage 17: Leuvense filmaffiches met A.F.P.A.-vermelding

aanplakking	titel 1	titel 3
13.01.1942	Het Testament	
14.01.1942	De Spiegel Des Levens	Spiegel des Lebens
21.01.1942	De Kleine en de Groote Liefde	Die kleine und die große Liebe
25.03.1942	Ik Ben Sebastian Ott	Ich bin Sebastian Ott
1.04.1942	Gij Alleen	Immer nur-Du!
8.04.1942	De Roman van een Dokter	Roman eines Arztes
15.04.1942	De Edele Knecht	Anton, der Letzte
22.04.1942	De Vroolijke Echtgenoot	Hauptsache glücklich!
29.04.1942	Robert en Bertram	Robert und Bertram
6.05.1942	Ik beschuldig	Ich klage an
13.05.1942	D-III-88	
20.05.1942	Mam'zelle Bonaparte	
27.05.1942	Een dolle nacht	Tolle Nacht
9.06.1942	Komedianten	
10.06.1942	De Vos van Glenarvon	Der Fuchs von Glenarvon
17.06.1942	Annette et la Dame Blonde	
24.06.1942	Gevechtsescadrille	Kampfgeschwader Lützow
8.07.1942	De Rebel	Friedrich Schiller - Der Triumph eines Genies
11.07.1942	Diamant Noir	
17.07.1942	Premier Bal	
22.07.1942	De Financien van den Hertog	Die Finanzen des Großherzogs
22.07.1942	Kameraden op zee	
28.07.1942	Het Bal Begint	Wir bitten zum Tanz

aanplakking	titel 1	titel 3
29.07.1942	Het Raadsel van Beate	Rätsel um Beate
28.10.1942	Le Duel	
4.11.1942	Een Man op de Vlucht	
30.12.1942	Metropol-Revue	
6.01.1943	Eénmaal in't Jaar	
13.01.1943	Quax de Brokkenpiloot	Quax der Bruchpiloot
20.01.1943	De Melodie der Liefde	Melodie der Liebe
27.01.1943	Tot Weerziens, Franziska!	
27.01.1943	Le Pavillon Brule	
3.02.1943	Jakko	
3.02.1943	De Koraalprinses	
10.02.1943	Jenny Onze Schooljuf	
10.02.1943	De Groote Liefde	Die große Liebe
17.02.1943	Soyez les Bienvenus	
24.02.1943	Elles etaient 12 femmes	
3.03.1943	Brand op den Oceaan	
3.03.1943	Water voor Canitoga	Wasser für Canitoga
10.03.1943	De droom van Butterfly	Il sogno di Butterfly
10.03.1943	Friedemann Bach	
10.03.1943	Antoon de flierefluiter	
17.03.1943	De Geheime Verliefde	L'amante segreta
17.03.1943	Weensche Nachten	
18.03.1943	Verliefd Avontuur	Verliebttes Abenteuer
24.03.1943	Radio Politie Seint	
24.03.1943	L'Acrobate	
31.03.1943	Vaarwel Jeugd	Addio, giovinezza!
7.04.1943	Geheime Politie	
7.04.1943	Het Verdwaalde Hart	Herz ohne Heimat

aanplakking	titel 1	titel 3
14.04.1943	Wunschkonzert	
14.04.1943	Ik Wacht Op U	
21.04.1943	De Triomf Van Ritmeester Brenken	
28.04.1943	De Gouden Stad	Die goldene Stadt
5.05.1943	Schandaal in de Kostschool	Ore 9 lezione di chimica
6.05.1943	Bruiloft op Berenhof	
12.05.1943	Picpus	
19.05.1943	De Gouverneur	
19.05.1943	L'Assassin Habite Au 21	
26.05.1943	Moord in het Consulaat	Die Sache mit Styx
26.05.1943	De Stap in het Donker	Krok do tmy
2.06.1943	Een Dag Jonge Liefde	
2.06.1943	Smartelijke Vergissing.	
2.06.1943	Erfgename van 't Rozenhof	Die Erbin vom Rosenhof
9.06.1943	Sergeant Berry	
9.06.1943	Liefde gaat zeldzame wegen	Liebe geht seltsame Wege
9.06.1943	Het Kasteel der 8 Mannen	Huit hommes dans un château
16.06.1943	Hartstocht	Leidenschaft
23.06.1943	Het Meisje van de Steppen	Die barmherzige Lüge
23.06.1943	Onbekenden in Huis	
30.06.1943	Hooren, Zien en Zwijgen	Diskretion - Ehrensache
30.06.1943	Kleine meisjes grote zorgen	

aanplakking	titel 1	titel 3
30.06.1943	Kameraden op zee	
7.07.1943	Cirkus-Menschen	Menschen vom Varieté
7.07.1943	Schandaal in Wenen	Falstaff in Wien
14.07.1943	Frau Sixta	
14.07.1943	Uit Het Eerste Huwelijk	"Aus Erster Ehe"
14.07.1943	Les Trois Argentins à Montmartre	
21.07.1943	Clarissa	
21.07.1943	Jenny Détective	Jenny und der Herr im Frack
21.07.1943	7 Jaar Ongeluk	
4.08.1943	De Laatste Troef	Dernier atout
4.08.1943	Karavaan	
11.08.1943	Een Hopeloos Geval	
11.08.1943	De Gebroken Kruik	Der zerbrochene Krug
18.08.1943	Campement 13	
25.08.1943	Donata	Mamma
25.08.1943	La Campagnola	
1.09.1943	Hoera! Ik ben Papa!	
1.09.1943	De Schommelmeid	Das Mädél auf der Schaukel?
8.09.1943	Het Kwelduiveltje	
8.09.1943	Verliefde Onschuld	
15.09.1943	De Gemaskerde Geliefd	Maskovana milenka
17.09.1943	Weensche Bloed	Wiener Blut
22.09.1943	Julien de Medicis	Giuliano de' Medici
22.09.1943	Heb Mij Lief	
29.09.1943	Roode Rozen	Rose scarlatte
6.10.1943	Le Tigre du Bengale	
6.10.1943	Kellnerin Anna	

aanplakking	titel 1	titel 3
13.10.1943	La Comédie du Bonheur	
20.10.1943	Stukas	
20.10.1943	Jenny Detective	
20.10.1943	Le Tombeau Hindou	
24.10.1943	Munchhausen	
27.10.1943	Een dolle Nacht	Was Geschah in diezer Nacht?
2.11.1943	Au Bonheur Des Dames	
3.11.1943	Late Liefde	
3.11.1943	Vrouwen Regiment	Weiberregiment
10.11.1943	Wij Maken Muziek	
10.11.1943	3 Vaders voor Anna	Drei Väter um Anna
17.11.1943	Een Wals Met Jou!	Ein Walzer mit dir
24.11.1943	Le Briseur de Chaines	
24.11.1943	Ster van Rio	Stern von Rio
1.12.1943	Lading voor Baltimore	
1.12.1943	De oude Zondaar	Altes Herz wird wieder jung
1.12.1943	L'Implacable Destin	
8.12.1943	Romance de Paris	
15.12.1943	Een levens symphonie	Symphonie eines Lebens
22.12.1943	De Vlaschaard	Wenn die Sonne wieder scheint
22.12.1943	Op de Vlucht voor de Liefde	Défense d'aimer
22.12.1943	Nous Les Gosses	
29.12.1943	Circustragedie	
29.12.1943	Le Corbeau	
5.01.1944	Erika	
12.01.1944	Vrouwen zijn geen	

aanplakking	titel 1	titel 3
	Engelen	
12.01.1944	De Dans met den Keizer	
19.01.1944	Gevaarlijks Spel met de Liefde	La fausse maîtresse
19.01.1944	Adrien	
26.01.1944	Gevechts-Escadrille	Kampfgeschwader Lützow
22.02.1944	De Verrader	Verräter
1.03.1944	Ons klein Vrouwtje	
3.03.1944	Een Man Gaat Zijn Weg	D. Koács István?
7.03.1944	De Verrader	Verräter
8.03.1944	Montmartre-sur-Seine	
22.03.1944	Monsieur la Souris	
22.03.1944	Eénmaal in't Jaar	
14.04.1944	Stoottroep Hallgarten	Spähtrupp Hallgarten
4.05.1944	Oom Kruger	Ohm Krüger
10.06.1944	Louter bericht opening	
23.06.1944	Stoottroep Hallgarten	Spähtrupp Hallgarten
28.06.1944	Vorhang Fällt	
6.07.1944	Louter bioscoopstrook	
16.08.1944	Louter bericht opening	

Bijlage 18: German Film Poster Law 1935 (Gillespie & Nelson, 2007e, p. 84)

§13 (1) The “Poster” including any picture or scene from the film and the main title;

(2) and any additional title;

3) and accompanying text;

4) in word and writing;

5) in operas;

5) and operettas;

6) the performances in song and speech are to be considered a connecting text;

7) the examination of the title is also done on the basis of § 11 paragraph. 2;

8) for the announcement and handouts;

9) for the film and other advertisements only the approved title of the film is to be used;

10) reference to former restrictions or bans of the film are not allowed in advertising;

11) pertains to the advertisement for a film in and in front of offices;

13) and other places that are open to public;

14) and the advertising through mailed distribution of printed material;

15) and handouts;

16) etc. needs approval of the Censor’s Office.

17) Advertising that has not been approved by the film board and the advertisement of individual owners of movie theatres

18) can be approved through the local police authority.

19) It can only be denied if the requirements of § 7, 11 paragraph 2. are met.

20) All requirements of this law that are valid for the film and its approval are equally applied to its advertising.

21) Regulates the examination of advertising:

1) Titles are the main title, distributing title and the sub- and intertitles.

2) Connecting text is everything that is said or read about the pictures of the film as long as it serves to elucidate them and does not have a meaning of its own.

- 3) The lecture accompanying a film, for example about the foreign legion, where it does not matter if it is held prior, during or after the showing of the film.
- 4) For film sketches, an alternating, presentation, where film and dialogue within the frame of a stage performance follow each other in turns, only the film that is shown has to be approved.
- 5) No matter, if it is the audio rendition of a song or a silent performance with a superimposed bandmaster.
- 6) Films that only consist of text will be treated as normal films, § 4 par. 2.
- 7) That means under the strict rules that apply for approvals for minors. This is based on the fact that from experience weak films are praised especially in an irritating and provocative manner. The excesses that are happening here will be countered with this.
- 8) This also applies to the announcement in printed press.
- 10) Sensational additions are hereby excluded.
- 11) It shall hereby be omitted that the ban of the censorship office or the censorship headquarters is used for advertising.
- 12) Advertising is considered anything that goes beyond the pure announcement of the program. No approval therefore is needed for posting the theatre program with the names of the participating people, unless an advertising statement is added.
- 13) Applies to all areas, the reception lobby, stairway and main hall of the movie theatre.
- 14) This means not only the posting sites, but also in the window of a retail store.
- 15) Advertising in newspapers is not considered a distribution in this sense and is therefore not under supervision of the film censorship board.
- 16) Through the addition of "handout" it is indicated that not all printed paper has to be approved, especially not programs, inserts and textbooks.

- 17) This is validated through the imprint of a seal. The use of advertisement that is not marked in his way is liable to prosecution, § 26 no.2.
- 18) Recently, bigger movie theatres are using large format decorations that are made by the owner under his own responsibility. These advertisements require surveillance by the local police already because of regulatory reasons. Therefore, as an exception, the local police authority is responsible in these instances instead of the film censorship board.
- 19) The permission is only valid within the range of the authority of the approving local police, whereas the approval of the film censorship board is valid for the whole Reich, § 16.
- 20) Complaints have to be directed towards the superior regional authority or submission to the censorship board. Their decisions overrule the local authority.
- 21) Including appeal proceedings in accordance with § 12.

Bijlage 19: In de literatuur vermeldde propagandafilms tijdens de bezetting

Duidelijk propagandistische films: Die Rothschilds: Aktien auf Waterloo; Der Ewige Jude; Hans Westmar; Hitlerjunge Quex; *Jud Süß*; *Ohm Krüger*; Olympia; *S.A.-Mann Brand*; Sieg des Glaubens; Triumph des Willens; *Wunschkonzert*.

Films met propagandistische inslag: Andreas Schlüter; *Bismarck*; *Carl Peters*; *D III 88*; Das Herz der Königin; Der alte und der junge König; Der Choral von Leuthen; Der Herrscher; Der Feuerteufel; *Der Fuchs von Glenarvon*; Der Grosse König; Der Judas vor Tirol; *Der Postmeister*; Der Rebel; Die englische Krankheit; Die Entlassung; Die Feuertaufe; Die letzte Kompanie; Die Reiter von Deutsch-Ostafrika; Dorf im Roten Sturm; Drei Unteroffizieren; Ein Mann will nach Deutschland; Ewiger Wald; Feldzug in Polen; Fiende; Flüchtlinge; Fridericus; *Friedrich Schiller - Der Triumph eines Genies*; Gentlemen; Germanin; GPU; *Heimkehr*; Himmelhunden; *Ich klage an*; *Kadetten*; *Kameraden auf See*; *Kampfgeschwader Lützow*; Kolberg; Leinen aus Irland; *Mein Leben für Irland*; Mein Sohn, der Herr Minister; Münchhausen; Paracelsus; *Pour le Mérite*; *...reitet für Deutschland*; *Rembrandt*; *Robert und Bertram*; *Schimmelreiter*; Sieg im Westen; *Spähtrupp Hallgarten*; *Stukas*; Titanic; Über alles in der Welt, *U-boote westwärts*; Unternehmen Michael; Venus vor Gericht; *Verräter*; *Weißer Sklaven*; *Wenn die Sonne wieder scheint*; York.

Ontspanningsfilms met propagandistisch doel: *Die große Liebe*; *Die goldene Stadt*; *Quax der Bruchpilot*.

Bijlage 20: Mogelijk propagandistische elementen op de volledige filmaffiches



92: Kameraden op zee - Bron: Eric Dewaerzegger, 2010.

• SCALA •
 TERVUURSCHE POORT

Zondag 13 Augustus 1944
 te 15 en 17,30 uur

**MIJN LEVEN
 VOOR IERLAND**

De vrijheidstrijd der Ieren, met René Deltgen,
 Paul Wagener, Anna Damman, e. a.

**Een Kulturfilm
 Het Wereldnieuws**

Toegang : 5 fr. - Kinderen 3 fr.

P. C. 2631

FORUM - LEUVEN

Maandag 7 Juni 1943
 te 20 uur

SPECIALE VERTOONING

VAN

**MENSCHEN IN
 DEN STORM**

MET

OLGA TSCHECHOWA
 EN

ANNELORE SCHROTH

Een oorlogsfilm, maar geen gewone oorlogsfilm.
 Geen krijgsvorchtigen, maar conflicten in de zielen.
 De actie speelt in Joego-Slavie in 1941.

Ingericht door het LEUVENSCH FILMCOMITÉ

EDEN CINEMA
 Place des Martyrs, LEUVAIN

Du Vendredi 8 au Jeudi 14 Août 1944
 Vanaf Vrijdag tot Donderdag

PERMANENT DOORLOOPENDE

Tous les jours à 8 heures à 4,50 fr.
 Dinsdag, 9, 2 h et 4 h, à 2,50 fr.

KINDEREN TOEGELATEN

SEBASTOPOL

AVEC **Camilla Horn**

**CARL JOHN
 WERNER HINZ**

MUSIQUE DE P. KREUDER & F. SCHRODER
 LLOYD-FILM
 ENREGISTRÉMENT TORISKI LANGFILM

CINÉCITY
 LEUVEN

30 OCTOBER
 tot
 5 NOVEMBER

KARL RITTER FILM - UFA

Mathias WIEMAN

CARSTA LÖCK
 ANDREWS
 ENGELMAN
 THEO SHALL

RÉGIE
 PROF. KARL RITTER

Kadetten

CINECITY
LEUVEN
239, UDIESTSCHE STRAAT, 293

van
28 JANUARI tot
3 FEBRUARI 1944

Zondag van 2 uur; Maandag, Dinsdag en Zaterdag van 4 uur; Dondag, Vrijdag en Vrijdag van 6 uur.

*Hermann
BRAUN
Christian
KAYSSLER*

**GEVECHTS-
-ESCADRILLE**

REGIS: HANS BERTRAM

APRIL STEEL

Pub. L.F. DE VOEL & C^o 10-14 BURELSTRAAT

CINECITY
LEUVEN

-o- VAN 9 TOT 15 JULI 1943 -o-

LILY BOUWMEESTER IN

**MORGEN
GAAT
'T BETER**

VLAAMSCHE FILM

KINDEREN TOEGELATEN

CINECITY
LEUVEN

van 29 JANUARI tot
4 FEBRUARI 1943

JUD SÜSS

met
Ferdinand MARIAN
Heinrich GEORGE
en
Kristina SODERBAUM

UFA

*Heinz
RÜHMANN
QUAX
DE
BROKKENPILOOT*

QUAX DER BRUCHPILOT

REGIS: KURT HOFFMANN
HEINZ RÜHMANN FILM - PROD. TERRA

WOLFGANG PETER (DIE-KÖNIGSBERG)
MILLY SESSLER (DIE-KÖNIGSBERG)
MILLY SESSLER (DIE-KÖNIGSBERG)
MILLY SESSLER (DIE-KÖNIGSBERG)

93: Morgen gaat 't beter, Jud Süß en Quax der Bruchpilot - Bron: Eric Dewaerzegger, 2010.

LOVANIUUM
 Zaterdag, Zondag en Maandag
 Avondvertoning te 8 uur. Kinderen toegelaten
 Zondag: Namiddagvertoningen te 2 en 5 uur.
PRIJZEN: Benedenplaats 3 fr. - Gaanderij 2 fr.

WARNER BROS. FIRST NATIONAL FILMS PRESENTS
BRUMES
 JAMES CAGNEY
 PAT O'BRIEN
 JUNE TRAVIS
 STUART ERWIN
 BARTON MAC LANE
 MET IN SCÈNE DE HOWARD HAWKS

LOVANIUUM
 Kinderen altijd toegelaten. Deze week

LE FILM INTERDIT EN ALLEMAGNE ET EN ITALIE

LA GRANDE SOLUTION
 DE GROOTE OPLOSSING

LE FILM QUE TOUT LE MONDE DOIT VOIR
 LE FILM DONT ON PARLE

⚡ **HITLER** ⚡
 EN
MUSSOLINI

komen volgende week in la semaine prochaine au next week in

LOVANIUUM

WARNER BROS. FIRST NATIONAL FILMS, INC.

LES AVEUX D'UN
ESPION NAZI

DE BEKENENTISSEN VAN EEN NAZI SPION
 AVEC **EDWARD G. ROBINSON**
 FRANCIS LEDERER - GEORGE SANDERS - PAUL LUNAS
 Mise en Scène d'ANATOLE LITVAK

CASINO

Vendredi 29 Samedi 30
Dimanche 1 Lundi 2
et Jeudi 5 Mai

Entrées admises

1.00 2.00 3.00 4.00 5.00
Régis 1.10 2.20 3.30 4.40 5.50

LENA
AUSFÜHRER
EYLAU
FREISLAND

KING-FILMS

DRAME D'AMOUR ET D'ESPIONNAGE
SOUS L'HEROÏQUE ÉPOQUE NAPOLEONIENNE

D'APRÈS LA PIÈCE DE
D'AUBIGNY

Imp. L. F. De Vos & C° Anvers-Bruxelles

Feestzaal **LOVANUM**

Salle de Fêtes

Von **Freitag 13** bis **Dienstag 24** April
du **Vendredi 13** au **Mardi 24** avril
(voor 2 weken - pour 2 semaines)

1.00 2.00 3.00 4.00 5.00
Régis 1.10 2.20 3.30 4.40 5.50

LES BAMBES MONTRE À 2 et 3 h

KINBERG TOEGELATEN
EVENTS ADMIS

Kwas een spioene

ET J'ÉTAIS UNE ESPIONNE - IVALA SY

REALISATIE: ROYAL BAVLON

DE WARE GESCHIEDNIS
VAN DE BELGISCHE SPIONNE
MARTHA CROCKAERT VAN ROTTERDAM

KINBERG TOEGELATEN

SCALA

TRAVOORNEN FORUM

Donderdag om 8.12 uur
Namiddagvertoning

Prison des Plaisirs - 1.00 et 3.00

MARIE GLORY • GEORGES RIGAUD • FELIX OUDART

DANS
SON ALTESSE IMPÉRIALE

MUSIQUE FRANZ LEHAR - MISE EN SCÈNE VICTOR JANSON - PRODUCTION PRIMA-FILM BELU.F.A.

THE ROAD BACK

D'APRÈS L'ŒUVRE DE
ERICH MARIA REMARQUE

LES BAMBES MONTRE À 2 et 3 h

EDEN CINEMA
 SCHEDEL A 511 AVONDVERT. TE 8 U.

Du Vendredi 29 Avril au 5 Mai PERMANENT à 5 h.
 VANAF VRIJDAG APRIL TOT MAI Doorlopend

sauf le Mercredi - behalve 's Woensdags
 Enfants non admis
 de 1,30 h. à 7,45 h.-soirée à 8 h. Kinderen niet toegelaten

Jean CABIN

dans

GUEULE D'AMOUR

avec
 Michèle BALIN
 Marqu Shore DEVAL
 René LEFÈVRE

D'APRES LE ROMAN D'ANDRÉ BEUCLER
 ADAPTATION ET DIALOGUES DE CHARLES SPAAK
 REALISATION JEAN GREMILLON

CC

EDEN CINEMA

29 MEI - 4 JUNI

DOORLOPEND : Zondag om 1,30 uur.
 Donderdag om 2 u. - De andere dagen om 4 u.

Stell voor
PAUL HÖRBIGER
 Gisela CHLEN * Carl RUST
 Carl RADDATZ

MINNESPEL en LIEFDE

met
 MARIA KRAHN * MARINA VON DITMAR
 KARL GÜNTHER *

D'OP ARTIJF. MARIA KREMER
 MUSEE FRANK DE FRIEDL
 CON. DE KA-FILM VAN DE TEMPA

KINDEREN NIET TOEGELATEN

VERBODEN FRANK DE WALLE

DO VANTUM
 Kinderen altijd toegelaten. Deze week

Een Engel en een Man
 EEN JAN VANDERHEYDEN-FILM

VOOR DE FILM GESCHREVEN DOOR
FELIX TIMMERMANS
 MET
 WILLEM BENOY
 GERMAINE LOOSVELDT
 JEF BRUYNINCKX
 CHARLES JANSSENS
 WILLEM CAUWENBERG
 LOUISA COLPIJN
 GRETA LENS
 MARIA RIGOUTS
 JEF VAN LEEPUT
 FRED ENGELEN
 LOUISA LAUFANNE

ROBIERT
 RENAAT VEREMAN
 & RUD. PERAK

VERBODEN DOOR
 I.F.D. BRUSSEL

EDEN CINEMA
 P. van der Straet, L. VAN N.

Du Vendredi 14 au Jeudi 20 Nov. 1941
 VANAF VRIJDAG tot Donderdag

PERMANENT
 Van 1,30 uur à 4,45 heures.

DOORLOPEND
 Alle dagen om 4,45 uur.
 Zondag om 2 u. en Donderdag om 2,30 u.

ENFANTS ADMIS
 KINDEREN TOEGELATEN

GUSTAV DIESSL
 BENE DELTGEN
 CAROLA HÖHN
 ELLEN BANG
 HILDEBRAND

WOLFF
 SCHULZ
 ANDORF

ACTION - PRODUKTION
 KARL SCHULZ

De groene L'EMPEREUR vent KEIZER

CINECITY
LEUVEN

VAN 16 TOT 22 JULI 1943

UFA FILMS

Gustav Fröhlich
Franziska KINZ
Ilsse WERNER

Les-acteurs

Frau Sixtad

avec GUSTAV UCIČEKY "DE DE UFA"

avec JOSEFINE DORA • JOSEF EICHHEIM • BEPPO BREM
GUSTAV WALDAU • HEIDEMARIE HATHEYER

Produktion: PETER CUREMANN
présenté par GUSTAV UCIČEKY

Herbert Winkert

VERBODEN IN BRUGG

CASINO

Vendredi 25 Samedi 26
Dimanche 27 Lundi 28
et Jeudi 31 Mars

LES FILMS EMKA présentent

PAULETTE DUBOST - GERMAINE ROGER
JOSE NOGUERO - JEAN WEBER

CUPIDON AU PENSIONNAT
(LA PETITE JAVAGÈRE)

CHRISTIANE DELVINC - LAROUCY
LUCIENNE LE MARCHAND
ALICE TISSOT et PAULEY

Production: MAZ GRASS

Imp. J. F. De Vos & F. Brauner

EDEN CINEMA
Place des Marrons, LEUVEN

De Vendredi 9 au Jeudi 15 Mai 1941

Nouvel Vexilard

Tous les jours après-midi à partir de 4,30 h. | Matinée 2,00 | Soirée 4,30 sur.
Dimanche, permission à partir de 2 heures. | Soirée, deux entrées: 2,00 sur.
Jeudi, permission à partir de 2,30 heures. | Doublet, deux entrées: 2,30 sur.

ENFANTS NON ADMIS KINDEREN NIET TOEGELATEN

LES FILMS EMKA présentent

MONSIEUR PERSONNE

Jules BERRY
avec JOSSALINE GÆL

PRODUCTION SIGMA

L.F. DE VOS & C.

LES FILMS EMKA présentent

VICTOR FRANÇEN
SESSAK HAYAKAWA
LOUIS JOUVET

dans

FORFAITURE

avec Lise DELAMARE - Sylvia BATAILLE

Film de MARCEL L'HERBIER - Production PIERRE BRAUNBERG