

Kino, Plakat und Kinoplakat / Von Dr. Herbert Tannenbaum, Mannheim

In der gegenwärtigen Zeit hat die Entwicklung des Kinematographen zum Unterhaltungsinstrument, eine Entwicklung die seit etwa sechs Jahren mit einer unerhörten Schnelligkeit und Intensität vor sich ging, einen Höhepunkt und damit einen gewissen (nur vorläufigen) Abschluss erreicht. Von allem Anfang

Schon damals war es das Kinostück, das die Massen so gewaltig anzog, also das von Schauspielern „gestellte“ Spiel, das, anfangs in wenigen Minuten, späterhin im Verlauf von drei und mehr Akten, die Zuschauer belustigte oder rührte, wie eben die Reihenfolge eines bunt zusammengewürfelten Programms es wollte. Neben diesem Kinodrama führte damals – und heute



Julius Klinger

Abb. 1

Kinoplakat

Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin



Julius Klinger

Abb. 2

Kinoplakat

Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin

an wurde die eigenartige Erfindung nicht so sehr zu wissenschaftlichen Zwecken, als vielmehr zur Unterhaltung der breiten Masse des Volkes ausgebeutet. Mit der Schaubude, die auf Messen und Märkten umherzog, und vor der ein starkstimmiger Ausrufer auf die sehenswerten Darbietungen hinwies, fing es an. Diese Art von Reklame genügte vollauf: auch ohne sie wären diese Stätten eines ungewohnten Vergnügens, wo sie erschienen, überfüllt gewesen.

noch – die Naturaufnahme und der aktuelle Film, der Tagesereignisse aus aller Herren Länder zeigte, ein gern geduldetes, aber bescheidenes Dasein.

Das Kinostück brachte eine ganz neue, eigenartige dramatische Ausdrucksmöglichkeit, die aber bei aller Neuheit ihre Wurzeln hat in der Urzeit theatralischer Darstellung, in jenem Boden, dem die Pantomime als die ursprünglichste Form aller Theatralik entwuchs.

Das Kinodrama ist das Drama ohne Worte, das Drama