

Filmreflame und Reflamefilm

VON ERNST COLLIN, BERLIN

Wenige Tage nach Niederschrift des hier abgedruckten Aufsatzes, nämlich am 13. Juli 1916, erschien in den Berliner Tageszeitungen folgende Bekanntmachung:

„Das Berliner Polizeipräsidium teilt mit:

Die stetig zunehmende und auf den öffentlichen Strassen mehr und mehr störend hervortretende Plakatreklame für Kino- und Variétédarbietungen hat Anlass zu einer behördlichen Regelung für den Landespolizeibezirk Berlin durch zwei einander ergänzende Verordnungen des Oberbefehlshabers in den Marken und des Polizeipräsidenten zu Berlin gegeben. Die Regelung erstreckt sich auf Reklameplakate für öffentliche Schaustellungen jeder Art, und es lag ihr das Bestreben zugrunde, die Strassenreklame für die genannten Darbietungen unter Zugrundelegung desjenigen Reklameumfanges einzuschränken, der bisher für die Theater üblich gewesen ist. Zu diesem Behufe werden Reklameabbildungen, wie sie zum öffentlichen Ärgernis namentlich bei den Kinos dadurch aufgekommen sind, dass Abbildungen von Verbrechen, Gewalttätigkeiten und sonstigen schreckenerregenden Dingen sowie sittlich anstössige Bilder als Lockmittel benutzt wurden, allgemein verboten. Reklameplakate für alle öffentlichen Schaustellungen werden ferner grundsätzlich auf die öffentlichen Anschlagssäulen (Liffasssäulen) verwiesen. Ausser an diesen sollen derartige, von der öffentlichen Strasse aus sichtbare Plakate nur vor denjenigen Gebäuden selbst, in welchen die Vorstellungen stattfinden, nicht aber an anderen Baulichkeiten, insbesondere nicht an Schaufenstern anderer Häuser gestattet sein. Ausserdem wird der Flächeninhalt der einzelnen mit Bild oder auffälliger Schrift versehenen Plakate sowie der Gesamtflächeninhalt aller derartiger Hausreklame, die bei den

Theatern, wenn überhaupt, sehr spärlich angebracht waren, aber namentlich bei Kinos vielfach ins Ungemessene gingen, entsprechend beschränkt.

In Anlehnung daran setzen die Verordnungen einzelne, den Betrieb der Kinematographentheater betreffende Vorschriften fest, insbesondere das Verbot, den Betrieb ausserhalb der Zeit von 3 Uhr nachmittags bis 11 Uhr abends zu führen, ferner die Verpflichtung, die Programme behördlich anzumelden, keine zensurpolizeilich verbotenen Filme anzukündigen und keine Hausreklameplakate für solche Filmvorführungen anzubringen, deren Besuch Kindern untersagt ist. Das Inkrafttreten der Verordnungen ist auf den 15. August festgesetzt.“

Alle Freunde wahrer Plakatkunst werden diese Verordnungen des Berliner Polizei-Präsidenten nur mit Freude und Genugtuung begrüssen. Sie bedeuten durchaus nicht, wie mancher Kinobesitzer oder manche „Kunstanstalt“ wohl fürchten wird, eine Erdrosselung der Plakatreklame schlechtweg, wie sie etwa durch unerhörte Besteuerung aller Plakate seit Monaten in Italien geschieht, vielmehr eine Beschränkung der Scheusslichkeiten, die sich, wie gerade der nachfolgende Aufsatz zeigt, immer breiter und weiter auf die Berliner Strasse gewagt haben. Man braucht durchaus nicht zu verkennen, dass eine polizeiliche Regelung der Geschmacksfrage ein sehr zweischneidiges Schwert ist, indessen hat gerade das Berliner Polizei-Präsidium in dieser Hinsicht bisher viel Takt, Umsicht und Duldsamkeit gezeigt, wie jeder Vorurteilslose anerkennen muss. Das, was durch diese Verordnungen bekämpft werden soll, hat unsren Zielen nur geschadet, unsrer Sache nur Feinde, aber keine Freunde zugeführt.

Der Herausgeber.

SCHLECHTE, miserabel schlechte Plakate, bessere und gute Plakate, wieder schlechte Plakate – so ungefähr liesse sich in knapper Form der Werdegang des Kinoplakats ausdrücken. Dass Kino und Plakat eng zusammenhängen, dass überhaupt der vielgerühmte und vielgeschmähte „Siegesszug des Kinos“ ohne das grossmächtige, buntbedruckte Stück Papier, Plakat genannt, gar nicht denkbar wäre, ist eine Binsenwahrheit, für die ich an dieser Stelle keine umständliche Beweisführung anzutreten brauche. Natürlich hat das Kino vom Plakat auf seine eigene Weise Nutzen gezogen. Wie es selbst – überwiegend – vergrößertes Theater darstellt, wie es das Sentimentale in kitschige Rührseligkeit auflöst, das Erhaben-Tragische zu schundliteraturhafter Kriminalistik macht und das Possenhafte in blühenden Unsinn wandelt, so hat es auch dem Plakat seinen vergrößernden

Stempel aufgedrückt, der nur auf die für starke oder naive Nerven erträgliche Effekthascherei berechnet ist. So hat es, um sein Publikum anzulocken, diejenigen Plakate am zugkräftigsten gefunden, die des Stückes wirksamste Szenen in einer jeder künstlerischen Schilderung baren Weise darstellten. Diese Plakate in „englischer Manier“, die eigentlich nichts sind als eine verschlechterte, nur um die Farben gesteigerte Photographie, herrschen zum grössten Teile noch heute. Werden sie überhaupt auszumerzen sein? Dr. Herbert Tannenbaum hat im „Plakat“ vom November 1914 recht anschaulich die Wiederstände geschildert, die das „künstlerische“ Plakat bei den Kinobesitzern gefunden hat. Er hat die Schuld dabei auf die Plakatkünstler geschoben, die es nicht verstanden, mit dem erregten „Kinotempo“ Schritt zu halten. Das dürfte aber nur