



Fig. 11

Die *Filmreklame*, bedient sich der Spielfilme oder Trickfilme, die als Werbefilm von etwa 40–80 m und mehr erstens in ihrer Herstellung sehr viel Geld kosten, wenn sie noch einigermaßen ohne Ärgernis und mit Wirkung entgegengenommen werden sollen, und zweitens wegen ihrer Länge in den meisten Fällen sehr schwer oder unter hohen Gebühren untergebracht werden können.

An einem Schwingungs- bzw. Resonanz-Werbefilm soll hier gezeigt werden, wie man billig und wirkungsvoll innerhalb etwa 80 Sekunden einen Werbefilm ablaufen lassen kann, der eben wegen seiner Kürze auch leicht unterzubringen ist.

Wir bedienen uns wieder des unbunten Resonanzplakats (Fig. 9), womit zugleich auch gezeigt ist, welche vielseitige Verwendung ein gesetzmäßig aufgebautes Werbemittel, also ein Entwurf, für unsere Zwecke finden kann.

Wir haben also den Zweitakt-Rhythmus. Nach kurzem Titel setzt der Film mit weißer Fläche ein, auf dem im $\frac{2}{4}$ -Takt abwechselnd links und rechts ein Notenkopf auf Notenlinien erscheint. 4 Takte, die z. B. lediglich von der Pauke des Orchesters aufgenommen werden, die dabei in Resonanz kommt