

Bildphase aus dem Werbefilm von Seite 91 / Zeichnung von Walter Reimann

WENN wir den »Werbefilm« als ständige Rubrik in dieser Zeitschrift aufnehmen, so ist das nicht eins seitig zu denken, als ob nur der zu geschäftlichen Zwecken hergestellte Propagandas oder Trickfilm damit gemeint wäre. Wir möchten vielmehr die Bezeichnung »Werbefilm« allgemein aufgefaßt has ben. »Werbefilm« soll ein Schlagwort sein, ein Ruf, der alles zu sammeln hat, was irgendwie zur Försderung des künstlerischen Filmwesens entwicks lungsfähig und aufbauend ist. Und zwar soll dies ser Ruf vornehmlich an die Maler und Graphiker gerichtet sein — denn immer noch betätigen sich zu wenig gute und beste Kräfte für den Film!

Dieser täglich wachsende Kunsts und Industries zweig unseres heutigen Lebens ist im Gegensatz zu anderen Industriezweigen in der künstlerischen und wirkungsvollen Ausgestaltung seines Werbes wesens immer noch arg vernachlässigt.

Ein Vergleich der Werbemittel anderer Industrien mit denen der Filmindustrie überzeugt ohne weisteres von der Rückständigkeit der letzteren. Den Herren Propagandachefs der Filmindustrie möge immer wieder gesagt sein: Jede Propaganda erforsdert hemmungslosen, schöpferischen Geist! Breschen Sie vor allen Dingen mit dem üblen Vorurteil, daß das FilmsPublikum künstlerische Dinge nicht

versteht oder gar ablehnt. Glauben Sie wirklich, eine Zigarettenmarke wird nun plötzlich weniger gekauft, weil ihre Packung, Aufmachung und Insserierung in künstlerisch wirkungsvoller Form zusrecht gemacht ist? Deshalb lehnt das Publikum einen Film sicher nicht ab, weil ermit geschmacklich einwandfreien Werbemitteln ausgestattet und beskannt gegeben wurde!

Aber nicht nur der Film als Werbemittel für ans dere Produktion –, oder die Werbemittel für die Filmproduktion – sondern auch der künstlerische Film, vom Standpunkt der Bildwirkung und Fors mensprache soll hier Berücksichtigung finden.

Unser Hauptinteresse ist demnach zuerst dem malerischen und graphischen Werk gewidmet, das für und durch den Film entsteht und immer die Seele eines Films ist.

Wir wollen versuchen, Anregungen zu geben und uns Anregungen geben zu lassen. Wir betrachten unsere Aufgabe als eine kulturelle und bitten Freuns de und Interessenten, mit Anregungen und Vors schlägen an der Sache mitzuarbeiten. Es gilt neue Schätze zu heben, zu entdecken und einer guten Aufgabe dienstbar zu machen. Maler und Graphis ker! Der Film ist ein ungeheuer großes Gebiet voller ungeahnter Möglichkeiten – tummelt Euch!

Schriftleitung Werbefilm

94