

Ganz schlimm bestellt war es mit der Ausland-Plakatreklame, um die seltsamerweise das Direktionskollegium sich fast gar nicht kümmerte, weil die Leiter dieser Abteilung selbst einmal im Ausland gewesen waren und schlankweg behaupteten, ihr Geschmack wäre der dort maßgebende und ohne ihn seien die Filme geschäftlich nicht zu lancieren. (Ehrfurchtvolles Schweigen.) Abgesehen von den Riesenformaten, die man für das Ausland fabrizierte, wünschten die Abteilungsleiter im »Sujet«, in Form und Farbe solche Orgien vom Grotesken bis zum Blutrünstigen, daß der Reklameleiter jede Verantwortung ablehnen und sie allein wirtschaften lassen mußte. Dieselben Herren sind es, die uns nun die erschütternde Reklameaufmachung amerikanischer und anderer ausländischer Filme vermittelt haben; sie versuchten damit, die Probe auf ihr Exempel zu liefern, haben uns aber zweifellos nicht das Gute, sondern das Allerschlechtesten aus jenen Ländern vorgeführt und das Kunstniveau international verfälscht. Darüber möge man die ausländischen Künstler befragen. So viel steht fest, daß ein Land, in dem eine gute Reklamekunst gepflegt wird, wie zum Beispiel die Schweiz, unsere Plakate gar nicht annimmt und für unsere deutschen Filme sich eigene, aber gute schweizer Plakate daheim entwerfen läßt. Man versucht bei uns, diese beschämende Tatsache mit der nebensächlichen Ausrede, daß dort andere Formate üblich seien, zu entkräften. Das ist nicht stichhaltig, denn man kann die Malleinwand und den Druckstein auch bei uns auf jene Formate einrichten.

Wir müssen die Forderung aufstellen, daß einmal in Berlin eine internationale Ausstellung guter Filmplakate veranstaltet werde; erst so werden wir den Bann brechen und die wechselseitige Achtung begründen. Dann mögen sich die Ateliers der deutschen Künstler öffnen und ihre abgelehnten Plakate zur Schau stellen, damit die öffentliche Meinung, die angeblich von den Filmleitungen geschützt wird, selbst bekunden kann, daß sie gar nicht tyrannisch den Kitsch will, sondern gern das Gute nimmt, wenn man es ihr nur nicht vorenthält.

Über die vorerwähnten »Tableaux« ist kaum noch etwas zu sagen, weil sie augenscheinlich aus dem Gebrauch gekommen sind, wohl aber über die Photographien, die ihnen und den Theaterprogrammen zugrunde liegen. Es werden von den angeblich wichtigsten Szenen eines jeden Films sehr kostspielige Serien von Standaufnahmen gemacht. Abgesehen davon, daß sie, im Vergleich zur Belebtheit des Films, stets etwas Gemachtes und Gekünsteltes an sich tragen, werden sie vor der

Ausgabe fast ausnahmslos von unkundiger Hand »gesiebt«, so daß die wenigen guten der Ausscheidung anheimfallen und nur die »interessanten« der Ausstellung für würdig befunden werden. Jetzt ist man aber wenigstens dazu übergegangen, nur die Photos für sich allein in die Schaukästen zu hängen, anstatt sie, wie es früher nur nach langen Kämpfen gelegentlich verhindert werden konnte, mit dem obligaten Jugendstilornament zu umranken. Fast jeder Film hat, wenn auch ohne Verschulden der Operateure, einige gute photographische Stellen; man schneide sie aus dem Filmstreifen, vergrößere sie und verwende sie als Illustrationen der Theaterprogramme, und wenn man dann noch auf die meist lächerlich schlechten und ungeschickten Texte etwas mehr Sorgfalt verwendet, so kommt vielleicht etwas zustande, was kultivierte Kinobesucher nicht vor Scham erröten läßt. Im Interesse der Öffentlichkeit muß man auch verlangen, daß bei der »Aufmachung« der Premieren etwas mehr Zurückhaltung geübt wird. Es ist geschmacklos, das Vestibül mit historischen Stilmotiven zu überladen und die ganze Dienerschaft bis zum obern Logenschließer hinunter in die geliehenen Kostüme jener Zeit zu stecken, in der nachher auf der nächsten Leinwandfläche photographische Bilder abgerollt werden. Vor solchen und vielen anderen Geschmacklosigkeiten könnte der Rat eines Künstlers bewahren.

Als Schlußfolgerung möchte ich sagen: Wie die aktive Beschäftigung mit dem Spieltheater oder mit dem Rennsport Theaterblut oder Sportblut erfordert, so muß auch der Künstler, der für den Film arbeiten will, Filmblut in den Adern haben, sonst wird er es nie lernen, die Phantasie der Filmleute von der Stelle an, wo sie anfängt, Bocksprünge zu machen, auf künstlerische Bahnen zu lenken. Der Reklameleiter muß ihn dabei unterstützen, und auf ihm ruht die größte Verantwortung; er darf weder in meinen Fehler verfallen, nur »ideale Forderungen einzukassieren«, noch darf er in wichtigen Dingen leichte Konzessionen machen. Ich habe gesehen, wie ein wundervolles Plakat von Ludwig Kainer einem halben Wort des Generaldirektors ergebnislos geopfert und dann durch ein ganz schlechtes eines Unbekannten ersetzt wurde. Immerhin muß der Reklameleiter sehr daran denken, sich Einfluß und Stellung zu schaffen und dauernd zu sichern; dazu gehört eine oft recht derbe Film-diplomatie, aber nur ihr kann es gelingen, in den typisch chaotischen Filmbetrieb soviel Ordnung zu bringen, wie nötig ist, damit Kunst nicht zum Kitsch werden muß.