



DER bekannte Filmstar Itzi Pitzi setzt unter seine süß-lächelnde Photographie mit kühnen, Bedeutung verratenden Schriftzügen die vielleicht oft wahre Versicherung, daß er seine Schönheit nur den Meisterhänden des Coiffeurs Heinz Paffke verdanke, ohne den er einfach nicht leben könne. Herr Paffke hängt sich das in die Wände seines Salons, stellt es in seine Auslage. Das mag eine gute Reklame für das Fräulein Itzi Pitzi sein. Sie ist es nicht so sehr für Herrn Paffke. Warum ist das so? Frauen sind gegen ihre lebenden Geschlechtsgenossinnen überaus kritisch. Nicht geradezu neidisch auf offenkundige Vorzüge, wenn solche zugegeben werden, aber mehr als das: mißtrauisch. Sie schreiben das gute Aussehen der Filmdame lieber dem nachhelfenden Photographen zu als dem nachhelfenden Coiffeur. Oder in ganz eklatanten Fällen überhaupt nicht der Kunst, sondern — der Jugend der photographierten Frau, mit dem stillen Seufzer: „wenn man achtzehn ist . . .“

Die Photographie nach dem Leben, angewandt auf die Reklame für weibliche Artikel, überzeugt nicht. Es fehlt ihr die schlagende Drastik. Die

THE well-known film star Nelly Dell takes a photograph showing her sweetest, toothiest smile, scrawls a signature in a bold hand, denoting character in every curve, and assures the world, perhaps with truth, that she owes all her beauty to the master-hand of the hairdresser Henrico Piffle, and that she simply could not exist without him. Mr. Piffle hangs the testimonial on the wall of his parlours and puts it in his show-window. It may be a good advertisement for Miss Nelly Dell. It is not of much use to Mr. Piffle. How is this? Women are tremendously critical of their own sex. They are not precisely envious of obvious advantages, when these are openly acknowledged, but worse than that, they are mistrustful. They ascribe the filmlady's good-looks to the photographer's art rather than to that of the hairdresser. Or when the matter is too flagrant, they leave art out of account altogether and ascribe everything to the youthfulness of the subject of the photograph, sighing resignedly: "Yes, when one is only eighteen . . ."

Photographs from life, utilized as advertisements for articles of feminine attire, are never convincing. They lack the drastic, the striking note. —

The female observer oft such an advertisement is much more interested in the more or less well-known subject of the photograph than in the