

Der ideale Liebhaber

Von
M. Schmahl, Hollywood



„Liebe ist das sicherste Geschäft“, konstatierte der amerikanische Filmproduzent schon vor Jahren, und bewies an Hand von Ziffern, dass Filme, die keine Liebesgeschichte als Sujet hatten, ein Risiko bedeuteten.

Kinobesuchern, die andere Probleme verarbeitet sehen wollten oder etwas Phantastisches, Ausgefallenes, rief er zu: „Bitte, meine Herren Highbrows (so nennt man in Amerika die Intellektuellen), investieren Sie doch Ihr Geld in hochtrabenden literarischen Sachen — warum soll ausgerechnet ich Idealist sein auf Kosten meines Vermögens?! Bauen Sie kubistische Dekorationen, streichen Sie die Titel, seien Sie geistreich, und — — — werden Sie reich dabei. Ich für mein Teil bleibe bei der Liebe.“

Aber das ewig alte und stets neue Thema verlangte Variationen: alle berühmten Liebespaare geschichtlichen und historischen Ursprungs wurden nach und nach mobil gemacht und — glücklich verheiratet. So will es bekanntlich das Kinopublikum drüben. Selbst Paolo und Francesca geht es heute auf diese Weise gut. Und täglich meldeten sich neue Paare beim Standesamt des Films: wohlgenährte Kinder berühmter Schriftsteller und schemenhafte Sprösslinge der Legionen von Magazin-Novellisten.

Diese ungezählten Typen Liebender forderten ein starkes Aufgebot verschiedenartigster Darsteller. Man verwendete grosse Sorgfalt auf die Wahl der Liebhaberin, eine vielleicht noch grössere auf die Wahl des Liebhabers. Aus Rücksicht auf die weibliche Kundschaft.

Die Frauen in Amerika sind weniger in Berufen tätig, als man in Europa im allgemeinen annimmt, und gehen schon vormittags ins Kino. Hat ihnen der Film resp. der Liebhaber des Films gefallen, so besuchen sie das Theater abends noch einmal. Meistens in Begleitung eines eifersüchtigen Jack oder Dick.

Alles auf dieser Welt ist bekanntlich eine Sache von Nachfrage und Angebot. Liebhaber wurden verlangt, und es wuchsen Liebhaber: leichte und schwere, jugendliche und solche im besten Mannesalter; kindlich hilflose und starke beschützende, schöne und interessante, dämonische und harmlose, Intellektuelle, Naturburschen, Skeptisch-Überkultivierte usw.

Sie alle fanden ihre Abnehmer oder vielmehr Abnehmerinnen. Bei den grossen Produzenten und den führenden Filmzeitungen liefen täglich über