

„Glamor“ — das neue Schlagwort

New York, Sommer 1932

Mit gemischten Gefühlen melde ich den Tod des Wortes Sex appeal. Die Sache selbst wird wohl in absehbarer Zeit nicht sterben, aber das Wort ist bereits ersetzt durch ein anderes: Glamor. „Sex appeal“ war ein herzlich dummes Wort, und das Dümme daran war, daß es überhaupt erfunden und in Umlauf gesetzt wurde zur Bezeichnung von etwas, was die Menschen immer gefühlt haben, ohne es zu benennen. Hollywood mußte kommen, die Epoche der amerikanischen Prosperität mußte kommen, um eine Lücke des Wortschatzes zu entdecken dort, wo er Hunderte blitzender Brillantfacetten, aber keine Scheidemünze bot. Und so entstand das fürchterliche „Sex appeal“, indem eine Tafelrunde von Filmgeschäftsmännern sich über den englischen Gegenwert des *Je ne sais quoi* den Kopf zerbrach, ein frisch von den Rattenexperimenten seiner Universität kommender junger Mann schüchtern „sex appeal“ in Vorschlag brachte und ein Präsident sich auf die Stirn schlug und ausrief: „Da haben wir's!“ Der junge Mann war zu schüchtern, um zu erklären, daß er es so ernst gar nicht gemeint hatte, und bald erfuhr die Filmwelt und durch sie die Welt, was sie so genau gar nicht hatte wissen wollen, daß all die vergötterten Helden und Heldinnen die Sexualität der Zuschauer angesprochen hatten. Aber in einem Amerika, dessen Hauptproblem der nackte Hunger ist, wird das amerikanische Wort für nackte Liebe zu Grabe gelegt zusammen mit manchen anderen Produkten des falschen Schönwetterjahres 1928.

Glamor ist ein altes feines Wort, das sich zunächst die Filmbranche mit ihrer Vorliebe für alte feine Dinge angeeignet hat. Man findet es nur in den großen Wörterbüchern, es bedeutet Glanz, Glanz einer Erscheinung, Glanz eines Werkes, eines Lebens, einer Lei-

stung, einer Abfuhr, einer Arie usw. Glamor bedeutet heute, wie aus Hollywood mitgeteilt wird, mehr und weniger als Sex appeal. Es gibt Sterne, die ins zweite Treffen gerückt waren, weil es ihnen an Sex appeal fehlen sollte, und die jetzt wieder in den Vordergrund treten dürfen, weil das Luchsauge der Direktion Glamor in ihnen entdeckt hat. Ich brauche Ihnen das Wort nicht näher zu erklären, denn Sie werden es bald bei sich in Deutschland haben, der Filmverleih wird Glamor fordern. Man könnte es provisorisch mit sachlichem Glanz übersetzen.

*

Glamor ist das, was *der neue Capone-Film* in sich hat. Sie kennen ihn nicht; Sie müssen sich aber nur fragen, wie ein Capone-Film beschaffen zu sein hat, von dem man in Amerika auch heute noch ein Geschäft erhofft. Es handelt sich um den Film „Scarface“, den der junge Millionär Howard Hughes für 750 000 Dollar, also 3 150 000 Mark hat herstellen lassen. Eine hübsche Summe, besonders heutzutage, aber ein Pappenstiel gegen die Herstellungskosten des Fliegerfilms „Hell's Angels“, den der junge Hughes gegen den Rat aller Sachverständigen, und zwar dreimal hatte drehen lassen, den jeder für einen Reinfluss hielt und mit dem er doch auf seine Kosten kam. Der Capone-Film unterscheidet sich von den paar Dutzend Gangsterfilmen, die wir schon haben, abgesehen von einem Plus an Authentizität und einem Plus an Leichen, lediglich durch Glamor. Soviel ist in einem Film überhaupt noch nicht gemordet worden wie in „Scarface“. Es soll auch furchtbar echt darin zugehen, alle Reporter, die sich seinerzeit um die Aufklärung bestimmter Morde besonders bemüht hatten, sind zur Bearbeitung der einschlägigen Manuskriptteile herangezogen worden. Der Glamor des Films soll übrigens in der Hauptsache von dem wunderbar