

Beteiligten vereinbaren lässt, eine Frage, die brennend geworden und die schnell gelöst werden muss.

In einer Besprechung, die mir der verdienstvolle Leiter des Inlanddienstes des Bild- und Filmamts, Herr Dr. Wagner, gewährte, konnte einmal festgestellt werden, dass das Ziel der amtlichen Stelle letzten Endes stärkste Förderung der ideellen Interessen der deutschen Kinematographie als weltbeherrschender Faktor ist, eine Feststellung, die darum zu begrüßen ist, weil mit ihr die Förderung unserer materiellen Forderungen, soweit sie berechtigt und erreichbar sind, unzertrennbar verbunden ist. Freundschaftlich, allen Faktoren der Industrie gegenüber beratend und helfend, möchte die Zentralstelle ihre Ziele erreichen, und wenn sich scheinbar Gegensätze zeigen, so liegt das daran, dass eben kein Ding von Anfang an vollkommen ist.

Man darf nicht verkennen, dass die Verbreitung der Werbefilme vorläufig noch nicht zentralisiert ist, dass fast alle Stellen in Spezialfällen ihre eigenen Wege gehen, und dass zuletzt der Theaterbesitzer vor Tendenz- und Werbefilmen ertrinkt. Die Aufnahme-fähigkeit des jeweiligen Programms in den Lichtbildtheatern ist nach zwei Seiten hin begrenzt. Einmal ist die genügende Meterlänge auf Wochen, zur Zeit sogar auf Monate hinaus, vorher festgelegt, dann aber will das Publikum auch nicht überfüttert werden, und es fühlt sich bereits satt nach zwei kurzen, mindestens aber nach drei Akten belehrender Bilder. Hier müsste zuerst eingesetzt werden. Eine Zentralstelle hätte vor der Aufnahme eines Werbefilms Genehmigung zu erteilen und eventuell Zeitpunkt des Erscheinens zu bestimmen. Verteilungsstellen in Anlehnung an die Fachorganisationen dürften einzig und allein den Vertrieb

übernehmen, dann erst würde eine Uebersicht möglich sein und eine ziel- und wirkungssichere Durchführung. Der privaten Spekulation müsste der Werbefilm während des Kriegs unbedingt entzogen werden.

Die Theaterbesitzer wollen gern und freudig in ihren Theatern werben und wirken für die tausend kleinen und grossen Dinge, die der Krieg gebieterisch fordert, das klang auch durch in einer Aussprache beim achten Armee-korps in Coblenz über die hier angeschnittene Frage, aber sie wünschen individuellere Durchführung der amtlichen Pläne um der Sache und um ihrer selbst willen. Sie wollen mitarbeiten, möchten aber auch mitberaten, wo es sich um Fragen handelt, die letzten Endes sie mitangehen. Es ist bezeichnend für den guten Geist des Bild- und Filmamts, dass es diesen Wunsch zur Tat erhob und für den Coblenzer Bezirk eine ständige Kommission unter dem Vorsitz des Herrn Walter Gordon einsetzte, die von Fall zu Fall vom Generalkommando gutachtlich gehört werden soll.

! Diese Einrichtung, die vom Verfasser dieser Arbeit, verschiedenen Verbänden und Behörden gegenüber schon vorher angeregt und befürwortet worden ist, wird die Lösung dieser Seite der Angelegenheit sicherlich fördern und uns weiter bringen.

Die noch ganz ungelösten Probleme liegen allerdings ganz woanders. Sie betreffen die texttechnischen Seiten des Werbefilms. Das Problem eignet sich kaum zur öffentlichen Behandlung. Dass aber das Bild- und Filmamt auch da auf dem einzig richtigen Weg ist, das bewies — abgesehen von der Länge und dem Schluss — das Bild „Un-sühnbar“, das zeigte vorbildlich und glänzend das reizende Bildchen von Leonard vom englischen Säugetier.



Kriegsanleihe-Filme.

I.

Schon bei den früheren Kriegsanleihen hat sich der Film als ein ausgezeichnetes Werbemittel erwiesen. Das Lichtspieltheater konnte sich vielleicht mehr als jede andere Einrichtung, ja selbst stärker als das gedruckte Wort, in den Dienst des Vaterlandes stellen. Ungezählte Tausende wurden durch das Lichtbild auf die Pflicht gegenüber dem Vaterland aufmerksam gemacht, und immer und immer wieder auf diese Pflicht hingewiesen.

Der Werbefilm im Dienste der Kriegsanleihe ist eine Besonderheit für sich. In ihm sollen sich Unterhaltung und Zweck begegnen. Das ist eine Aufgabe, die nicht so leicht zu erfüllen ist. Dazu gehört nicht die übliche Technik, da mussten neue Wege gesucht werden. Auch hier gab es zuerst ein Suchen und Versuchen, aber bald hatte man gefunden, worauf es ankam, und heute steht der Werbefilm für die Kriegsanleihen auf einem künstlerisch und technisch gefestigten Boden, der gleichsam den Untergrund bildet für das, was später noch anderen Bestrebungen zugute kommen wird. Es mag dabei darauf hingewiesen sein, dass nur wenige kluge Köpfe sich in den Dienst dieser Richtung gestellt haben, was um so mehr zu verwundern ist, als sich gerade auf diesem Gebiete Möglichkeiten bieten, die der Phantasie den weitesten Spielraum lassen. Aber wieviel kluge Köpfe gibt es denn überhaupt! Zu denen, die sich mit der Abfassung solcher Filmmanuskripte mit Glück beschäftigten, gehörte schon bei der vorigen Kriegsanleihe Hans Brennert, der ja, wie allen Theaterbesitzern bekannt sein dürfte, mit seinem „Der feldgraue Groschen“ einen so sensationellen Erfolg hatte.

Auch für die 7. Kriegsanleihe tritt der Film wieder in die Schranken, und wieder ist es Hans Brennert, der an einer Anzahl dieser Werbefilme hervorragend beteiligt ist.

Brennert ist jenen Weg gegangen, an dessen Rande hübscher Stoff, Ernst und Humor, Geist und Technik stehen. Die Wirkung konnte also nicht ausbleiben. Von den drei vorliegenden Werbefilmen läuft seit einigen Tagen in fast sämtlichen deutschen Lichtspieltheatern Brennerts Film „Hann, Hein und Henny“ (Messter-Film). Das war eine glänzende Idee, den Kinoliebling des deutschen Publikums, Henny Porten, dem Werbegedanken dienstbar zu machen. Wie Henny Porten in der liebenswürdigsten Weise dem Wunsche zweier Matrosen vom U-Boot 303 nachkommt und mit ihnen durch Berlin zieht, und an seinen verkehrsreichsten Stellen für die Kriegsanleihe sammelt, ist der denkbar grösste Anreiz, für die Kriegsanleihe zu zeichnen. Das Stück hat gleichzeitig mit dem anheimelnden Inhalt seinen Zweck vollauf erfüllt, und es bietet durch die Mitwirkung Henny Portens ausserdem einen Anziehungspunkt und Schlager für jedes Theater. Man darf der Künstlerin Dank wissen für ihre Mitwirkung und darf sie bewundern, dass sie, die in Berlin sich öffentlich nicht sehen lassen kann, ohne Huldigungen entgegennehmen zu müssen, sich für die gute Sache zur Verfügung stellte. Wer den Aufnahmen beiwohnte, darf sagen, dass Berlin, das wahrlich in seinem Strassenbild oft Filmaufnahmen sieht, so etwas denn doch noch nicht gesehen hat. An drei Stellen, vom Muschelorchesterraum des Zoologischen Gartens herab, auf der Terrasse des Café Josty, am Sockel der Berolina am Alexanderplatz warb Henny Porten für die siebte Kriegsanleihe, und wo nur immer sie mit ihrem Selbstkutschierer erschien, bei sich die beiden Matrosen und im Gefolge den Regisseur, Operateur und was sonst noch dazu gehört, staute sich die Menge zu Tausenden. Die Aufnahmen sind unter Leitung Bibrachs

famos gelungen und zu einem erfolgsicheren Film gefügt. Den Schluss bildet ein Traum Henny Portens, der auf einem geschickten Trick sich aufbaut. Das Berliner Publikum bereitete dem Film stürmischen Erfolg.

In allernächsten Tagen wird ein weiterer Film erscheinen, ein glänzend gelungener Trickfilm mit Zeichnungen von Leonard und mit Versen von Hans Brennert. Der Film heisst „Das Saugetier“ (Union-Film), nicht etwa „Das Säugetier“, und zeigt uns John Bull, wie er seine Polypenarme über die ganze Erde ausstreckt, wie dann aber Deutschlands Unterseeboote und Luftschiffe ihn zertrümmern. Die Karikaturen strotzen von Künstlerübermut, bringen hübsche, lustige, Englands Gier verhöhnende Gedanken, und Brennerts Verse erklären die Zeichnung aufs trefflichste. Wir sind in der Lage, unseren Lesern die Verse zu übermitteln, aus denen sich schon ein ungefähres Bild von den Vorgängen machen lässt:

Das Saugetier.

Hier ist John Bull von Engelland,
Er hält den Kieker in der Hand,
Womit er in die Weite äugt,
Ob sich nicht etwas Schönes zeigt.

Fern in der südlichen Natur
In Kappland fleissig schippt der Bur.
„Ha“ — schreit John Bull, „Brillantensteine — ?
Gleich gibst du her, Bur — alles meine!“

Er blickt nach Ost — er blickt nach West,
Ob sich noch sonst was sehen lässt!

Michel und Franzmann bei Port Said
Bauen ein Kanälchen! Bull, der schreit:
Wie, ein Kanälchen, da bei Suez?!
Das werd ich nehmen — bau'n kannst du es.

Er blickt nach Ost — er blickt nach West
Ob sich nicht sonst was sehen lässt.

Auf Ceylon baut der gelbe Inder
Tee und Kaffee — John Bull sagt: „Kinder!“
Her mit dem Tee —! Ihr dürft verschwinden,
Teekessel werde ich schon finden!“

Er kiekt sich um, kiekt über See:
„Wo krieg ich nun den Rum zum Tee?“
„Jamaika? Ha — das ist nicht dumm!
Hab ich nicht Ruhm — so hab ich Rum!“

Er dreht den Kopf; er dreht den Hals,
Er glänzt so fett wie Gänseschmalz. —
Er war als Mensch schon keine Zier; —
Schon wird er immer mehr zum Tier!

Gleich zeigt er seinen wahren Typ.
Auf einmal ist er ein Polyp!
Er saugt sich an die fernsten Zonen,
Der Schutz der kleinen Nationen!

Er platzt bald wie ein alter Schlauch; —
Das Leibweh sitzt ihm schon im Bauch!
Und plötzlich fall'n dem armen Tropf
Noch Bomben auf den Wasserkopf!
U-Boote seine Arme kniepen
Schon hört man den Polypen piepen!

Es geht ihm schlecht — noch zappelt er —
Bald schwimmt erledigt er im Meer!
John Bull — auch du kommst an die Reihe!

Auf, Deutschland! Zeichne Kriegs-
anleihe!

In einer weiteren Nummer werden wir auf den grossen Kriegs-anleihefilm von Hans Brennert und Rochus Gliese eingehen. Es ist ein Film, der bisher tatsächlich noch nicht gezeigte Tricks bringen wird. Die Verse sind wiederum von Hans Brennert, wir werden auch sie unseren Lesern übermitteln. Im übrigen sei darauf hingewiesen, dass die Behörden bei Herstellung der Filme ein dankenswertes Entgegenkommen gezeigt haben.

ACTIEN-GESELLSCHAFT FÜR ANILIN-FABRIKATION, BERLIN SO. 36

„Agfa“-Farben für Kinefilms

Hauptvorzüge:

1. In Wasser leicht löslich.
2. Die Lösungen bleiben selbst bei längerem Stehen klar und gebrauchsfähig.
3. Die Farbstoffe zeichnen sich durch grosse Farbkraft aus.
4. Die Farbstoffe lassen sich in jedem Verhältnis unter einander mischen.
5. Die Farbstoffe genügen in Lichtechtheit den weitgehendsten Anforderungen.
6. Die Farbstoffe lassen sich — falls es gewünscht wird — durch einfaches Wässern in $\frac{1}{4}$ —1 Stunde wieder vollkommen aus der Gelatine entfernen.

„Agfa“-Tonungs-Farbstoffe

(D. R. P. 187 289 u. 188 164, Oesterr. P. 32 912/13, Grossbritann. P. 10 258/07)

NEU!

**Blaugrün für Virage
Grün für Virage**

**Gelb für Virage
Rot für Virage**

NEU!

Hauptvorzüge:

1. Die Lösungen sind haltbar.
2. Sie geben immer gleichmässige Tonungen im Gegensatz zu den bisher bekannten Tonungen mit Kupfer- oder Uransalzen.
3. Die Tonungen können durch Nachentwicklung verstärkt werden.
4. Die Tonungen genügen in Lichtechtheit den weitgehendsten Anforderungen.

Probefärbungen nebst Anleitung zur Erzielung von 16 Farbtönen aus 10 Grundfarben gratis zur Verfügung.

Alleinvertreter für Deutschland und Skandinavien:

WALTER STREHLE, BERLIN SW. 48, Wilhelmstrasse 106. Telefon: Amt Zentrum 12431.