

Zeitschrift: Schweizer Film = Film Suisse : offizielles Organ des Schweiz. Lichtspieltheater-Verbandes, deutsche und italienische Schweiz

Herausgeber: Schweizer Film

Band: 3 (1937)

Heft: 54

Artikel: Der Werbefilm als Bahnbrecher

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-733870>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 31.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Annabella, die reizende Darstellerin in «Das Schloss im Mond», (Wings of the Morning). Film Technicolor New World Pictures 20th Century Fox.

Auch mit der schönen Norma Shearer muss nur über die Schwierigkeiten gesprochen werden, die sie am Beginn ihrer Laufbahn zu überwinden hatte, um sie sofort in Tränen ausbrechen zu lassen.

Ein beliebtes Hilfsmittel, um die Künstler in die notwendige traurige Stimmung zu versetzen, ist die Musik. Joan Crawford hat zu diesem Zwecke in ihrer Garderobe ein Grammophon und Schallplatten mit schwermütigen Liebesliedern, aber auch mit Musikstücken von Chopin und Mendelssohn, durch welche sie stets zu Tränen gerührt wird. Dieselbe Methode hat auch die Wiener Schauspielerin Luise Rainer, die sich mit Vorliebe einige traurige österreichische Volkslieder oder Schumann's «Träumerei»

vorspielen lässt. «Es genügt durchaus nicht, vor der Kamera bloss Tränen zu zeigen», meint Luise Rainer. «Um eine traurige Stimmung wirklich echt wiedergeben zu können, muss der Schauspieler auch tatsächlich diese Stimmung fühlen, und hiezu ist für mich die Musik das beste Mittel.»

Jean Harlow lässt sich von ihrem Regisseur traurige Geschichten erzählen; Myrna Loy hat es am einfachsten, da bei ihr der blosse Wunsch zu weinen genügt, um Tränen hervorzulocken, während Jeanette MacDonald sich kurz vor der Filmaufnahme in ihrer Garderobe konzentriert und ihr dann die Darstellung jeder gewünschten Stimmung gelingt.

Es zeigt sich also, dass von den Krokodilstränen der Filmschauspieler meistens mit Unrecht gesprochen wird.

Ein Kulturfilm vom Bodensee

Otto Trippel, München, hat einen neuen Kulturfilm gedreht: «Rund um den Bodensee», in welchem die drei Uferstaaten mit ihrer Kulturwelt, ihren Sitten und Gebräuchen, bedacht sind. Die Schweiz ist darin sehr gut vertreten. Der Film beginnt im Vorarlberg, zieht sich dann in das Blütenmeer des Rorschacherberges hinüber, durchwandert die ehrwürdige Kulturstadt St. Gallen und lässt besonders gut das den See beherrschende Säntismassiv spielen. Dass der Zeppelin von Friedrichshafen und die Weinberge von Hagnau und Meersburg, der Palmenzauber der Insel Mainau und der Seestrand von Konstanz mitspielen, ist selbstverständlich. Man sieht auch die bunten Trachten der Stadt Ueberlingen, die Schäfer im Hinterland, die markigen Fischer der Insel Reichenau und den Abschluss bildet in diesem neuen Kulturfilm vom Bodensee die tobende Wasser-Symphonie des Rheinfalls bei Schaffhausen.

wort. So wächst der Praktiker durch die vom Theoretiker beigebrachten höheren Zwecke.

Wir hatten zur Zeit des Stummfilms eine «Avantgarde». Sie konnte als die technische und stilistische Versuchswerkstätte der Filmkunst gelten. Sie war die Pflegestätte des «unbedingten», des «unabhängigen» Films, einer Filmkunst aus dem Materialstil des «Filmischen» an sich: eines auf seine «Wunder» eingeschränkten, von Theater und Bildender Kunst möglichst fernen Films der Tricks, eines «funktionalen» Films ohne Handlung aus Ur-elementen der Bewegung. Dieser Vortrupp rettete sich in die Anfangszeiten des Tonfilms hinüber. Hier traten die scheinbar unlöslichen Aufgaben einer Verschmelzung von Sprache, Geräusch, Musik und Bild zu einer dramaturgischen Einheit an ihn heran. Vor diesen Aufgaben hat er die Waffen gestreckt. Er erklärte sich für unzuständig und überliess die Klärung der übermenschlich schweren Fragen dem *Werbefilm*.

Neben seinen so erdennahen, klarumrisenen Aufgaben als Mittler des Warenumsatzes, als Wecker un- oder halbbewusster Bedürfnisse des Volkes ist so dem Werbefilm also auch die Aufgabe einer Versuchswerkstätte für die Verfeinerung und Durchbildung der Ausdrucksmittel des Films zugefallen. Die unbedingte Verpflichtung zum Auffallenden und Lebendigen in knapper Form macht den Werbefilmer zum Freund und Beschützer aller neuartigen Einfälle zur Abkürzung des Weges vom Gedanklichen und Stimmungsmässigen zum Ausdruck. Schon früher, zur Zeit des Stummfilms, hatte der mit Einnahmen aus seinen Filmen immer spärlich bedachte Avantgardist im Werbefilm oft die einzige Möglichkeit zur gewinnbringenden Verwertung seiner ausserhalb der Spielfilmindustrie angestellten und mit ihr in scheinbar keinerlei zwingende Verbindung zu bringenden Versuche. Ruttmanns Bewegungs-Studien, vom Expressionismus der Malerei angeregt, sind heute gewissermassen tägliches Brot des Werbefilms. Nicht weniger fruchtbar erwiesen sich Fischingers verwandte Einfälle, namentlich hinsichtlich der Verbindung von Musik und Laufbildsprache. Von hier, vom Werbefilm aus erst, fanden diese vorwärtsreisenden neuen Ausdrucksmittel den Weg zum Spielfilm.

Der Werbefilm hat sich filmisch bisher am unabhängigsten gehalten. Er hat seine Stellung in nächster Nähe des eigengesetzlichen Films bezogen. Er ist am weitesten entfernt vom Theater, aber auch von der Bildenden Kunst, dagegen am nächsten dem Rhythmischen geblieben, der Musik. Immer ist er verhaftet dem Trick; dem Zeichentrick, dem Sachtrick. Aus der Verbindung beider Trickarten, immer unter Führung der Musik, gewinnt er ständig neue Möglichkeiten des raschen und überraschenden Ausdrucks. Gern verweilt er in der Nähe des Grotesken. («Der deutsche Film».)

Der Werbefilm als Bahnbrecher

In der Naturwissenschaft ist jeder Fortschritt gebunden an das Experiment. Das ist eine Frage an die Natur und ein Zwang zur Antwort. Probieren geht da immer über Studieren, aber das Studieren bewahrt vor der falschen Fragestellung und damit vor Umwegen. In der Kunst ist jeder Fortschritt, jede Verfeinerung der Mittel an das Erlebnis geknüpft. Aber diesem muss voraus und parallel gehen Goethes «anhaltende mechanische Uebung», die uns «endlich das Geistige auszudrücken fähig macht». Auch ist das Erlebnis nicht unmittelbar und nicht als Substanz zu gebrauchen; sonst werden aus den grossen Schmerzen die kleinen Lieder. In der Tech-

nik führt der Weg zum Fortschritt über die Laboratoriumsarbeit, das Basteln, den Amateurerfinder, den Aussenseitereinfall. Das Denken, die «Theorie», die «Hypothese» muss als Antrieb und Begleitung wirken. So wurde die Filmmontage in der uns einst und immer noch begeisternden Form nicht durch Probieren oder im Drang des Betriebes, sondern durch Denken in weltferner Dachstube gefunden. Die theoretische Vorarbeit eines das Ganze des Films stets überblickenden Mansardenfanatiklers hat die Praktiker an die entscheidende Fragestellung für das Experiment herangeführt und die Praxis fand dann auf Antrieb die entscheidende Ant-