

Henrik Scholte

Vom Kaufen...und Verkaufen. Reklame-Filme. (1936)

1999

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Scholte, Henrik: Vom Kaufen...und Verkaufen. Reklame-Filme. (1936). In: *Filmblatt*. Filmblatt 11, Jg. 4 (1999), Nr. 11, S. 22–25.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ deed.de Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/deed.de License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Vom Kaufen... und Verkaufen. Reklame-Filme. (1936)

von Henrik Scholte

Der folgende Aufsatz erschien in „Filmgids“, Rotterdam, Nr. 1, Januar 1936, dem Nachfolgebblatt der „Filmliga“, der Zeitschrift der Niederländischen Filmliga. Als Herausgeber fungierten L. J. Jordaan und Henrik Scholte, die 1927 zusammen mit Joris Ivens und Menno ter Braak die Filmliga gegründet hatten. Den Hinweis auf diesen Artikel verdanken wir Mette Peters. Die Übersetzung aus dem Niederländischen stammt von Michael Wedel, die Anmerkungen von Jeanpaul Goergen.

In dem großen neuen Ufa-Haus, das wie eine Burg im Zentrum Berlins steht, wird plötzlich die Toilettentür aufgestoßen. Dieses kleine Ereignis steht nicht im ansonsten so vortrefflich ausgearbeiteten und organisierten Programm von einem Dutzend holländischer Journalisten, die, auf der Suche nach dem deutschen Film, Regisseure interviewt haben, mit den Harveys und Anny Ondras zu Tisch gegessen waren und sich in dem brennend grellen Dekor der Babelsberger Operetten habe sehen lassen. Das Beste zum Schluß: nachdem sie den ganzen Morgen Film gesehen und bewertet haben, endlich der Charme eines schlichten Mittagessens im Restaurant, zusammen mit Tausenden Vor- und Handarbeitern aus der Krausestraße. Bei dem, der die Tür aufstieß und auf die Journalisten losgestürzte, handelte es sich um einen großen Mann, der auch noch mitten im Winter nach amerikanischer Art kein Unterhemd trug. Ein schweres, edles und trauriges Gesicht, mit dem das fanatische Licht der stahlblauen Augen merkwürdig kontrastierte: Ruttmann! Erinnerungen an das erste Programm der Filmliga, an absolute Filme, an hitzige Debatten, die in Amsterdams dunklen Seitenstraßen geführt wurden.¹ Später an *Berlin – Die Sinfonie einer Großstadt*, an die ersten selbständigen Tonfilmexperimente, *Melodie der Welt*. Dann Berichte aus Italien, wo Ruttmann einen Film über siedendes Stahl und Minenbau machte, ein Arbeits-epos. Dann jahrelang nichts... die Avantgarde war tot, in den Armen der Industrie gestorben. „Was machen Sie denn jetzt?“ – „Werbefilme!“ Können wir die neuen Sachen sehen? Ruttmanns Augen blicken auf einen der Ufa-Repräsentanten, einen allzeit zur Verfügung stehenden österreichischen Grafen. „Aber natürlich, wenn die Herren das wollen“, sagt dieser. Und während Ruttmann sich bescheiden und verlegen verabschiedete und an seine Arbeit zurückging, saßen die holländischen Journalisten schon wieder in einem der acht großen Vorführsäle des Filmzentrums und sahen, neben einer Sinfonie über Düsseldorf, die bescheiden *Kleiner Film einer großen Stadt* genannt war, noch einen gerade an diesem Tage fertig gewordenen Film mit dem Titel *Stuttgart*. Und nach diesem Film, der uns als Zugabe geboten worden war, brandete ein Beifall auf, den Ruttmann nicht hörte...

Obwohl die deutsche Spielfilm-Industrie damit beschäftigt sein mag, mit mehr oder weniger Erfolg von der Freiheit, die ihr Minister Goebbels garantierte, Gebrauch zu machen, sie arbeitet vorläufig nichtsdestoweniger auf konservativer Grundlage: eine Rückkehr vom Jazz zum Walzer, von Asphalt-Kokotten zum Biedermeier und romantischen Prinzessinnen. Unter dieser Oberfläche jedoch – auf noch viel bescheidenerer Grundlage, dafür aber mit unvergleichlich viel mehr Energie und Überzeugung – wird jene Arbeit geleistet, in der die Deutschen immer groß waren und blieben: die kurze, zwingende Darstellung, die Verherrlichung einer Stadt oder eines Betriebs, die künstlerische verantwortete Werbung für ein Produkt, ein Reklamefilm, in dem die Anpreisung zur subjektiven Überzeugung des Künstlers wird.

Nehmen wir Ruttmann. Er besitzt das seltsame Talent, die Seele einer Stadt nicht nur zu begreifen, sondern sie auch zu erklären. Düsseldorf wird mit der Psyche eines Rheinländers gesehen: sein Karneval, sein Straßenleben werden zum Hauptmotiv, dem sich die Stadt auf organische Weise unterordnet. Stuttgart wird noch viel größer, viel harmonischer, viel geschlossener wiedergegeben: Stuttgart, das romantische Zentrum eines überbevölkerten Württemberg, ist von alters her die Stadt der ‚Auslandsdeutschen‘, die in Rio de Janeiro, in Sydney oder auf Spitzbergen von den Theatern und Burgen dieses reichen Tals im Schwarzwald träumten. Ruttmann nimmt dieses Motiv des Heimwehs auf und läßt einen Sohn zu seinem alten Vater zurückkehren. Er ist mit diesem Motiv vertraut: Schiffe fahren auf See, Züge dröhnen über Brücken und durch Tunnels, ein Flugzeug fliegt scharf über Pinien hinweg, ein Vater und ein Sohn steigen in den Lift eines Stuttgarter Wolkenkratzers, und langsam, symphonisch anschwellend erhebt sich die steinerne Musik dieser Architektur, in der alt und neu sich im harmonischen Einklang befinden. „Na, wos sogst?“ sagt der Vater. „Ja, do sog I gor nix mehr!“ sagt der Sohn, und sieht, was er sehen will: eine Stadt, so warm, so groß verstanden, daß nur ein Stuttgarter und ein Künstler sie wiedergeben können. Aber Ruttmann kommt... nicht aus Stuttgart und erfüllt lediglich einen beliebigen Auftrag. Und ist das nicht gerade der beste Beweis seines Könnens? Einer grandiosen Erfüllung dieses Auftrags? Vor allem ist dieser Film auch als technische Filmsymphonie ein reines Meisterwerk: Sport und Erholung, stets ein „Scherzo“-Motiv in Ruttmanns Symphonien, führen den Zuschauer beispielsweise in ein Freibad, wo ebensoviel sommerlicher Sport wie mondäne Teestunden mit einer kurzen Formel ins Bild gebracht werden müssen: Die Schwimmer springen von hohen Türmen ab, erst einer, dann zwei, dann viele von ihnen schießen ins Wasser, der Beckenschlag der Musik treibt die Beschleunigung der Montage auf die Spitze. Gleich darauf ein leiser, flüchtiger Ton: ein Löffel mit Zucker taucht in eine Teetasse, man sieht Menschen herumschlendern, und die Musik geht lyrisch in die Lieder der Kurkapelle über...

Ein Foto aus diesem Film war aber bei der Ufa nirgends zu kriegen!

Ruttmann, in seiner einsamen Schmiede eine Art ‚Wieland der Schmied‘, steht freilich nicht allein. Es gibt im Ufa-Haus noch einen abgelegenen Flügel, in dem auf dem schlichten Amboß des Auftrags-Films gearbeitet wird. Das sind die Trickfilm-Ateliers, in denen ein kleiner, humpelnder Russe mit einem schwermütigen Gesicht ein Heer weißbekittelter Assistenten kommandiert wie Alberich, der Zwerg. Kaskeline: ein Name, den vielleicht nicht die Öffentlichkeit, die Berliner Fabrikanten dafür aber um so besser kennen.² Auch er ist nur ein Rädchen im Getriebe von Kaufen und Verkaufen, ein Mann für Propaganda und Reklame. Seine Filmchen dauern zwischen einer und zehn Minuten. Aber sie haben uns bereits eine Revolution in der Kinowerbung gebracht. Sagen sie diesem Mann, daß die Manoli-Zigarette besser ist, als ihre Konkurrenten, daß C&A doch günstiger, daß Rekord eine vortreffliche Firma ist. Und seine Fantasie – die eines angewandten Walt Disney – beginnt zu arbeiten. Die schlanke, steife, weiße Papierhülse einer Manoli wird für ihn zum leuchtenden Motiv, einem wandelnden Männchen inmitten der wunderlichsten und verrücktesten Dulac-Farben³, das auf seinem Weg einem Kater begegnet und ihn verjagen muß, die Krise überwindet und Geschäftsfreunde ebenso wie Mann und Frau miteinander in Kontakt bringt. Das Schöne an Kaskelines Filmen besteht stets nicht allein in seiner unübertrefflichen Technik – auch mit dem wirtschaftlich so günstigen System des „Zwei-Farben-Verfahrens“⁴ erzielt er die seltsamsten Resultate -, sondern auch in seiner Zielsicherheit: die Hauptanforderung jeder Reklame. Ich habe jedenfalls sofort eine Manoli gekauft, und sollte ich auf ein C&A-Kaufhaus stoßen...

Als ich zufällig einen Tag später wieder im Philips-Vorführsaal in Eindhoven sitze, sehe ich die Arbeit eines der besten Lehrlinge Kaskelines, des Ungarn George Pál, der dort in einem kleinen, aus nur einem Zimmer bestehenden Arbeiterhaus mit seinen holländischen Jungs arbeitet. Genauso wie sein Lehrmeister greift er bevorzugt zu Marionetten, die er mit farbigen Zeichnungen ausfüllt. Sein *Ali Baba* wird bei weitem noch übertroffen von einem geistreichen Werbefilm, den er soeben für den Rundfunk fertiggestellt hat: Sein *Zauber-Atlas*⁵, in dem die verschiedensten Länder auf einem bleischweren Buch ihre Vorstellung geben, schmachtende Zigeunermusik aus Budapest neben Mengelberg (einer prächtigen Puppe!)⁶ und seinem Orchester in Hilversum und einem großen Sportmatch aus Paris. In Paris selbst wird diese niederländische Produktion nun jede Woche mit großem Beifall aufgeführt... Was will man mehr, für die Filmkunst wie für das Produkt, dem sie dient?

¹ Walter Ruttmanns absolute Filme *Lichtspiel Opus 2*, *Opus 3* und *Opus 4* wurden am 19. November 1927 in der dritten Vorstellung der Niederländischen Filmliga in Amsterdam aufgeführt.

² Wolfgang Kaskeline hatte aus dem 1. Weltkrieg ein steifes Bein mitgebracht, war aber kein Russe. Möglicherweise hatte Scholte auch den ebenfalls in der Ufa-Trickfilmabteilung arbeitenden, aus Rußland stammenden Trickfilmer Paul Peroff kennengelernt.

³ Dulac-Farben: besonders kräftig leuchtende Lackfarben der belgischen Firma Dulac.

⁴ Das von Scholte irrtümlich als „Zwei-Farben-Verfahren“ bezeichnete Farbfilmverfahren ist das Drei-Farben-Verfahren Gasparcolor des ungarischen Erfinders Béla Gaspar.

⁵ Mit *Ali-Baba* ist der 1935 von George Pål in den Niederlanden hergestellte englischsprachige Puppentrickfilm *Ali Baba and the Forty Thieves* gemeint. George Påls Puppentrickfilm *Der Zauberatlas* (OT: *De Tooveratlas*, 1935) warb für Philips Radio und wurde auch in Deutschland gezeigt.

⁶ Willem Mengelberg war Dirigent des Hilversum Radio-Orchesters.

Henrik Scholte **von Egbert Barten**

Henrik Scholte (geboren 1903) ist den meisten Filmhistorikern eigentlich nur als der Begründer der niederländischen Filmliga im Jahre 1927 bekannt. War der Filmkritiker L. J. Jordaan der bedächtiger „grand old man“ jenes Klubs von Filmenthusiasten, die dem Kino den Krieg erklärten, und Menno ter Braak vor allem deren Theoretiker, so war Scholte der Organisator des Ganzen. Mit dem Fanatismus eines wahren Bekehrten stürzte er sich auf die Organisation der Filmliga, übrigens vor allem da - wie Céline Linssen in dem kürzlich erschienenen Buch „Het gaat om de Film! Een nieuwe geschiedenis van de Nederlandsche Filmliga (1927 - 1933)“ schreibt - seine literarische Karriere (Scholte veröffentlichte Anfang der zwanziger Jahre einige Gedichtbände) in eine Sackgasse geraten war.

Scholte war aber auch Zeitschriften-Redakteur, nicht nur auf dem Gebiet des Films. Er war die treibende Kraft hinter der Zeitschrift „Filmiga“, die bis 1933 das Organ der Vereinigung war und anschließend noch einige Jahre als unabhängiges Monatsblatt existierte. Anfangs zusammen mit Ter Braak und später mit Jordaan stellte er zehn Jahre lang seine Arbeitskraft in den Dienst der Herausgabe dieser Filmzeitschrift. Der letzte, zunehmend feuilletonistischer und populistischer werdende Jahrgang der Zeitschrift erschien unter dem Titel „Filmgids“. Der vorstehende Artikel Scholtes über Ruttmann und Kaskeline erschien in der ersten Nummer von „Filmgids“ im Januar 1936. Scholtes Anmerkung über Goebbels mag dem heutigen Leser etwas befremdlich in den Ohren klingen. Es war übrigens nicht das erste Mal, daß sich Scholte mehr oder weniger lobend über die deutsche Filmindustrie unter Goebbels ausließ. Kurz nach der Machtergreifung der Nazis in Deutschland widmete Scholte Goebbels einen für diesen nicht weniger vorteilhaften vierseitigen Leitartikel in „Filmiga Onafhankelijk Maandblad voor Filmkunst“ (Nr. 6, Mai 1933, S. 157 - 160). So heftig wie die Filmiga den russischen Revolutionsfilm verteidigt hatte, meinte das Blatt nun, sich an die Brust der Filmindustrie einer anderen Diktatur werfen zu müssen. In dieser Hinsicht