Das Reklame-Plakat-Unwesen in unserer Branche

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Kinema**

Band (Jahr): **5 (1915)**

Heft 18

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-719586

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Statutarisch anerkanntes obligator. Organ des „Verbandes der Interessenten im kinem. Gewerbe der Schweiz"

Organ reconue obligatoir de „l'Union des Intéressés de la branche cinématographique de la Suisse"

Druck und Verlag: KARL GRAF Buch- und Akzidenzdruckerei Bülach-Zürich Telefonruf: Bülach Nr. 14

Erscheint jeden Samstag ▫ Parait le samedi
Schluss der Redaktion und Inseratenannahme: Mittwoch Mittag

Abonnements: Schweiz - Suisse: 1 Jahr Fr. 12.— Ausland - Etranger 1 Jahr - Un an - fcs. 15.—

Insertionspreise: Die viergespaltene Petit eile 40 Rp. - Wiederholungen billiger la ligne — 40 Cent.

Annoncen-Regie: KARL GRAF Buch- und Akzidenzdruckerei Bülach-Zürich Telefonruf: Bülach Nr. 14

Das Reklame-Plakat-Unwesen in unserer Branche.

M. Es gibt in jedem Stande Sünden, die man wohl erkennt und bedauert, aber .... Ja, eben, das Aber. Die liebe Konkurrenz, die das Gebot der Nächstenliebe nach eigenem Grundsatze drechselt, sorgt, daß selbst erkannte Schäden Schäden bleiben. Oder eigentlich ist es nicht träf genug ausgedrückt, wenn man alle Schuld der Konkurrenz zuwälzt, man tut besser, die Anschuldigungen dem Mangel an Solidaritätsgefühl zu buchen, der geradezu zwingt, für die Besserung möglichst viel Zeit aufzuwenden. Daß diese leisen Anschuldigungen ganz besonders Bezug haben auf unsere Plakat-Reklame, wird sich nicht leicht bestreiten lassen. Wir beanspruchen in allen Tonarten ernst genommen, als Pendant zur Sprechbühne aufgefaßt zu werden. Die letztere hat sich zu einem Kulturfaktor ausgewachsen, der von keinem Menschen mit fünf gesunden Sinnen bestritten wird. Aber auch sie bedarf der Reklame und entbehrt sie auch nicht. Warum lernen wir in dieser Beziehung von ihr nichts? Warum denken wir nicht ernsthaft darüber nach, daß es ihr mit Hilfe unscheinbarer, billiger Ankündigungen gelingt, den Zweck zu erreichen? Wollen wir denn im Publikum die Ansicht großsäugen, daß uns keine Ausgaben zu groß sein können, der Reklame zu dienen? Wollen wir denn nicht endlich daran glauben, daß durch die Blutrünstigkeit der Plakate unserem Ansehen nach außen nicht nur nichts genützt, wohl aber schwerer Schaden zugefügt wird?

Freilich — Recht gelte für Recht — seit die Plakate vom Verleiher nicht mehr gänzlich gratis zur Verfügung gestellt werden und sie auch der Zensur unterworfen sind, ist in diesem Punkte eine wesentliche Besserung zu konstatieren. Eine künstlerische, billige Einfachheit aber wird man ihnen kaum zuerkennen dürfen. Warum der Uebelstand? Weil man sich nicht in uneigennütziger Weise zum Wohle des ganzen Standes und damit auch des Einzelnen zusammentun und die Sanierung herbeiführen will. Ist denn das bänkelsängerische Plakat überhaupt nötig? Man frage einmal über diesen Punkt in St. Gallen nach, man ziehe die Frage einmal ernsthaft, von verschiedenen Kreisen und Auffassungen beleuchtet, im Fachorgan zur Erörterung, sie liegt ja doch im nächsten Interesse der Oekonomie und der Moral unseres Gewerbes. Wir freuten uns sehr, sollten diese Zeilen für diese Anregung einen Spieß ins Feld tragen.

In dieser Voraussetzung gestatte man uns noch eine unmaßgebliche Meinungsäußerung:

In verschiedenen Kinos sind wir in letzter Zeit einer in dieser Hinsicht wie uns scheint zeitgemäßen Neuerung begegnet. Als höchst wirkungsvolle und anständige Reklame werden dort Photographien einzelner Szenen, gut zusammengestellt, verwendet. Diese Photos erwecken starkes Interesse und große Neugier zur Besichtigung. Das wäre wenigstens eine Vermittlung bis zur gänzlichen Aufhebung des bisherigen Plakatusus und war uns in letzter Zeit oft vergönnt, zustimmende Worte zu unserer Auffassung von Nichtinteressenten sowohl wie von den Kinoleuten selbst zu vernehmen. Die Frage ist zur Prüfung reif und ihrer wert, wer meldet sich zum Wort?