

DER SCHMALFILM MARSCHIERT



SIEMENS & HALSKE AG
Wernerwerk, Berlin-Siemensstadt

SH 5006

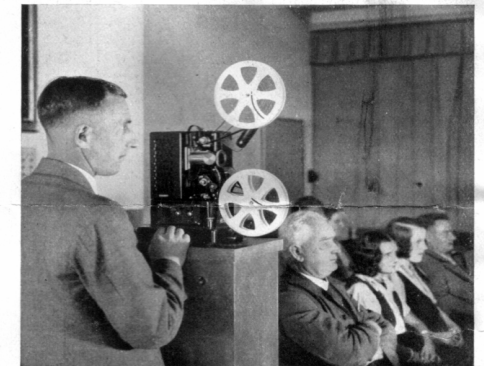
Sonderdruck eines Aufsatzes von Hermann Heiden
aus der Zeitschrift „DIE REKLAME“, Heft 15, September 1932

Der Schmalfilm marschiert, nicht gegen, sondern neben seinem großen Bruder, dem Normalfilm, und für die Sache des Films überhaupt. Wie in der Amateurfilmerei, im Vereinsleben, im Unterrichtswesen ist er auch in der Werbung dabei, neue Gebiete zu erobern. Zum Bedauern vieler Werbeleiter waren ja der Ausnutzung des starken Werbemittels „Film“ bisher mancherlei Grenzen gezogen, die ihn — vom Werbekurzfilm mit Theaterverbreitung wird hier nicht gesprochen — als Kultur-, Werk- oder Fabrikatfilm nur in größeren Etats die gebührende Stellung finden ließen.

Diese Grenzen liegen zunächst in den wegen des feuergefährlichen Materials mit Recht scharfen behördlichen Vorschriften (zugelassener Bildwerfer, geprüfter Vorführer, Notausgänge, vorschriftmäßige Bestuhlung, Anmeldung und, bei Dauerbetrieb, Vorführkabine mit besonderem Eingang). Sie liegen aber auch in den Beschränkungen, die durch Umfang und Gewicht des Bild- und Vorführungsmaterials gegeben sind und den Einsatz nur wirtschaftlich erscheinen lassen, wo ein größerer Zuschauerkreis gesichert ist. Die Grenzen sind schließlich besonders stark gezogen durch die Herstellungskosten für Filmnegativ und Kopie. Diese können ja gelegentlich recht hoch erscheinen, wenn man sie in Beziehung setzt zu den erreichbaren Vorführgelegenheiten.

Wie steht es damit beim Schmalfilm?

Er wird ausschließlich aus schwer entflammbarem Material hergestellt. Die behördlichen Vorschriften haben also ihre Ursache verloren, und sie sind denn auch, z. B. in Preußen mit Verordnung vom 25. 1. 1932, bereits vielfach durch neue ersetzt, die alle praktisch nur wünschens-



Für die Schmalfilm-Vorführung ist jeder Raum geeignet



Vorführraum und Projektor für den Normalfilm

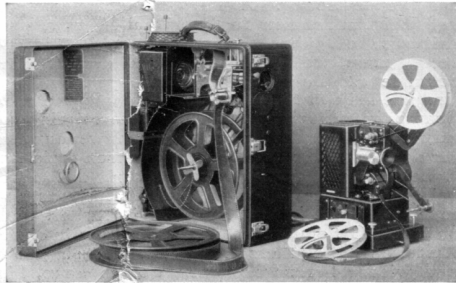
werten Erleichterungen bringen, so daß jeder Schulraum, jedes Gastzimmer, jede Wohnung, ebenso wie jedes Geschäftslokal zum Schmalfilmkino werden kann.

Während ein Normalfilm von etwa 17 Minuten Laufzeit rund 500 m lang ist und mit Spule etwa 5½ kg wiegt, hat ein 16-mm-Schmalfilm mit gleichem Bildinhalt nur eine Länge von 120 m und ein Gewicht von 470 g. Nicht ganz so groß, aber immerhin bedeutend genug, ist zur Zeit der Unterschied in preislicher Hinsicht.

Unter diesen Verhältnissen mag es erstaunlich erscheinen, daß der doch immerhin schon seit einer Reihe von Jahren bekannte Schmalfilm erst in den letzten Monaten angefangen hat, seinen Weg in die Werbepraxis zu finden. Der Grund ist darin zu suchen, daß die Schmalfilmprojektion zunächst nur Bildgrößen, die lediglich für

einen kleinen Kreis von Zuschauern ausreichen, ergab. Den großen Zuschauerzahlen, die die Normalfilmvorführungen erst wirtschaftlich machen, stand der auf wenige Köpfe beschränkte Zuschauerkreis der Schmalfilmprojektion gegenüber. Für die dazwischenliegenden, vom Standpunkt des Werbers besonders interessanten Teilnehmerzahlen von wenigen bis zu einigen hundert Köpfen fehlten die technischen Mittel. Die Schmalfilmapparaturen waren eben zuerst ausschließlich für das Gebiet gebaut worden, in dem sie zuerst angewandt wurden, für die Amateurfilmerei.

Neuerdings hat sich das grundlegend gewandelt. Die Verbesserung der fotografischen Emulsionen hat zu so feinen Körnungen und damit zu so guter Durchzeichnung der Bilder geführt, daß



Zwei tragbare Projektoren (Normalfilm und Schmalfilm)

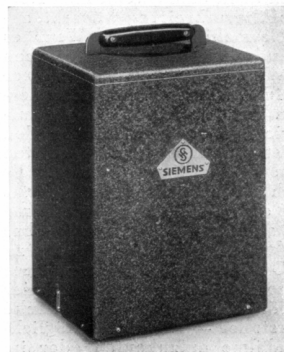
sie eine wesentlich stärkere Vergrößerung zulassen. Und, was das Entscheidende ist, wir haben heute Projektoren mit derartigen Lichtleistungen, daß sie alle im Schmalfilm liegenden Möglichkeiten voll ausnutzen. Es ist heute möglich, Bilder bis zu einer Breite von 6 Metern, ausreichend für Räume mit mehr als 500 Personen, zu erzielen. Derselbe Projektor ist aber, wenn das Objektiv ausgewechselt wird, was mit wenigen Griffen geschieht, auch geeignet, im kleinen Raum auf beschränkte Flächen zu projizieren, so daß er für die werbliche Praxis von der Filmvorführung des Vertreters vor zwei, drei Kunden bis zur großen Werbeveranstaltung in einem Saal nicht nur ausreicht, sondern wegen seines geringen Gewichtes und seiner leichten Tragbarkeit auch tatsächlich, ganz wie sich die Notwendigkeiten ergeben, benutzt werden kann.

Damit der Werbeleiter aber tatsächlich ermessen kann, welche Möglichkeiten ihm dieser Stand der Schmalfilmtechnik erschließt, soll noch kurz einiges über die konstruktiven Eigenschaften moderner Projektoren gesagt werden. Anschluß erfolgt an das Starkstromnetz, Anpassung an die verschiedenen Spannungen durch leicht auswechselbare Widerstände, die möglichst im Projektor eingebaut sein sollen. Der verschiedenen Stromarten wegen muß der Motor ein Uni-

versalmotor sein. Das Vorführt tempo ist in weiten Grenzen regelbar zu halten. Für die Vortragspraxis ist ein wesentlicher Vorteil, wenn sich beliebig aus dem Film heraus auch einzelne Bilder, die näher erläutert werden sollen, wie Diapositive vorführen lassen (Standprojektion). Dadurch erspart man auch das Mitnehmen der unhandlichen und schweren Diapositivkasten und eines besonderen Projektionsapparates. Wünschenswert ist auch, daß sich einzelne Szenen ohne Umwickeln des ganzen Filmes wiederholen lassen; dazu muß der Projektor von Vorlauf auf Rücklauf geschaltet werden können. Der Rücklauf muß mit größerer Geschwindigkeit und bei verdecktem Bildfenster erfolgen. Für die Lebensdauer der Filme ist es wesentlich, daß der Filmvorschub im Apparat möglichst schonend erfolgt, am besten, ohne daß die Perforation auf Zug beansprucht wird.

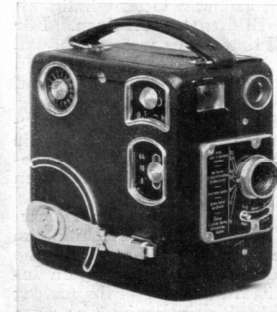
So vielfältig wie die Werbepaxis in den verschiedensten Branchen, so vielfältig sind auch die Möglichkeiten für den Einsatz dieses Werbe- werkzeuges. Aus der Fülle der Beispiele seien nur wenige genannt.

Der Vertreter, der drei, vier leitenden Herren eines Unternehmens seine neue Maschine im Film vorführt, wurde bereits erwähnt. Derselbe Vertreter kann abends im Werkkasino den Ingenieuren und Meistern einen Filmvortrag halten, und ist er nicht mit dem Projektor unterwegs, so steht dieser im Konferenzzimmer bereit, um Besuchern die Bilder aus dem Werk vorzuführen, und gelegentlich wird er auch bei der Information des eigenen Personals seine Dienste leisten. Besichtigt die Firma eine Ausstellung, so geht der Projektor mit. So haben z. B. Siemens & Halske auf der diesjährigen Funkausstellung den von ihnen gebauten Schmalfilmprojektor benutzt, um in einem kleinen Raum ständig Filme über ihr Werk und die Fabrikation zu zeigen. Wo es darauf ankommt, das flache Land zu bearbeiten, wie bei der Werbung der Elektrizitätswerke, bei der Werbung für landwirtschaftliche Maschinen und Geräte oder für Düngemittel, wird man Schmalfilm-Vortragsreisen veranstalten. Für an-



Siemens-Schmalfilm- Projektor

dere Erzeugnisse, wie z. B. für Sportartikel, wird man Vereinsabende oder Elternabende von Schulen ausnutzen, bei denen Filmvorführungen immer gern gesehen werden. Reisebüros und Terraingesellschaften sind in der Lage, ihren Interessenten durch das lebende Bild tiefgehende Eindrücke zu vermitteln. Und mehr noch. Ein Werbeleiter, der es darauf anlegt, kann seine Filme, ohne daß er sich im einzelnen darum zu kümmern braucht, in Vereine, in die Schulen, ja bis in die Familie, und zwar die kaufkräftige,



Siemens-Kino-Kamera für Schmalfilm Typ B

hineinbringen. Das starke Interesse, das die Schmalfilm-Kinematographie überall findet, kann ja nicht durch die von Amateuren aufgenommenen Filme allein befriedigt werden, und so entstehen an verschiedenen Stellen Verleihorganisationen, die diese Kreise für billiges Geld mit Vorführfilmen versorgen. — Mehr braucht wohl nicht gesagt zu werden.

Fragen wir lieber, wie es mit der Beschaffung der Filme steht.

Grundsätzlich kann jeder gute Normalfilm auf Schmalfilm umkopiert werden, und hier ergibt sich ein Weg, wie vorhandene Normalfilme zu neuer Auswertung geweckt werden können. Außerdem wird man auch dann, wenn man Normalfilm- und Schmalfilmverbreitung wünscht, zunächst immer auf Normalfilm drehen. Wenn es sich dabei um irgendwelche bedeutende Aufgaben handelt, sollte der Werbeleiter stets eine unserer bekannten und leistungsfähigen Filmfirmen heranziehen. Bei dem hohen Stand der Filmaufnahme und Filmregie, den das Publikum aus den Theatern gewöhnt ist, muß man schon die besten Mittel einsetzen, um Ebenbürtiges zu leisten. Es muß hier aber auch gesagt werden, daß gerade von Amateuren auf dem Schmalfilmgebiet Filme geschaffen worden sind, und zwar unmittelbar auf Schmalfilm gedreht, die so leicht nicht zu übertreffen sind. Oft sind diese Amateurfilmer gleichzeitig auch Sportler, und es öffnet sich hier zweifellos für Sportartikelfirmen — ich denke z. B. an Faltboothersteller — sicher die Möglichkeit, Amateurschmalfilme aufzukaufen oder im

Weg des Ausschreibens zu erlangen, die gerade, weil sie von einem Sportkameraden gedreht sind, eine besonders gute Wirkung auf die Interessenten haben.

Daß Amateure solche Leistungen vollbringen, hängt besonders von dem hohen Stand ab, den unsere Kameratechnik auf dem Schmalfilmgebiet erreicht hat, und von der Auswahl von Filmmaterial verschiedener Eigenschaften, das zur Verfügung steht. Für die Hand des Werbeleiters zu empfehlen ist die von Siemens jetzt herausgebrachte Konstruktion, und zwar deshalb, weil sie auch Zeitdehner- und Zeitraffer- aufnahmen zuläßt. Dabei kann der Übergang von Normaltempo auf eine dieser Gangarten ohne weiteres erfolgen. Die Belichtung bleibt immer durch automatische Mitverstellung der Blende richtig. Als Tip sei hier verraten, daß bei Aufnahmen in Fabrikhallen usw. der Zeitraffer oft über mangelndes Licht hinweg- helfen kann, weil ja hier bei 8 Bildern in der Sekunde die Belichtungszeiten doppelt so lang sind wie bei den 16 Bildern der Normalaufnahme. Benutzt man hochempfindliches Filmmaterial, so kann man auch ohne allzu große Aufwendungen für das Licht sehr gute Innenaufnahmen erzielen. Dabei kommt es noch zu statten, daß man bei dieser Kamera jeweils ohne Verlust das gerade günstigste Filmmaterial zu jeder Zeit und an jedem Ort einlegen kann, da der Film in einer Kassette ist, die jederzeit nach Belieben eingelegt und wieder herausgenommen werden kann, bis man das in ihr befindliche Material wieder zu einer weiteren Aufnahme braucht.

Jeder Werbeleiter, der überhaupt den Film in seine Pläne einsetzt, sollte auch von Zeit zu Zeit selbst zur Kamera greifen, sei es auch nur, um sich mit den Gesetzen des Filmes vertraut zu machen. Bald wird er dann jede sich bietende Gelegenheit zur Neuaufnahme kleiner Szenen, durch die er vorhandene Filme auf dem neuesten



Einlegen der Kassette in die Siemens-Kino-Kamera

Stand halten oder besonderen Vorführgelegenheiten anpassen kann, ausnutzen. Aus all den Szenen, die er aufnimmt, entsteht nach und nach das Schmalfilmarchiv, ohne das in Zukunft wohl keine Werbeabteilung mehr sein wird.