

# DER DEUTSCHE DISNEY

DIRK SCHINDELBECK

- Hans Fischerkoesen (1896-1973), des öfteren auch „der deutsche Disney“ genannt, war der mit Abstand produktivste und erfolgreichste deutsche Zeichentrickfilmer. Sein Oeuvre umfasst über 1200 Titel, die weitaus meisten davon kurze Kinowerbefilme von zwei bis vier Minuten Länge. Von den frühen 20er- bis in die späten 50er-Jahre begeisterten seine Produktballaden die Menschen – bis das Fernsehen die Bedeutung der Lichtspielhäuser aushöhlen und die Sehgewohnheiten der Zuschauer radikal verändern sollte.

Dämmerstimmung, Tangorhythmen, auf einem verwaischten Tisch ein offener Streichholzspender. Plötzlich entsteigt ihm ein Hölzchen, spaltet sich, bekommt Beine, am Schwefelkopf Augen, Mund

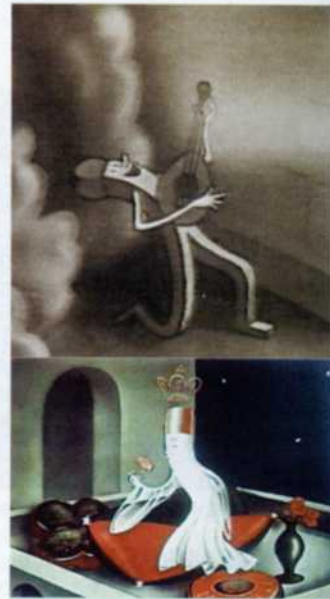
und Nase. Von der Musik befeuert läuft der Streichholzmann in die weite Welt hinaus. Eine Mandoline fällt ihm in den Arm: Jetzt ist er ein Troubadour, auf der Suche nach seiner Märchenprinzessin. Weiß

und schlank thront diese auf der Turmzinne ihres Schlosses. „Nur für Dich, Zigarette von Muratti, lebe und entflamme ich“, stimmt er sein Minnelied an. Und die Prinzessin erhört ihn, wirft ihm eine Blume

hinunter. Rasch erklimmt er den Turm, versinkt mit ihr hinter der Mauerzinne. Ein heller Schein flammt auf, der die Liebenden im Tod vereint. Dafür steigen zwei Rauchkringel auf, formen sich zu Herzen, sich verschlingenden Ringen: Muratti, so heißt das Glück...

Das kleine Produktdrama trägt die unnachahmliche Handschrift eines Mannes: Hans Fischerkoesens, des Erfinders und Vollenders des gezeichneten Werbefilms in Deutschland. Ob Kragenknöpfe oder Glühbirnen, ob Schinken oder Taschentücher: mit wenigen Strichen vermochte Fischerkoesen einer Ware ein menschliches Gesicht zu geben, machte sie zum Helden, zur Hauptperson einer werblichen Botschaft. 1896 wurde Hans Fischer im verträumten Bad Kösen nördlich von Halle an der Saale als Sohn eines Baustoffunternehmers geboren. Schon in der Schule fiel die überdurchschnittliche zeichnerische Begabung des Jungen auf. Nach einer Lithographenlehre studierte er drei Jahre lang an der Leipziger Akademie für Graphische Künste. Die Idee, seine Zeichnungen zu bewegten Bildern werden zu lassen,

Szenenbild aus einem Werbefilm für Coca Cola, der auf dem Internationalen Werbefilm-Festival 1957 in Cannes preisgekrönt wurde (Quelle: Franz Ulrich Gass: Besser werben mit Humor, Stuttgart-Degerloch 1958)



Fischerkoesen-Film von 1933 für Muratti: Der Streichholztroubadour singt: „...nur für dich, Zigarette von Muratti...“ (Quelle: Karl Heinz Wilden: Fernsehfilm „Der deutsche Disney“, WDR 1997)

muss ihm schon während des Ersten Weltkriegs, an dem er als Fernmelder teilnahm, gekommen sein. Nach dessen Ende karikierte er in monatelanger Arbeit und auf über 1600 Blättern den Typ des Kriegsgewinners und beauftragte eine Leipziger Spielfilmfirma, daraus einen Film herzustellen. Doch die Firma, die dem Zeichner mühsam zusammengebortete 700 Mark für den Auftrag abnahm, machte bankrott. Der Film kam nie zustande.

Er fing von vorne an und nahm, zusammen mit einem Kameramann, das Projekt selbst in die Hand. Zum Tricktisch wurde ihm eine Margarinekiste; oben hinein bohrte er ein Loch für die Kamera, an den Seitenwänden befestigte er links und rechts zwei Lampen. Nun wurden die einzelnen Zeichnungen auf einer Justierschiene nacheinander in die beleuchtete Kiste hineingeschoben und mit einer Handkurbelkamera Blatt für Blatt abfotografiert. Das Ergebnis war – 1919 – ein 30 Meter langer Streifen mit starken Belichtungsschwankungen und viel zu dünnen Konturen: der (leider verloren gegangene) erste deutsche Zeichentrickfilm „Das Loch im Westen“. Überraschter als das sächsische Publikum, dem der Film schon bald vorgeführt wurde, war Fischer selbst. Ein Leipziger Verleiher bot ihm für diese „lebenden Karikaturen“ 3000 Mark, und fortan nannte sich Fischer – zur Unterscheidung von anderen Fischers aus der Filmbranche – Fischerkösen (woraus nach dem Zweiten Weltkrieg und in Hinsicht auf das Ausland Fischerkoesen wurde).

Aufmerksam auf ihn wurde die Leipziger Schuhfabrik Nordheimer, die auf der Suche nach spektakulärer Reklame war. Für sie realisierte er, der in Leipzig inzwischen sein erstes Studio eingerichtet hatte, 1921 den ersten deutschen gezeichneten Werbefilm, den „Schwerenöter“. Aufmerksam auf ihn wurde auch Julius Pinschewer in Berlin und bot Fischerkoesen einen Zwei-Jahres-Vertrag an. Pinschewer (1883-1961), der Prototyp des Werbefilmproduzenten, hatte



Aral-Werbefilm um 1956: Das Auto umarmt die Tankstelle, Liedtext (Melodie: Freut euch des Lebens) „Wir sind füreinander bestimmt, wohl dem, der Aral immer nimmt, denn der Motor läuft rund, dieser Kraftstoff ist gesund, die Natur stand ja Pate bei Aral: Freut euch am Auto, flößt ihm nur vom besten ein, dann wird der Motor treu euch dienstbar sein...“. Dann fährt die Tanksäule im Auto mit. Schließlich schnüffelt ein Auto am Auspuff des vorherfahrenden, O-Ton: „Hm, Aral...“. (Quelle: Rendezvous unterm Nierentisch)

schon vor dem Ersten Weltkrieg in Berlin ein Dachgeschößatelier für die Produktion von Werbefilmen eröffnet („Werbefilm GmbH Leitung Julius Pinschewer“) und bereits einen großen Namen. Er hatte als erster die Idee gehabt, das Medium Film für Werbezwecke zu nutzen und auch dessen Verbreitung in Lichtspielhäusern gezielt zu organisieren, und sich dies auch gleich patentamtlich schützen lassen: „Es war im Jahre 1910, als der Schreiber dieser Zeilen auf die Idee kam, Schutzmarken und Plakate mit Hilfe des Films zum Leben zu erwecken und den gewonnenen Filmstreifen durch die öffentlichen Lichtspieltheater laufen zu lassen.“ Von den Möglichkeiten des neuen Mediums fasziniert schrieb er 1913: „Der Film vermag zu zeigen, wie die Seife schäumt, die Schokolade schmeckt, wie der Einkochapparat gehandhabt wird oder wie sauber ein Nahrungsmittel von einer sinnreichen Maschine verpackt wird.“ Pinschewer war aber auch selbst als Pionier auf dem Gebiet des Sachtrickfilms hervorgetreten. Schon 1906 hatte er zwei Filme für die Firma Maggi produziert, von denen der eine schon Trickelemente enthielt: Da hüpfte eine Maggi-Flasche und schob sich auf einem Tisch hin und her. Hinter ihr tauchten Rudel kleinerer Maggi-Flaschen in gleicher Positur auf und danach noch kleinere. Das muntere Spiel suggerierte eine ganze Familie von Flaschen – und dem Zuschauer eine breite Palette käuflicher Maggi-Produkte. Den ersten „richtigen“ Sachtrickfilm realisierte Pinschewer 1911 für Dr. Oetkers Backpulver. Vor den stauenden Augen des Publikums schwoh ein Napfkuchen innerhalb von Sekunden zu formidabler Größe an und zeigte so die Wirkung des Backtriebmittels eindrucksvoll.

#### Julius Pinschewer

Julius Pinschewer sollte für die Entwicklung des Films im Deutschen Reich und des Werbefilms im Besonderen zur wichtigsten Persönlichkeit bis zum Ende der 20er-Jahre werden. Während des Ersten Welt-

