

Die Berliner Filmprüfstelle.

Unser Verein konnte, wie seinerzeit berichtet, bei Inkrafttreten des Lichtspielgesetzes vom 12. Mai 1920 zwei seiner Vorstandsmitglieder, Sachs und Meyer, auf Berufung durch den Minister des Innern als Beisitzer der Berliner Filmprüfstelle entsenden. Später wurde auch unser drittes Vorstandsmitglied, Bleistein, zu dem gleichen Ehrenamt berufen, — eine Anerkennung der Wirksamkeit unseres Vereins, die wir mit Genugtuung feststellen dürfen. Einige Mitteilungen über die Filmprüfstelle erscheinen deshalb auch in dieser Zeitschrift am Platze.

Filmprüfstellen gibt es zunächst in Berlin und München. Bildstreifen, deren Genehmigung die Beamten nicht selbst verantworten wollen, werden einer „Kammer“ vorgeführt, die neben dem Beamten als Vorsitzendem aus vier Beisitzern besteht. Von diesen sind nach dem Gesetz zwei den Kreisen der Volkswohlfahrt, Volksbildung oder Jugendwohlfahrt und einer dem Lichtspielgewerbe zu entnehmen, während für die Auswahl des vierten keine Vorschriften bestehen. Gegen die Entscheidung der Filmprüfstelle gibt es eine Beschwerde an die Oberprüfstelle in Berlin, die in der gleichen Weise zusammengefaßt ist.

Über die Tätigkeit der Stelle im ersten Jahr erfuhren wir in einer amtlich einberufenen Versammlung der Beisitzer am 22. Juli 1921*) die folgenden Zahlen, die wir abgerundet wiedergeben.

Geprüft wurden in Berlin etwa 3000 Streifen von über drei Millionen Metern Länge, davon etwa 800 in 256 Kammer-sitzungen. Die übrigen Streifen wurden also von den Beamten allein genehmigt. Verboten wurden 54 Streifen, also etwa 2%. In München wurden in der gleichen Zeit etwa 600 Streifen mit etwa 750000 Metern geprüft, davon 125 in 96 Kammer-sitzungen. Verboten wurden 11 Streifen, was den gleichen Satz von etwa 2% ausmacht.

Unsere drei Vorstandsmitglieder haben zusammen an etwa 30 Sitzungen teilgenommen, die sich von 9 oder 1/2 10 Uhr vormittags häufig bis zum späten Nachmittag erstreckten.

Fahrscheinreklame.

Die Benutzung der Straßenbahnfahr-scheine zu öffentlichen Auslobungen ist überall schnell in Aufnahme gekommen, wo die Scheine überhaupt zur Reklame freigegeben wurden. In Berlin ist in der Beziehung schon ein gewisser Rückschlag eingetreten. Mehrere Preisaufgaben, deren Lösungen in Verbindung mit einer möglichst großen Zahl gesammelter Fahr-scheine einzureichen waren, vor allem aber das Versprechen eines chemischen Hauses, ein Schuh-pulvermittel ohne sonstige Arbeitsleistung gegen fünfzig gesammelte Scheine kostenlos abzugeben, hat den Sammeleifer der Jugend zu ungesunden Massen gesteigert. Die Fahrgäste wurden an Haltestellen von den Kindern, zumal in der Ferienzeit, so bestürmt, daß Belästigungen und Verkehrsstörungen die Folge waren. Daß dabei auch tödliche Unfälle vorgekommen sein sollen, wie die Zeitungen berichteten (nach dem „Berliner Tageblatt“ ein Kind, nach linksstehenden Blättern sogar acht!), trifft nach unsern Erkundigungen nicht zu. Jedenfalls aber hat die Straßenbahn, den Vorstellungen der Behörden zuvorkommend, erklärt, Reklameaufträge der letzten Art, die also die Scheine ohne eigene Leistung des Inhabers zu „Wert“-Papieren stempelt, künftig nicht mehr zu übernehmen. Daß aus diesem Anlaß die Reklame auf Fahr-scheinen überhaupt wieder aufhören soll, ist dagegen ebenfalls ein Irrtum der Zeitungen.

*) Die erste amtliche Sitzung war im Januar 1921 gewesen. Außerdem hatten sich die Beisitzer bisher zweimal aus eigenem Antrieb zu teilweise vertraulichen Besprechungen zusammengefunden.

Neue Reichsbriefmarken.

Das Reichspostministerium hat sich entschlossen, aus Anlaß der Deutschen Gewerbeausstellung München 1922 besondere Ausstellungs-Briefmarken herauszugeben. Während im Ausland, vor allem in Amerika, schon bei großen Ausstellungen besondere Briefmarken erschienen sind, ist dieser Beschluß des Reichspostministeriums für Deutschland eine Neuheit. Über die künstlerische Ausführung sind die Verhandlungen noch nicht abgeschlossen.

„Notgeld und Geldnot.“

Einen unfreiwilligen Beitrag zu dem vielfach erhobenen Vorwurf, daß die Städte ihr Notgeld nur als Erwerbquelle betrachten, liefert das Meininger Tageblatt, das am 3. Oktober langatmig die aus einem Wettbewerb hervorgegangenen neuen Entwürfe beschreibt und dann — so treuherzig wie unverfroren — berichtet: „Die Auflagen der neuen Not-scheine sind nicht hoch bemessen und dürften, da sie nicht nachgedruckt werden dürfen (?), sehr bald vergriffen sein.“ Und mit wahrhaft kaufmännischem Werberverständnis wird hinzugefügt: „Von der vorausgegangenen Ausgabe, die . . . zum 31. Oktober zur Einziehung kommt, ist noch eine geringe druckfrische Anzahl vorhanden.“ Also kauft, kauft, ihr Leute!

Wenn das Reich, wie mehrfach angeregt worden ist, gegen den Notgeld-Unfug der Städte einschreiten sollte, so wird die graphische Gebrauchskunst dagegen keinen Einspruch erheben. Dieses Feld, das für die Kunst von unerhörter Ergiebigkeit hätte sein können und müssen, ist ihr vom ersten Tage an fast völlig verschlossen geblieben. Die Durchsicht einer Notgeldsammlung treibt einem halbwegs kunstverständigen Menschen das Blut in die Wangen!

Der Reklamestempel der Post.

Wir haben über die Masseneinsprüche gegen die Verwendung der Poststempelreklame für Steiners anthroposophische Bewegung berichtet („Plakat“ Oktober 1921, Seite 596). Wie der Reichspostminister im Reichstag jetzt auf eine Anfrage mitteilte, ist daraufhin zunächst dieser Vertrag vorzeitig gelöst worden. Weiterhin sind Richtlinien ausgegeben worden, nach denen diese Stempel „nur für solche Unternehmen freizugeben sind, die keine eigenwirtschaftlichen Zwecke verfolgen, wie z. B. Messen, Ausstellungen, Kongresse, Verbände usw., sodaß unter Ausschaltung jeder Konkurrenzreklame nur solche Werbeaufdrücke zugelassen werden, die allgemeinen Interessen dienen oder größeren Kreisen der Handelswelt, Gewerbetreibenden usw. gleichmäßig zu Gute kommen“. — Dagegen trat der Minister der Auffassung entgegen, daß die Postverwaltung mit der Briefabstempelung in fremdes Rechtsgut eingreife. Ubrigens hat sich der Minister für die Zukunft die Genehmigung aller derartigen Anträge selbst vorbehalten.

Die Dresdner Volkshochschule

läßt — unseres Wissens als erste — Vorlesungen über Werbewesen halten und zwar von Hermann Grubert, dem Werbeleiter der Druckkopf-Fabrik Waldes & Co. Ein gutes Plakat von Dore Corty erweckt die besten Erwartungen für den Geist, in dem diese Vorlesungen gehalten werden sollen und der hoffentlich nicht nur den Sinn für Reklame, sondern gleichzeitig den für Qualität und Verantwortung im Volke stärken wird.

Die Berliner Straßenbahn-Haltestellen.

„Schilda in Berlin“ und ähnlich überschreiben Berliner Blätter aller Schattierungen eine Nachricht, die uns unglaubwürdig genug