



GEBR. PRUTZ / DORTMUND

nur 2700 Plätze besetzt sind, rechnet man mit 2 Abendvorstellungen (an Sonn- und Feiertagen finden drei, häufig sogar vier Vorstellungen statt), so ergibt sich bei drei Kinos mit zwei täglichen Vorstellungen und einer dritten Sonntagsvorstellung bei siebentägiger Vorführungszeit die stattliche Zahl von 40 500 Menschen, auf die der Film wirkt! Nun ist das Verbreitungsfeld eines solchen Films mit geringen Unkosten (Herstellung weiterer Kopien und geringe Vorführungsgebühren) auf eine größere und größte Anzahl von Kinos auszuweiten. Die Zahl der für gute Werbefilme in Betracht kommenden Kinos beträgt in Berlin allein 340. Um einige andere größere Städte herauszugreifen: Hamburg 56, Leipzig 33, Dresden 29, Köln 41, Mannheim 13, Nürnberg 23, München 48. Im gesamten Deutschland kommen für das Werbegebiet ca. 1000 Kinos in Betracht.

Bedenkt man nun, nochmals schnell auf den Anfang dieser Ausführungen zurückblickend, daß das Publikum, welches den Film sieht, ein im allerbesten Sinne präpariertes, aufnahmefähiges und schaulustiges ist, und bedenkt man weiter, daß ja auch jeder Werbefilm — natürlich mit



KARL RABUS / BERLIN