

# Die Kultur der Reklame

SCHRIFTLEITUNG  
HERMANN BEHRMANN

3. Jahrgang

Nr. 3

März 1921

## Theaterreklame in alter Zeit / Von Dr. Max Osborn, Berlin

Das Theater ist das Urbispiel für Werden und Entfaltung der Reklame im Lauf der Jahrhunderte. Keine andere Sache der Öffentlichkeit hat von jeher, wenn nicht gerade durch Krieg und Aufruhr die Welt unterzugehen schien, das Leben der Allgemeinheit in so starkem Maße in Anspruch genommen, wie diese merkwürdige Einrichtung, in der sich künstlerische und soziale Elemente zu einem einzigartigen Komplex mischen. Es gibt kein Instrument neben dem religiösen Kult, mit dem man die Geister und die Massen einer Volksgemeinschaft wirksamer in Bewegung setzen könnte. Keines aber auch, das so sehr den Einfluß auf die Menge sucht.

Was hat in früherer Zeit das Theater unternommen, um sich beim Publikum bemerkbar zu machen? Welche Mittel hat es angewandt, um die Gaben und Geheimnisse, durch die es erschüttern oder unterhalten wollte, anpreisend in der Öffentlichkeit zu verbreiten? Es ist ein weiter Weg von den Anfängen bis in unsere Tage, da ein weitverzweigter, wie eine ungeheure Maschine arbeitender Organismus der Reklame das Theater ins öffentliche Leben einordnet. Die antike Bühne scheint in ältester Zeit weder in Griechenland noch in Rom die Einrichtung von Ankündigungen gekannt zu haben. Die Aufführungen in den kleinen Städten, meist an religiösen Feiertagen angelegt, bedurften keiner besonderen Künste, um sich bekannt zu machen. Die Sache sprach sich herum. Auf dem Markte, wo alles sich zusammenfand, wo nicht nur Waren, sondern auch Neuigkeiten feilgeboten wurden, erzählte man sich von den kommenden Kunstgenüssen, und von dort trugen die Bürger schwachend die Mitteilung durch die Straßen. Das Publikum war selbst in höchst eigener Person Träger der Reklame. Mehr aber als das Weitergeben der Tatsache, daß ein Spiel in Aussicht stehe, war nicht nötig. Entweder war die Handlung, die agiert wurde, jedem vertraut, da sie den

Sagen, der epischen Volksüberlieferung oder der Sphäre des Religiösen entnommen war, oder, in späterer Zeit, die handelnden Personen sorgten selbst dafür, daß man mit ihnen Bescheid wußte. In den Komödien des Plautus sehen wir dann als regelmäßige Figur zu Beginn den Prologus auftreten, der das Verständnis des Stückes vorbereitete, seinen Inhalt umriß und zugleich darauf hinwies, welches griechische Original der römische Dichter hier bearbeitet habe. Der Prologus konnte auch von einer Figur des Stückes selbst übernommen werden, wie im „Amphitruo“, wo Merkur dieses Amt versieht.

Die großstädtische Entwicklung im Römerreich um die Zeit von Christi Geburt, die in vielen Dingen der heutigen Zivilisation ähnelt, bringt eine entscheidende Wandlung. Es tritt etwas auf, was man als den Ursprung des Theaterzettels oder wenigstens des Theaterplakats bezeichnen könnte. Die Epoche der Zeitungen ist noch weltfern, aber es besteht doch die Annonce. Pompeji zeigt uns, wie es darum stand. Auf dem Forum, in den Volksbädern, auch an belebten anderen Plätzen oder Straßeneinkreuzungen wurden die Anzeigen mit schwarzer Farbe auf die weiße Wand gepinselt. Ja es gab hier und dort auch schon eine Mauer, die sich entweder planmäßig oder durch Gewohnheitsrecht als dauernder Platz für Ankündigungen verschiedener Art darbot — man nannte Derartiges ein „Album“. Gewisse Andeutungen, die davon berichten, daß eine Anzeige an einem Pfeiler oder einer Säule zu finden gewesen sei, deuten sogar darauf hin, daß die Römer der Kaiserzeit schon so etwas wie eine „Anschlagsäule“ gekannt haben, wobei natürlich von einem „Anschlag“ keine Rede war, sondern immer nur von der mit schwarzen Buchstaben aufgemalten Ankündigung, wobei beim nächsten Fall zunächst eine weiße Farbschicht wieder den Grund zu einer neuen