ZUR GESCHICHTE DER REKLAME

Von Dr. P. Martell

Die Annahme, daß die Reklame erst eine in unserer Zeit geschaffene wirtschaftliche Waffe sei, findet durch die Geschichte jedenfalls keine Bestätigung. Es ist ohne weiteres klar, daß es, solange Handel und Gewerbe besteht, schließlich immer eine gewisse Reklame gegeben hat, wobei man natürlich den Begriff der Reklame sehr weit fassen muß. Die Anpreisung von Waren ist eine kaufmännische Selbstverständlichkeit seit jeher gewesen, wohl nicht von allen geübt, aber doch soweit als bestehend anzunehmen, daß die ersten geschichtlichen Anfänge der Reklame schließlich mit dem Entstehen des Handels überhaupt zusammenfallen. Das allerdings, was wir heute unter Reklame verstehen, ist ein echtes Kind unserer Zeit und umfaßt die engere Geschichte der Reklame nur wenige Jahrzehnte.

Einer der geschichtlichen Ausgangspunkte der Reklame bildet das Plakat, das schon den alten Römern bekannt war. Die vom Vesuv vor fast zwei Jahrtausenden verschütteten und heute wieder ausgegrabenen beiden Städte Pompeji und Herkulanum haben uns Plakate überliefert, die allerdings nicht aus Papier, sondern aus Terrakottatafeln und Wandmalereien bestehen, die öffentliche Vergnügungen, Zirkusspiele und Theateraufführungen anzeigen. Aus Angaben von Cicero und Horaz können wir entnehmen, daß im alten Rom Plakate allgemein bekannt waren. Die Bekanntmachungen der altrömischen Behörden erfolgten auf Pergament-Plakaten, die an Pfeiler und Säulen angeschlagen wurden. Auch die altrömischen Buchhändler bedienten sich zu ihren Verkaufsanzeigen des Pergaments, das in Plakatform vor dem Laden angeheftet wurde. Eine größere Ausdehnung dürfte das altrömische Plakat aber kaum gehabt haben, denn dazu war das Pergament zu teuer. Das Mittelalter kam im Reklamewesen über den Stand des Altertums nicht hinaus. Auch im Zeitalter der Zünfte macht die Reklame keine Fortschritte; der engherzige zünftlerische Geist hielt das persönliche Streben des Einzelnen nach höheren Erfolgen zu sehr im Interesse der Gesamtheit der Zunft in Bann, damit nur niemand den andern überflügele. Die Erfindung des Papiers, noch mehr die Erfindung der Buchdruckerkunst stellten die Reklame auf eine völlig neue Grundlage, die erst eine Reklame im größeren Stil wirklich möglich machte. Aber auch jetzt kann man vorläufig von einer zielbewußten Reklame kaum reden. Großstädte in unserem Sinne gab es kaum oder zu wenige; die Verkehrsverhältnisse waren durch das Fehlen der Eisenbahn ungenügende. Das zünftlerische Handwerk war in seinen Geschäftsformen zu sehr erstarrt und gebunden, als daß das neuzeitliche Mittel der Reklame Aussicht auf Aufnahme gehabt hätte.

Eine andere Aufnahme dagegen fand die Reklame bei dem fahrenden Volk, das mit am frühesten den Wert des Reklameplakats erkannte. Die Artisten, Zauberkünstler und Menagerien waren eigentlich diejenigen, welche die moderne Reklame aus der Taufe hoben. Das Germanische Museum in Nürnberg ist im Besitz einiger kulturgeschichtlich außerordentlich wertvollen Artistenplakate, unter anderen ist hier zu nennen ein venetianisches Seiltänzerplakat aus der Zeit um 1500; man sieht den Seiltänzer aus schwindelnder Höhe vom Campanile-Turm auf den Kanal am Seil herabsteigen, wo hunderte von Zuschauern und zahllose Gondeln dem Schauspiel zusahen; ein anderes, aus dem 17. Jahrhundert stammendes Plakat kündet einen 70 Pfund schweren Seehund als „seltsames schönes Meerwunder" an. Zu den ältesten uns bekannten Plakaten gehört das im Jahre 1518 von Eberhard Altdorfer geschaffene Plakat, das für eine in Rostock veranstaltete Lotterie bestimmt war. Damals, wie heute, suchte das in Schaubudenmanier abgefaßte Plakat unmögliches als wahr hinzustellen; so verkündet ein im Germanischen Museum befindliches Nürnberger Meßplakat aus dem Jahre 1758 ein sechsfüßiges Pferd, das 400 Kunststücke zum besten gab. Mehr kann man nicht verlangen. Die Münchener Hofbibliothek besitzt ein Straßburger Plakat aus der Zeit von 1580—1590, ein ägyptisches Ichneumon anzeigend. In Flandern bediente man sich im 18. Jahrhundert des Plakats zur Anwerbung von Rekruten für die „Legion de Flandres", was auch für die anderen Regimenter geschah. Auch das Theater benutzte frühzeitig das Plakat zur Werbung; ein solches gravierte 1775 Moreau der Jüngere für das Theater von Fontainebleau. Auf einem Plakat der Seiltänzer-Gesell-

SLUB Wir führen Wissen. gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG