

Jahrzehnts, Rowland & Cie., deren Erzeugnis Macassaröl uns noch einmal begegnen wird. Aus den 50er Jahren haben wir ein Zeugnis von Dickens in den „Household words“ über die Verbreitung des Plakats in London, und Schlesinger⁸²⁾ bezeugt in demselben Jahrzehnt „riesige vielfarbige Plakate“ von Feuer- und Lebensversicherungsanstalten, von Eisenbahn- und Dampfschiffahrtsgesellschaften. Dabei handelt es sich aber um Schrift-, nicht um Bildplakate, deren erste schüchterne Anfänge zwar schon in die 40er Jahre fallen (Holzschnitte), die in größerem Umfang aber erst in den 60er Jahren unter amerikanischem Einfluß aufkommen.

In den 40er Jahren wird in England der Drucksachenversand zu Reklamewecken in größerem Maßstabe Brauch. Er wird umfangreicher parallel mit der Verbilligung des Portos. 1848 wird das Wort to circularize in den Sprachgebrauch eingeführt⁸³⁾. Im übrigen aber entwickelt sich zwischen 1830 und 1850 die englische Reklame im wesentlichen als outdoor advertising in naturgemäßer Folge von Zeitungsstempel und Anzeigensteuer. Die Fortschritte des Plakatwesens haben wir bereits berührt, daneben tritt in den 40er Jahren das Bemalen von Wänden auf; mit die ersten, die sich dieses Reklamemittels bedienten, waren die Leute von Warren's Shoe Blacking. Die Sandwichmen werden Mode, die Omnibusse innen und außen mit Reklame versehen, besondere Reklamewagen werden durch die Straßen geschickt. Etwas später kommt die Handzettelverteilung, insbesondere als Reklamemittel von Detaillisten, auf, und zwar in einem solchen Umfang, daß sie bald wirkungslos geworden ist. Was sich in den 50er Jahren in London auf der Straße an Reklame breit machte, schildert hübsch Schlesinger, auf den hier verwiesen werden kann.

Auch in Deutschland kann man, wie ich glaube, bereits um die Wende der 20er und 30er Jahre des 19. Jahrhunderts von Reklame sprechen. Im Gegensatz zu England sind schon damals die Zeitungsanzeigen in erheblichem Umfang zu reklamehaften Inseraten geworden, wie später aufzuzeigen sein wird⁸⁴⁾. Das Jahr 48 bringt alsdann eine Flut von Affichen. Der Zettelankleber, der Vetter des englischen billsticker „mit seinem blauen Kittel, der kurzen Leiter unter dem Arm und dem Hundetrab (wird) eine typische Figur Berlins“. Er wußte dem Publikum nachzulaufen und an Straßenecken, Pumpenhäuschen, Bäumen usw., besonders Unter den Linden, seine Zettel so zu kleben, daß sie Aufmerksamkeit erregten. Freilich sind einstweilen noch nicht viel Reklameplakate darunter gewesen. Es waren ganz überwiegend politische, welche rasch wieder verschwanden. 1855 berichtet der Chronist anläßlich der Aufstellung der ersten Litfaßsäulen: „Plakate sind sie alle, auch die Menagerie- und Kunstreiteranzeigen, die literarischen Wettkämpfe und Proklamationen unserer Kleidermagazine, ja selbst die Theaterzettel und die Gartenkonzerte im Freien mit Hornmusik“⁸⁵⁾.