

E I N L E I T U N G



Von der Entwicklung der Reklamekunst in den beiden letzten Jahrtausenden soll in diesem Buche die Rede sein. Die Tatsache, daß die Reklame schon auf ein so ehrwürdiges Alter zurückblicken kann, wird vielleicht manchem neu und verwunderlich sein. Das erscheint durchaus begreiflich. Hat doch gerade in Deutschland die geschäftliche Propaganda in den letzten 30 Jahren einen so gewaltigen Aufschwung genommen, daß alles, was weiter zurückliegt, uns unendlich unbedeutend vorkommt, uns wie das Lallen eines Kindes im Vergleiche mit der wohlüberlegten Rede eines Erwachsenen anmutet. So entsteht der Anschein, als ob unser ganzes Reklamewesen etwas Funkelnagelneues sei, etwas, dessen Anfänge nur wenige Jahrzehnte zurückliegen könnten. Indessen ist dieser Eindruck unrichtig. Sobald die kulturelle Entwicklung eines Volkes einen gewissen Stand erreicht hat, tritt notwendig das Bedürfnis nach geschäftlicher Propaganda hervor. Der Verbraucher, der seinen Bedarf nicht mehr hauptsächlich in der eigenen Wirtschaft erzeugt, muß wissen, woher er bestimmte Bedarfsgegenstände beziehen kann; der Verkäufer, mag er Erzeuger oder Zwischenhändler sein, muß, um bestehen zu können, sich einen Kundenkreis schaffen, muß den Wunsch nach dem Erwerbe der von ihm feilgehaltenen Gegenstände erregen und wachhalten. Beiden Zwecken dient die geschäftliche Propaganda, die naturgemäß um so vielgestaltiger und ausgedehnter ist, je höher die materielle Kultur eines Volkes sich entwickelt. Es kann daher kaum einem Zweifel unterliegen, daß das Reklamewesen im Römerreich in den ersten nachchristlichen Jahrhunderten sehr viel ausgedehnter und mannigfaltiger, sowie daß die Teilnahme von Malerei und Plastik an ihm sehr viel stärker war, als wir es bei der Dürftigkeit der uns erhaltenen Zeugnisse belegen können. Ebenso sicher ist freilich, daß der Umfang der damaligen geschäftlichen Propaganda notwendigerweise an ihr heutiges Ausmaß schon deshalb nicht entfernt heranreichen konnte, weil die Möglichkeiten mechanischer Massenherstellung fehlten, die Bild- und Buchdruck heute darbieten. Wie wir sehen werden, hat man diese beiden Erfindungen sehr bald dem Reklamebedürfnis dienstbar zu machen gewußt, hat auch zunächst mehr gelegentlich, dann im 18. Jahrhundert zumal in Frankreich bewußt und in beträchtlichem Umfange die Kunst zu Reklamezwecken herangezogen.