

zu ihrem ursprünglichen Ausgangspunkte zurück. Im Verlaufe unserer Darstellung wird darauf hingewiesen werden, welche Bedeutung der griechische Keryx, der römische Präco, der mittelalterliche Ausrufer für die Anfangszeiten des Reklamewesens hatten. Damit ist es heute freilich zu Ende. Nur noch in ganz kleinen Orten klingelt es der Amtsdienner aus, wenn etwa bei Kaufmann Schmidt ein Faß Heringe eingetroffen ist. Wir erleben es heute auch nicht mehr, daß fahrende Ärzte und Kurpfuscher, die bereits im Altertume wegen ihrer Zungenfertigkeit und ihrer anreißerischen Manieren bekannt waren, sich eigener Marktschreier und sogar eigener Possenreißer zur Anpreisung ihrer Heilkünste und Wundermittel bedienen, wie das im 17. und 18. Jahrhundert gang und gäbe war. Sogar eine eigene Bühne, ein Theatrum, errichteten sie auf Jahrmärkten und Volksfesten, auf dem sie sich in auffälligem Aufputz gemeinsam mit ihren Gauklern produzierten und sogar allerlei Kuren vorführten, und zwar offenbar nicht selten in recht anstößiger Weise. Denn sonst wäre es nicht erklärlich, daß in den auf solche wirklichen oder nur angeblichen Heilkünstler bezüglichen Zulassungsbeschlüssender Stadtobrigkeit, die Carl Stichler aus den Ratshandbüchern von Zürich aus den Jahren 1630 – 1704 zusammengestellt hat [Archiv für Geschichte der Medizin Bd. II, S. 285 ff.], dem Gesuchsteller zur Pflicht gemacht wird, sich »on-anständiger farces und

Bild 2. Französische Heringsverkäuferin  
[Nach einem bei Datz, Histoire de la Publicité, wiedergegebenen Blatte aus der Bibliothèque de l'Arsenal]

