



DIE WERBUNG DES DEUTSCHEN OPERNHÄUSES BERLIN

Es ist eine etwas befremdlich anmutende Erscheinung, daß ein so weit um sich greifender Kulturfaktor wie das deutsche Theater im Gegensatz zu verwandten Aufgabengebieten wie etwa dem Film die Forderungen und Vorzüge der neuzeitlichen Werbung erst verhältnismäßig recht spät erkannt und für seine Zwecke ausgewertet hat. Wohl hat es schon immer gewisse Werbemittel wie vornehmlich das Plakat in seine Dienste gestellt, aber es handelte sich hierbei doch zumeist nur um mehr vereinzelte und aus besonderen Gründen gebotene Sonderfälle, die nicht als Beispiele und Ergebnisse einer wirklich wohlüberlegten und konsequent durchgeführten Theaterwerbung anzusprechen sind. Dem Deutschen Opernhause Berlin gebührt das unbestreitbare Verdienst, als erste deutsche Bühne auf diesem werblichen Neulande eine wirklich bahnbrechende und richtungweisende Arbeit geleistet zu haben, und es zeugt für den organisatorischen Weitblick seines Generalintendanten Wilhelm Rode, daß er sich schon bald nach seiner Berufung an dieses Kunstinstitut in Heinz Hammers einen kenntnisreichen Fachmann als Mitarbeiter sicherte und ihm auch verständnisvoll die Gelegenheit und Freiheit zur Verwirklichung seiner

It is somewhat curious fact that a cultural factor like the German theatres with such an extensive sphere of influence should unlike similar institutions, the film for instance, have recognized comparatively late in the day the claims and advantages of modern publicity and turned them to good account. True, it has always employed certain advertising media to mention only the poster but on the whole this has been the exception rather than the rule and was done for special reasons in isolated cases and cannot therefore be spoken of in terms of a well-planned scheme of publicity. Moreover, the Deutsches Opernhaus has the credit of being the first German theatre to do real pioneer work in this new field of publicity and it says much for the organizing talent and far-sighted policy of its manager, Wilhelm Rode, that very soon after his appointment to this „art institute“ he secured the services of Heinz Hammer an experienced expert and wisely gave him a free hand in putting his ideas of publicity into practice. Heinz Hammers had already given proof of his talents in this direction when doing similar work at the Münster Theatre before his