

**Zeitschrift:** Schatzkästlein : Pestalozzi-Kalender  
**Band:** - (1924)

**Artikel:** Chinesische Reklame  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-988996>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

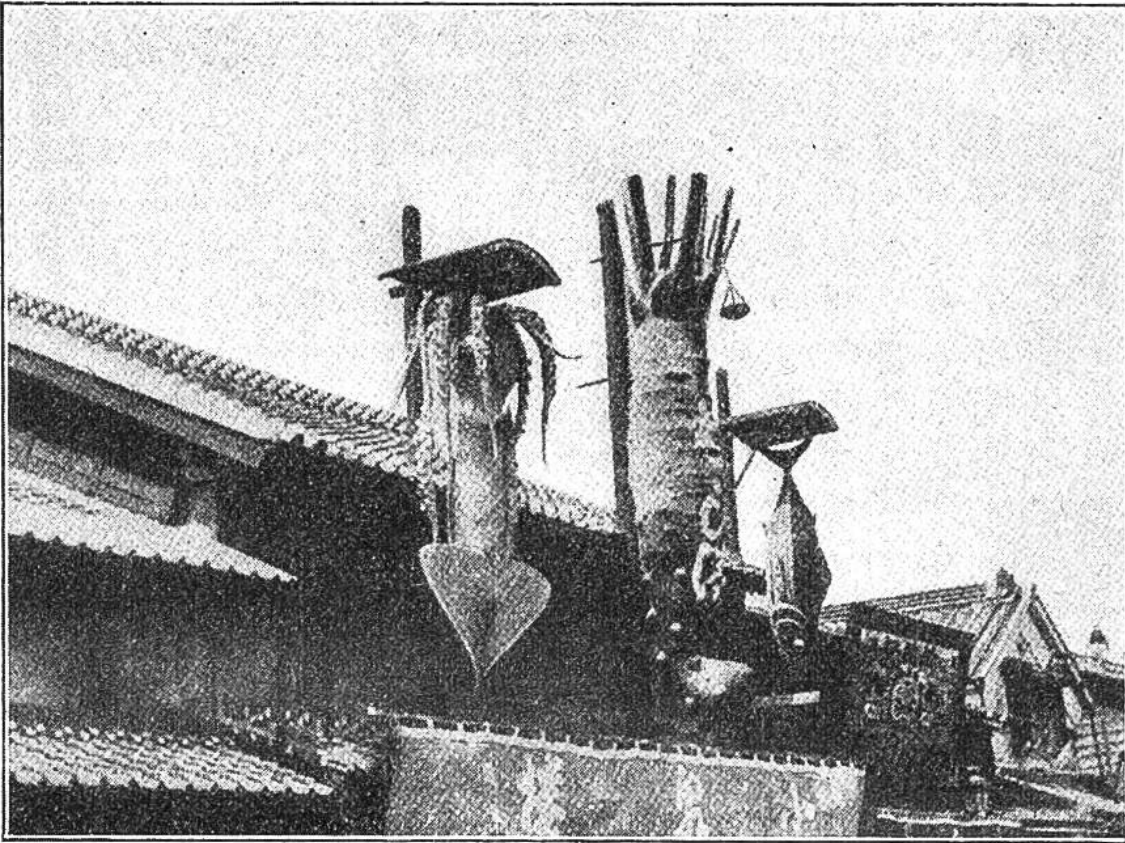
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 06.10.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Die großen Fische aus Papierstoff sagen dem Käufer, daß in jenem Geschäfte der Tintenfisch, eine chinesische Delikatesse verkauft wird.

### Chinesische Reklame.

Einem Europäer, der zum ersten Male durch eine chinesische Großstadt pilgert, fällt das festlich anmutende Aussehen der meisten Straßen auf. Lange schmale Tafeln, bunte Tücher und Wimpel hängen von den meisten Häusern herab. Alle sind mit Schriftzeichen bedeckt, die den Sprachkundigen aufklären, daß die schmalen Tafeln nicht einen Festschmuck bilden, sondern daß es Aushängeschilder chinesischer Kaufleute sind. Die Chinesen lesen ihre Schrift nämlich von unten nach oben, deshalb hängen sie ihre Reklameschilder nicht wagrecht, sondern senkrecht vors Haus. Aber nicht alle Söhne des „himmlischen Reiches“ können lesen und schreiben. Die Abc-Schützen in China haben nicht so leichtes Spiel wie die bei uns daheim. Statt unserer zwei Duzend Buchstaben müssen sie mindestens dreitausend der gebräuchlichsten Schriftzeichen kennen lernen. Die chinesischen Händler wählen deshalb als Reklame mit Vorliebe auch große Figuren aus bemalter und gefirnizter Pappe, damit jedermann nach ihnen die Art ihres Geschäftes erkennen kann.