

Zeitschrift: Schatzkästlein : Pestalozzi-Kalender
Herausgeber: Pro Juventute
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 auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

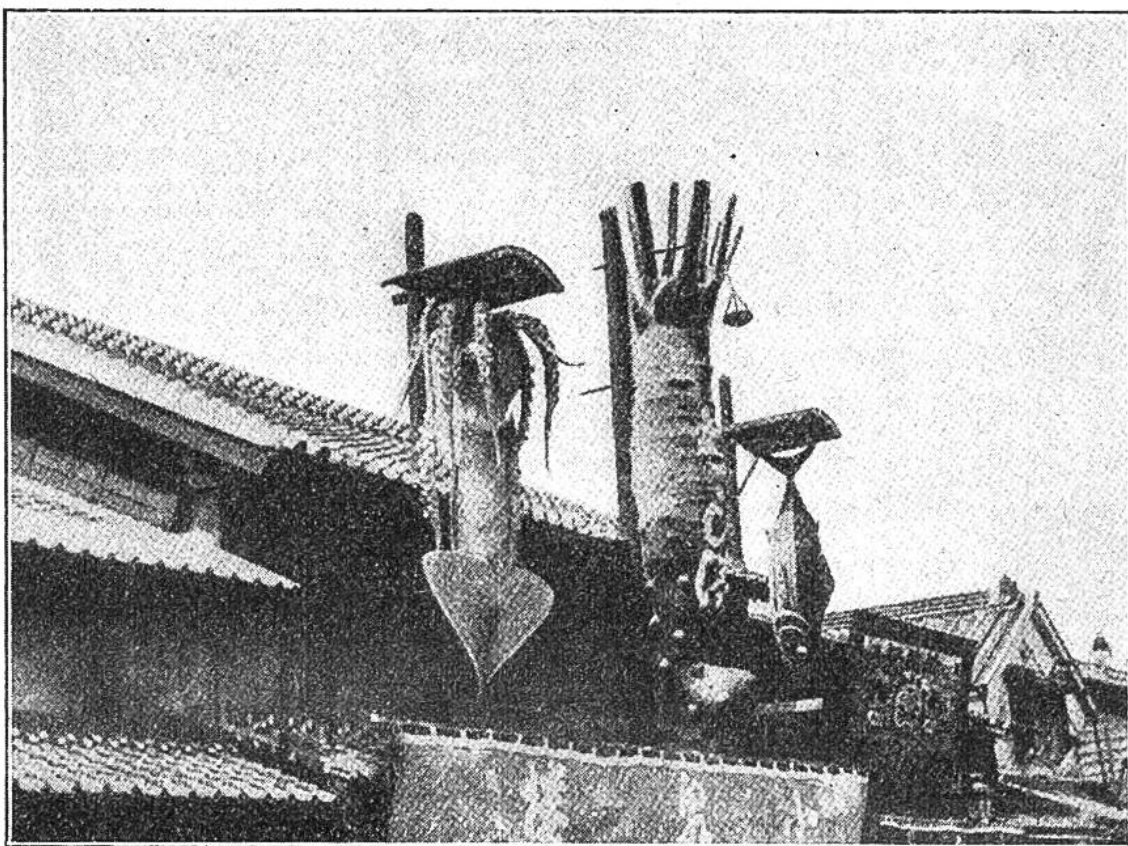
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.07.2025

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 gefirnister Pappe, damit jedermann nach ihnen die Art ihres Geschäftes erkennen kann.