



WENN man auf die Entwicklung der japanischen Reklame zurückblickt, kann man feststellen, daß etwa vor 40 Jahren die ersten Zeitungen und Zeitschriften nach amerikanischem Muster mit Inseraten erschienen. Schon von altersher hatten die japanischen Kaufleute erkannt, daß die Reklame geschäftsfördernd und absolut notwendig ist. So versuchten sie schon in früheren Zeiten, in primitiver Art mit den verschiedensten Mitteln für sich zu werben. Sie brachten z. B. an ihren Läden Schilder mit riesigen Schriftzeichen an. Aber auch andere Mittel wurden verwendet, um das Geschäft bekannt zu machen, Mittel, die erst verständlich werden, wenn man die Sitten und Traditionen des japanischen Volkes etwas kennt. Es gibt in Japan zweierlei Arten Fächer, aus Bambus und aus Papier, die infolge des heißen Klimas für jedermann unentbehrlich sind. Früher, als alles noch bedeutend billiger war, konnte man einen schönen runden Fächer (Uziwa) schon für 3 bis 10 Pfennig kaufen. Auf diese Fächer wurden Reklamen in ein oder zwei Farben gedruckt, bei denen die japanischen Schriftzeichen mit den Zeichnungen eine harmonische und geschmackvolle Wirkung ergaben. Diese Art der Reklame war allgemein üblich. Die Gasthäuser verwandten die kleinen Sakeschalen (japanisches Nationalgetränk) und kleine baumwollene Handtücher für ihre Reklame. Diese winzigen Sakeschalen sind in der japanischen Familie ebenso unentbehrlich wie die schmalen, langen Handtücher und bei der Abreise eine kleine Sakeschale und ein Handtuch sind die beiden seit Jahrhunderten traditionellen Mittel, um zu werben. Jeder Schauspieler und jeder Händler verteilt mit seinem Namen. Außerdem verteilen die Kampfer, etwa hundert an der Zahl, ziehen in den Gasthäusern, Fischladens, Friseurladens usw. und wünschen den Freunden und Bekannten des Inhabers Glückwünsche bestehen aus Papier- und