Der diesjährige Pro Juventute Marken- und Kartenverkauf

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und Kunst**

Band (Jahr): **12 (1922)**

Heft 48

PDF erstellt am: **02.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-647861

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

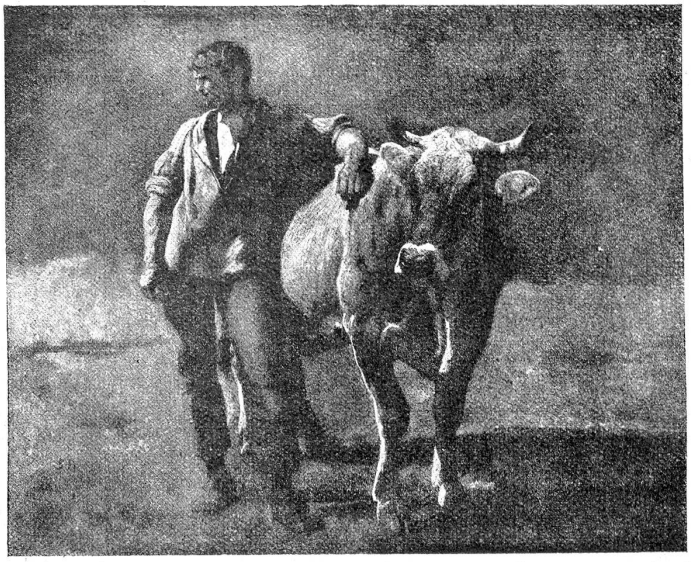
http://www.e-periodica.ch

Der diesjährige Pro Juventute Marken- und Kartenverkauf.

Der diesjährigen Dezemberaktion Pro Juventute geht eine eigenartige Ouvertüre voraus: Der Kampf um die Vermögensabgabe. Laut tönt's von der einen Seite: Die Leistungen für soziale Zwecke müssen sich mehren. Von der andern hallt es zurück: Aber nicht dadurch, daß man die Kuh schlachtet, die man melken will. Maßvolle und gerechte Steuern und daneben Platz für freiwillige Opfer aus humanitären und religiösen Motiven, das ist unser Programm.

Wenn dann die Straßenkehrer die Massen der Flugblätter mit ihren Anklagen, den aufpeitschenden Kampfparolen samt dem Gassenkot zusammenwischen, die Initiative auf zwangsweise Expropriation verworfen worden ist, huschen junge muntere Leute mit den Marken und Karten Pro Juventute von Haus zu Haus und beginnen ihren Feldzug.

Sicher nehmen sie nun den Bürger beim Wort: Die Freiheit zu geben, wie viel du willst, ist dir geblieben. Geblieben sind aber auch die großen sozialen Aufgaben, unter denen die Sorge für den Nachwuchs keine der kleinsten ist. Wir sammeln für die Mütter-, Säuglings- und Kleinkinderfürsorge. Nun gib dein Scherflein! Daß diese



Rudolf Koller, Zürich 1828–1905. Friedli mit der Kuh. 1858.
Original im Zürcher Kunsthaus.

Rudolf Koller, Zürich 1828–1905. Vieh am See. 1870.
Original im Zürcher Kunsthaus.

Bitte nicht Abneigung und Haß erweckt, wie der vorausgegangene Kampf, dafür sorgen dann neben den freundlichen Gesichtern auch die Marken und Karten. So mißmutig der Bauer wegen der Krisis sein mag, wenn er Rudolf Kollers Bilder in ihrer ganzen Farbenschönheit sieht, den Stier am blinkenden See, das wollige Schaf im Alpengras, die prächtige Kuhherde am Zürichhorn, und anderes, so ist er trotz allem zu einem Griff in die Tasche bereit. Dem Naturfreund aus der Stadt werden Adolf Stäblis dramatisch bewegte Landschaftsbilder nicht weniger gut gefallen. Und dann die Marken! Ihnen ist es nicht zuletzt zu verdanken, wenn der Gesamtertrag der Pro Juventute-Aktionen seit 10 Jahren ständig in aufsteigender Linie sich bewegt und letztes Jahr 521,000 Franken abwarf. Daß dieses Jahr vier Taxwerte und alle mit fünfmonatlicher internationaler Gültigkeit bis 30. April 1923 erscheinen, verheißt guten Erfolg und ebenso die sorgfältige Ausführung durch den nun 60-jährigen Rudolf Münger. Die braune 5er Marke mit dem Zugerwappen, die grüne 10er mit dem Freiburger, die violette 20er mit dem Luzerner Schild, sind ebenso sinnvoll komponiert wie die 40er Schweizermarke, die mit ihren leuchtenden Farben alle andern übertrifft.

Gewiß ist der Reinertrag für Wohlfahrtszwecke klein, 5 Rappen bei den drei ersten, 10 bei der 40er; aber erstens geben viele Tropfen auch einen Strom und vor allem haben solche Sinnbilder, die den Mahnruf „Pro Juventute" durch alle Gaue tragen, eine Werbekraft, die lange nachwirkt und notwendigen lokalen Sammlungen durchs Jahr hindurch Türen öffnet. Ueber 8 Millionen gibt heute das Schweizervolk jährlich freiwillig für Jugendfürsorge, sie und die Summe von Zeit und Kraft uneigennütziger Helfer beweisen, daß neben der staatlichen Sozialpolitik auch eine private Fürsorge steht, die ihren Ehrenplatz weiterhin verdient.

Das Gute, das andern du gegeben, wirst du selber mit genießen;
Die Tränen, die du gestillt im Leben, werden bei deinem Tode fließen.
A. Roderich.

Adolf Stäbli, von Winterthur, 1843–1901. Birkenlandschaft.
Original im Zurcher Kunsthaus.