Dank allen, die heimisches Streben durch promptes Zahlen stützen und heben!

Autor(en): **Lang, Jos.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **L'effort cinégraphique suisse = Schweizer Filmkurier**

Band (Jahr): **- (1933-1934)**

Heft 34-35

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-732512

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

Dank allen, die heimisches Streben Durch promptes Zahlen stützen und heben!

(Dr. F. K.) Unter den Bestrebungen, die eine Gesundung und einen Neuaufstieg unserer Volkswirtschaft zum Ziele haben, verdient eine Propaganda-Marke (herausgegeben von «Credita», Küssnacht a. R.) Beachtung, auf der diese Worte: Dank allen, die heimisches Streben durch promptes Zahlen stützen und heben als Devise stehen und die das Schweizerkreuz schmückt.

Was will diese Marke? Sie will auf ein Mittel und einen Weg hinweisen, um wirksam an der Neu-Durchkräftigung unseres wirtschaftlichen Körpers aus seinem Innern heraus beizutragen. Denn nicht nur von aussen und von oben ist Heilung vonnöten, sondern vor allem aus seinem Organismus ist das lähmende und hemmende Gift fortzuschaffen. Hier hat eine Bluterneuerung einzusetzen!

Eine der grössten Schädigungen unserer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, und für viele der erste Schritt zum Ruin, besteht unstreitig im herrschenden, unprompten Zahlungsverkehr. Dabei liegt die Merkwürdigkeit vor, dass in sehr vielen Fällen nicht die Unmöglichkeit zu bezahlen der Grund ist, sondern eine die Folgen verkennende Sorglosigkeit.

«Es pressiert nit», sagt einem der Handwerker, wenn man ihn bei der Ablieferung der Ware nach der Rechnung fragt. Und wenn er dann nach seinem urgrossväterlichen Brauch an Neujahr mit seiner Note aufrückt und der Käufer schon den Geldsäckel aufmacht, heisst's wiederum: «Es pressiert doch nit so». Dass das geradezu dazu aufreizt, den Geschäftsmann auch ohne besondere Aufmunterung Jahr und Tag mit der Bezahlung warten zu lassen, ist klar.

Diese Sachlage haben sich denn auch zahlreiche Kunden in ihrem Verkehr mit unsern Kleingewerbe- und Detailhandel-Treibenden recht wohl gemerkt, so dass sich fast ein Gewohnheitsrecht herausgebildet hat: den Handwerker und Detailhändler auf die Zahlung willkürlich warten zu lassen. Der Betroffenen aber hat sich vielfach eine eigentümliche Schüchternheit bemächtigt, dass sie es oft kaum wagen, die Rechnung auch nur zu präsentieren, aus Angst, sie könnten sonst die Kunden verlieren.

Und doch ist diese Ängstlichkeit ganz ungerechtfertigt. Kann sich doch kein Mensch der Einsicht verschliessen, dass die Arbeit des Gewerbetreibenden ebenso des im vereinbarten Zeitpunkt gegebenen Lohnes würdig ist, wie jede andere Leistung, z. B. des Kapitalisten, des Bauern, des Arbeiters, und dass es ein Unrecht ist, diesen warten zu lassen. Verliert aber der Handwerker und Detaillist deswegen tatsächlich einmal einen Kunden, dann liegt die Vermutung nahe, dass dieser überhaupt nicht zu zahlen beabsichtigte, und der Verlust eines solchen ist kaum zu bedauern.

Überlegen wir aber die verhängnisvollen Auswirkungen dieses unprompten Zahlungswesens an unserm Gewerbe! Um wieviel muss der Gewerbetreibende sein Betriebskapital wegen dieser «niezahlenden» Kunden vergrössern, vielleicht unter teuren, ungünstigen Bedingungen Geld aufnehmen und verzinsen, oder dann dem Betrieb im engern Sinne entziehen und so seine geschäftliche Leistungsfähigkeit schädigen. Ja, wie mancher könnte mit den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln noch ein ganz flottes Geschäft führen, und es wird ihm durch diesen Missstand verwehrt! Gewinnen nicht 100 Fr., drei-, vier- und mehrmal umgesetzt, im Jahr den Wert von 3-400 Fr. und noch mehr! Mit dem Geld ist es nun einmal im wirtschaftlichen Körper wie mit dem Blut im menschlichen Körper; nur wenn es sich bewegt, belebt es ihn und lässt seine Glieder leben.

Hier nun will die Propaganda-Marke mit ihrer Werbearbeit um die Gesundung des Zahlungsverkehres einsetzen. Sie will laut und öffentlich den Dank an alle abstatten, die bisher durch prompte Erfüllung ihrer Verbindlichkeiten ein geordnetes und gesichertes Geschäftsleben ermöglichen halfen und in schweren Zeiten ausser der materiellen Hilfe, gerade durch ihre Promptheit, dem Geschäftsmanne Freude und Mut zur Arbeit gaben, ein Faktor, der, wie jeder Gewerbetreibende bestätigen wird, nicht hoch genug zu schätzen ist... Alle aber, die bis anhin säumig waren, möchte die Marke auffordern, im Hinblick auf ihren eigenen Wunsch, ihr Guthaben, sei es Arbeitslohn, Zinsen etc., auch prompt befriedigt zu sehen, dem Nebenmenschen und dem Volksgenossen das gleiche Recht einzuräumen.

Red. — Die vorstehende Anregung liegt im Interesse jedes Gewerbetreibenden und auch des Lichtspieltheaterbesitzers. Unser Gewerbe krankt zum grossen Teil am gleichen Uebel und wenn es durch die «Credita»-Propaganda-Marke möglich ist, gesündere Verhältnisse herbeizuführen, so kann es auch im Lichtspielgewerbe wieder einmal besser aussehen, denn wenn anderer Leute Geld besser rollt, so bekommen das sicher auch die Kinokassen zu spüren.

Jos. LANG, Sekretär S. L. V.

Schweizer-Woche 1933

Wie jedes Jahr, ist der Verband für wirtschaftliche Propaganda und Volksaufklärung **Schweizer-Woche** auch dieses Jahr wiederum mit dem Gesuch an uns gelangt, die Werbe-Diapositive für die diesjährige Schweizerwoche-Veranstaltung den Herren Theaterbesitzern zur Vorführung in der Zeit vom *1. Oktober bis 4. November a. c.* zu empfehlen.

Mit Rücksicht auf den absolut gemeinnützigen Zweck hat der Verband wie jedes Jahr die Vorführung zugesagt, doch wünscht der Schweizerwoche-Verband zu wissen, ob darauf gezählt werden kann, dass die Dias auch wirklich überall in den Theatern gezeigt werden. Um sich darüber zu vergewissern, ob dies der Fall ist, hat das Sekretariat eine Umfrage bei den Herren Theaterbesitzern veranlasst und den Zirkularschreiben eine Antwortkarte beigelegt, die mit *Ja* oder *Nein* umgehend einzusenden ist. Da die Grösse der Diapositiv-Einrichtungen nicht in allen Theatern dieselbe ist, soll auf der Antwortkarte diese Frage ebenfalls ausgefüllt werden.

Da die Förderung der Schweizerwoche-Bestrebungen nicht nur im allgemein volkswirtschaftlichen Interesse liegt, sondern auch indirekt den Kinokassen zugute kommt, so erwarten wir auch die letzte Karte mit einem herzhaften **Ja** beantwortet zurück.

Schweiz. Lichtspieltheater-Verband:
Das Sekretariat.

VERGESSEN SIE NICHT, DEN ABONNEMENTS-PREIS VON FR. 5.-- PER POSTCHECK EINZUBEZAHLEN!