

Zeitschrift: Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und Kunst
Band: 12 (1922)
Heft: 48

Artikel: Der diesjährige Pro Juventute Marken- und Kartenverkauf
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-647861>

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: 08.01.2026

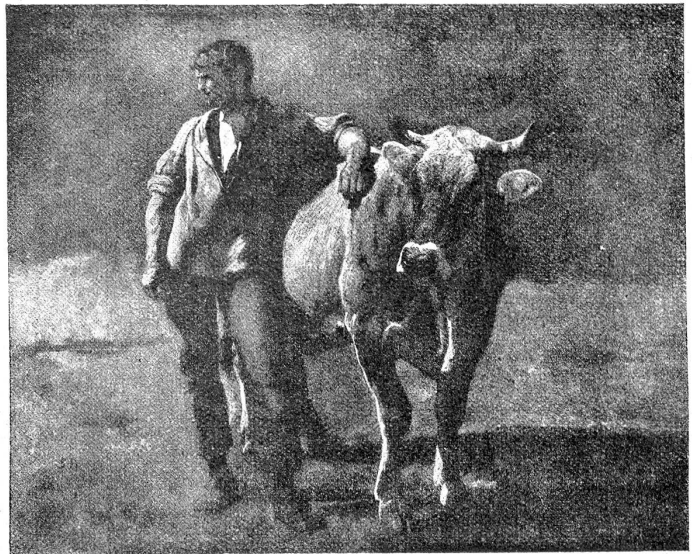
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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 hält 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 Straßenlehrer die Massen der Flugblätter mit ihren Anklagen, den aufpeitschenden Kampfpapieren samt dem Gassenkot zusammenwischen, die Initiative auf zwangsweise Expropriation verworfen worden ist, hüpfen 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. Sriedli mit der Kuh. 1858.
Original im Zürcher Kunsthaus.



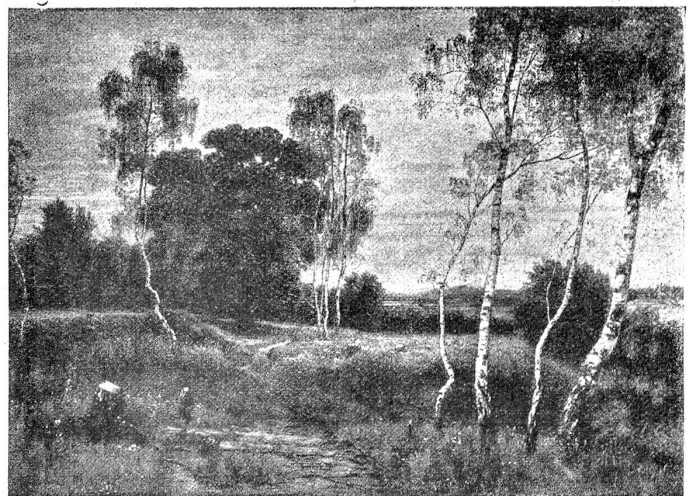
Rudolf Koller, Zürich 1828–1905. Vieh am See. 1870.
Original im Zürcher Kunsthaus.

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 Krüts 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 Mürger. 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 Werbefraft, 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.
H. Roderich.



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