

**Zeitschrift:** L'effort cinégraphique suisse = Schweizer Filmkurier  
**Herausgeber:** L'effort cinégraphique suisse  
**Band:** - (1933-1934)  
**Heft:** 34-35

**Artikel:** Schweizer-Woche 1933  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-732513>

#### **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:** 13.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 unsren 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 ungerechtverfertigt. 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 Zahlungsverkehrs einsetzen. Sie will laut und öffentlich den Dank an alle abstatthen, 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 !**