

Zeitschrift: SBB Revue = Revue CFF = Swiss federal railways
Herausgeber: Schweizerische Bundesbahnen
Band: 3 (1929)
Heft: 10

Artikel: Schweizerisches Schaffen am Ehrenplatz
Autor: Koch, E.C.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-780238>

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: 15.02.2026

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

SB Revue SF

Herausgegeben von der Generaldirektion der Schweizer Bundesbahnen / Schriftleitung: Generalsekretariat in Bern
Inseratenannahme, Druck und Expedition: Buehler & Co., Bern

SF

Publiée par la Direction générale des chemins de fer fédéraux. Rédaction: Secrétariat général à Berne / Annonces
Impression et Expedition: Buehler & Cie, Marientstr. 8, Berne

Erscheint einmal im Monat / Paraît une fois par mois. Abonnement: 1 Jahr Fr. 10.- / 1 année fr. 10.-. 1 N^o fr. 1.-. Postcheck / Chèques postaux III 5688

Schweizerisches Schaffen am Ehrenplatz



Seit Wochen schon stehen die Wagen der Schweizerbahnen im Zeichen der Werbung für eine bedeutsame nationale Veranstaltung. Das Plakat der bevorstehenden *Schweizerwoche* stellt sich wie ein stiller, unaufdringlicher, aber allgegenwärtiger Mahner in den Gesichtskreis des Reisenden: des Fabrikanten, der für den Inlandmarkt produziert, des Exportindustriellen, dessen hochwertige Erzeugnisse für den Ruf schweizerischer Qualitätsarbeit in aller Welt Ehre einlegen. Manche Bäuerin wird in diesen Tagen die goldenen Ähren des Plakatabildes ins Auge gefasst und dabei vielleicht an die *Schweizerwoche-Märkte* gedacht haben, die in immer zahlreichern Konsumzentren zur Durchführung gelangen, um für die Wertschätzung der Frucht unserer Heimat Erde zu werben. Dem Handelsmann ist das Schweizerwoche-Plakat ein wohl bekanntes Pro Memoria: Der Bedeutung seines Standes im Wirtschaftsorganismus bewusst, wird er auf die Schweizerwoche hin seine Schaufenster mit den Erzeugnissen schweizerischer Arbeit

ausstatten und den Auslagen ein besonderes festliches Gepräge verleihen. Der Arbeiter nicht minder wie der Beamte und Angestellte weiss, was die Verwirklichung des Schweizerwoche-Gedankens für ihn bedeutet. Die Arbeit des Mitbürgers achten und seine Erzeugnisse beim Einkauf berücksichtigen, das heisst Verdienst schaffen und Tausenden ihr Auskommen sicherstellen. Das Plakat in den Bahnwagen ist von Künstlerhand entworfen. Auch sie, die geistig schöpferische Arbeit, das Schrifttum wie die bildenden Künste stehen in den kommenden zwei Wochen am Ehrenplatz.

So hat das Symbol der Schweizerwoche für jeden, der mit Kopf und Hand im Bau unserer Volkswirtschaft tätig ist, seine eigene Bedeutung. Vor allem aus soll es aber ein Verbindungszeichen sein, das Signum der Bereitschaft zur Zusammenarbeit, zum gegenseitigen Vertrauen und Verstehen. In hoc signo wollen wir jede ehrliche Arbeit achten, wollen wir unsere Sonderinteressen denjenigen der Volksgemeinschaft unterordnen.

Vom 19. Oktober bis 2. November wird das gleiche Plakat in Tausenden von Schaufenstern, zu Stadt und Land, in der bescheidenen Auslage des Dorfkrämers wie hinter den Glacen prunkvoller Warenpaläste zu sehen sein. Das Schweizerwoche-Plakat hat dort eine mehrfache Zweckbestimmung: Die Teilnehmer an der Schweizerwoche verpflichten sich bei der Übernahme des Plakates unterschriftlich, in den damit gekennzeichneten Schaufenstern einzig solche Erzeugnisse auszustellen, die schweizerischer Herkunft sind oder in unserem Lande eine wesentliche Verarbeitung erfahren haben. Damit wird das Schweizerwoche-Plakat zum Garantie- und Vertrauenszeichen für die Käuferschaft. Es wird dem Konsumenten aber auch die früher andeuteten staatsbürgerlichen Überlegungen in Erinnerung rufen und ihn einladen, seinen Bedarf auch das Jahr hindurch bei solchen Verkaufsgeschäften zu decken, die durch ihre Beteiligung an der Schweizerwoche bezeugen, dass für sie der Begriff einer gesunden Volkssolidarität — immer im Rahmen der wirtschaftlichen Struktur unseres Landes — kein leeres Schlagwort ist.

Die alljährliche Schweizerwoche-Kundgebung wird von einer Organisation betreut, der eine grosse Zahl von Einzelfirmen und wirtschaftlichen Verbänden als Mitglieder angehören. Unter dem Namen Schweizerwoche-Verband, mit Zentralstelle in Solothurn, führt diese Organisation seit dem Jahre 1917 regelmässig im Monat Oktober jene Kundgebung durch. Grundlegend für die Arbeit des Schweizerwoche-Verbandes sind die nachfolgenden Bestimmungen seiner Satzungen: Er bezweckt die Förderung der Kenntnis und Wertschätzung der schweizerischen geistigen und materiellen Arbeit und damit die Hebung des Absatzes schweizerischer Erzeugnisse im Inland und Ausland. Er soll die Erkenntnis der Bedürfnisse der nationalen Wirtschaft im gesamten Volke zu vertiefen suchen zur Milderung der innern Reibungen in unserm Wirtschaftsorganismus und zur Stärkung desselben nach aussen. Als eines der hauptsächlichsten Mittel betrachtet der Verband die Durchführung von Veranstaltungen, während deren Dauer Produzenten und Händler sich zum gemeinsamen Ziel

setzen, mit allen geeigneten loyalen und sachlichen Mitteln, ohne Spitze gegen das Ausland, die Kenntnis und den Absatz schweizerischer Erzeugnisse zu fördern.

Neben der Durchführung der alljährlichen Schweizerwoche sucht der Schweizerwoche-Verband durch das Mittel der Presse auf das Denken und Handeln der Bevölkerung einzuwirken, über schweizerische Qualitätsarbeit aufzuklären, weniger bekannte Erwerbszweige hervorzuheben und Vorkommnisse zu besprechen, die dem Gedanken des Zusammenhaltens und der gegenseitigen Unterstützung im Wirtschaftsleben zuwiderlaufen. Unter der Jugend wirkt die Schweizerwoche durch Vorträge, Vorführung von Filmen und Lichtbildern, Wettbewerbe. In den nächsten Wochen werden Zehntausende von Schülern und Schülerinnen in Schweizerwoche-Aufsätzen die Frage zu beantworten haben: «Was weiss ich von der Schweizermilch und ihrer Verwendung?». Nachdem mehrfach Themata aus dem Gebiet der Industrien und Gewerbe ausgeschrieben worden sind, soll diesmal nun die Leistungsfähigkeit der Landwirtschaft, speziell der schweizerischen Milchwirtschaft, unserer Jugend nähergebracht werden. Daneben werden Ausstellungen, ein besonderes Jahrbuch und weitere Mittel benutzt, um das öffentliche Interesse für die praktische Verwirklichung des Schweizerwoche-Gedankens wach zu erhalten.

Doch zurück zu der eigentlichen Schweizerwoche-Kundgebung! Sie darf sehr wohl als eine dezentralisierte Landesausstellung angesprochen werden. Für jedermann ohne weiteres zugänglich, zeigt sie dem Beschauer gleichzeitig, wo er die ausgestellten Erzeugnisse bekommen kann. Denn darauf kommt es an: Wir wollen die Früchte der gewissenhaften, intelligenten Arbeit unseres Volkes nicht bloss betrachten und bewundern, sondern kaufen und in Gebrauch nehmen — nicht unter dem Zwange einer Sollregel, sondern aus freier, gesunder Einsicht in die grossen Zusammenhänge: nicht als Ausfluss einer irgendwie chauvinistischen Einstellung, sondern weil Schweizer Ware Vertrauen verdient, und weil wir dem Nächsten helfen wollen.

E. C. Koch.

CHANTUNET RUMAUNTSCH

DORMA BAIN

Buna not!
Che dutsch tramegl, che bella saira
Inseml passantà nus vain!
Da 't bandunar va greiv pel vaira,
Algrezcha mia dorma bain!
Buna not, meis plaschair,
Dorma bain!

Buna not! Buna not!
Nel sön vzarà duos ögls chi glüschan
Sco stailas vi al tschêl serain,
Cbi riantats, contains am dischan:
't insömgia dutsch e dorma bain!
Buna not, meis plaschair,
Dorma bain!

Buna not! Buna not! Dorma bain!
O quant bramada 'm ais quell' ura
Cur saimper nus inseml stain:
In mia bratsch' at tegn, e cura
Suot vusch at di meis dorma bain!
Buna not, meis plaschair,
Dorma bain!

Andrea Bezzola
(mus. da Carl Häser)