

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Zeitschrift:</b> | Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.] |
| <b>Herausgeber:</b> | Schweizerische Verkehrszentrale  |
| <b>Band:</b>        | - (1938)   |
| <b>Heft:</b>        | 10   |
| <b>Artikel:</b>     | Onurè Undrei la lavur indigena   |
| <b>Autor:</b>       | [s.n.]   |
| <b>DOI:</b>         | <a href="https://doi.org/10.5169/seals-778721">https://doi.org/10.5169/seals-778721</a>  |

### **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**

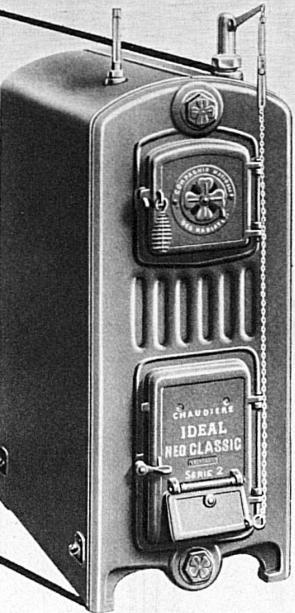
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media 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>**



Arch. Fred Traub, Zollikon



**Mit einer Feuerstelle  
das ganze Haus  
erwärm und geheizt!**

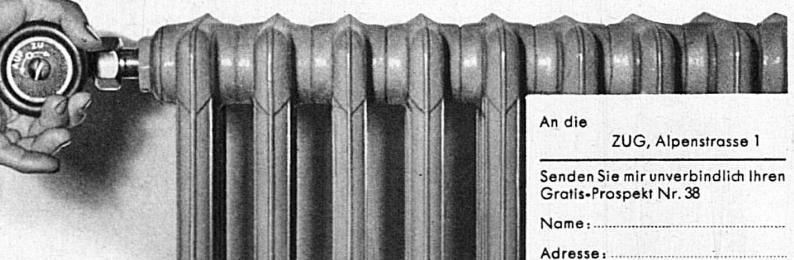
Im Keller, neben dem Kohlenraum, steht der „Ideal Classic“ Kessel: er lässt sich jeden Morgen und Abend mühelos bedienen. Nichts von Kohle schleppen! Kein Staub, keine Asche in der Wohnung — dafür aber Tag und Nacht, vom Herbst bis in den Frühling hinein, fortwährend eine behagliche, gesunde Wärme. Trotzdem sind die Heizkosten nicht höher als bei einer gewöhnlichen Heizung, dank der bewährten Konstruktion des „Ideal Classic“ Kessels. Schon bei drei Räumen macht sich die „Ideal Classic“ Zentralheizung bezahlt. Lassen Sie sich mit dem untenstehenden Couponausschnitt unseren Gratisprospekt Nr. 38 kommen.

**IDEAL RADIATOREN GESELLSCHAFT AG**

ZUG, Alpenstrasse 1

Werk in DULLIKEN bei Olten

**IDEAL CLASSIC**



An die

ZUG, Alpenstrasse 1

Senden Sie mir unverbindlich Ihren  
Gratis-Prospekt Nr. 38

Name: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

**Vereinigte Drahtwerke AG.**



**Biel**

Präzisgezogenes, sowie kaltgeformtes Material in Eisen und Stahl, aller Profile, für Maschinenbau, Schraubenfabrikation und Fassondreherei

**Bandisen und Bandstahl**, kaltgewalzt bis zur grössten Breite von 500 mm

**Transmissionswellen**, komprimiert und abgedreht

**Onuré la laver indigena**

Mit diesem vollautig kräftigen Spruch, einheimisches Schaffen zu ehren, wendet sich die «Schweizerwoche» an die «Sora Romontscha», die vierte Schwester im Sprachenbund wohllöblicher Eidgenossenschaft. Zum erstenmal werden die Schweizerwoche-Schaufenster des rätoromanischen Sprachgebietes mit den Plakatzeichen der Eivna Svizzra und der Jamna Svizzera geschmückt sein. Das bedeutet mehr als eine blosse Geste freundlicher Anerkennung gegenüber unsrern Sprachminderheiten. Es bedeutet, dass sich die Bestrebungen der «Schweizerwoche» nicht erschöpfen dürfen in der Kaufwerbung für landeseigenes Produkt. Auch das kulturelle Heimatgut, ja dieses vor allem, soll unserer Achtung und Wertschätzung teilhaftig sein.

Die XXII. «Schweizerwoche» gelangt in der Zeit vom 22. Oktober bis 5. November zur Durchführung. Von Anfang an nicht einzig als nationale Warenenschau des Handels gedacht, sondern als eine allgemeine Manifestation schweizerischer Leistung auf materiellem und geistig-künstlerischem Gebiet, will die «Schweizerwoche» in letzter Linie Mahnerin sein: Mahnend an die Verantwortlichkeit jedes einzelnen Schweizers gegenüber der Gemeinschaft — mahnend an die Pflichten, welche dem Staatsbürger auch im wirtschaftlichen Bereich auferlegt sind — mahnend an das nationale Gewissen des Auftraggebers und Käufers, des Arbeitnehmers und der Hausfrau, des Ferienreisenden wie des Konsumenten geistiger Erzeugnisse. Was sie fordert und fordern darf, ist letzten Endes nichts anderes als die tägliche Bereitschaft, Eigennutz und Gemeinnutz miteinander in Einklang zu bringen.

Bundesgenossin der «Schweizerwoche» ist die «Armbrust», das vor Jahren geschaffene und gesetzlich geschützte Garantiezeichen für die Produkte schweizerischen Arbeitsfleisses. Sie überträgt die mehr ethisch gerichteten Bestrebungen der «Schweizerwoche» in logischer und glücklicher Weise auf das kommerzielle Gebiet. Wer Schweizerware zu kaufen wünscht, soll die Gewähr haben, keine Täuschung und Enttäuschung zu erleben. Der Käufer soll wissen, dass die betreffende Fabrikation einer strengen Ursprungskontrolle von dritter Seite unterworfen worden ist, und dass das Recht zur Führung der Armbrustmarke weder an fragwürdige Firmen noch für ebensolche Ware erteilt wird. Organisatorisch sind die interessierten Schweizer Produzenten in den Verbänden der «Schweizerwoche» (Sitz: Solothurn) und der «Zentralstelle für das schweizerische Ursprungszeichen» (Sitz: Bern) zusammengeschlossen.

**Onuré la laver indigena**

C'est par ces termes savoureux que l'Association de la «Semaine Suisse» invite nos compatriotes de la «quatrième Suisse» à honorer le travail national. Les panonceaux de la «Semaine Suisse» seront édités, pour la première fois cette année, dans nos quatre langues nationales.

Il ne s'agit pas seulement de commémorer le vote du peuple suisse qui a donné au romanche, en février dernier, rang de langue officielle et par là de témoigner de notre sympathie à nos frères grisons. Voyons dans ce geste la volonté bien arrêtée des organisateurs de la «Semaine Suisse» de mettre en valeur le «Travail suisse» sous toutes ses formes et de donner à notre patrimoine spirituel la place d'honneur qui lui est due. L'activité de la «Semaine Suisse» ne se borne pas uniquement à la propagande économique, elle estime avec raison devoir faire valoir le «Travail national» sous toutes ses formes, aussi bien le travail industriel que commercial, l'artistique que l'intellectuel. Educatrice, la «Semaine Suisse» s'adresse à chaque concitoyen pour le rendre attentif à son devoir de solidarité envers la collecti-

vité et lui rappeler ses responsabilités en matière économique. Elle milite pour la mobilisation des forces actives du pays et des bonnes volontés au service de notre économie suisse.

Si la « Semaine Suisse » remplit avant tout un rôle pédagogique, le « Bureau central pour la marque suisse d'origine » garantit, par l'apposition de l'arbalète, l'origine suisse d'un produit. Avec bonheur, il applique à la pratique ce que la « Semaine Suisse » s'efforce de vulgariser dans le domaine des idées. Celui qui désire acheter suisse, qui veut en ce faisant faire œuvre de solidarité nationale dans le but de combattre le chômage et de créer de nouvelles occasions de travail, peut être certain de l'efficacité de son geste en achetant des produits marqués de l'arbalète. Par le contrôle rigide et sévère de l'emploi de cette marque, protégée par la loi, par l'examen préalable des procédés de fabrication organisés par le Bureau central, le consommateur est assuré que les produits marqués de l'arbalète sont d'authentiques produits suisses. Disons encore que les industriels suisses s'intéressent à la propagande en faveur des produits suisses se sont groupés en deux grandes associations, l'une la « Semaine Suisse » dont le siège est à Soleure et l'autre, le « Bureau central pour la marque suisse d'origine », dont l'agence pour la Suisse romande se trouve à Genève.

### Im Zeichen der schweizerisch-schwedischen Freundschaft

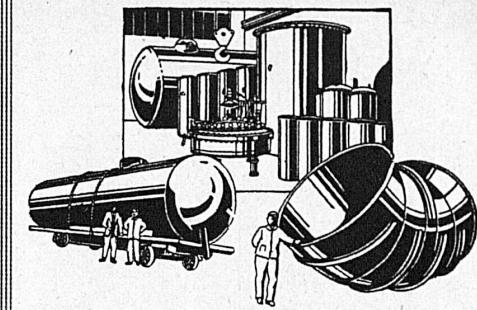
wird vom 14. bis 23. Oktober in Stockholm eine « Schweizerwoche » durchgeführt, die unter dem Protektorat Seiner Königlichen Hoheit, des Kronprinzen von Schweden und des schweizerischen Bundespräsidenten steht.

In Ostermans Marmorhallen wird die Schweiz als Reise- und Ferienland und als Industrieland zur Darstellung gebracht. Eine Bücherschau und eine Propagandaschau für die Schweizerische Landesausstellung 1939 zeigen etwas von der kulturellen Eigenart der Schweiz. Das Programm sieht Vorträge von Prof. Schindler, Felix Möschlin, Peter Meyer, Charles Fournet und Florian Niederer vor, ferner eine Darbietung moderner schweizerischer Musikschöpfungen und Restaurantkonzerte mit schweizerischer Volksmusik.

Im Jahr 1939 wird voraussichtlich eine neue Fluglinie von der Schweiz nach Schweden eingerichtet werden. Die Swissair benutzt den Anlass der Schweizerwoche in Stockholm zu einem Propagandaflug Zürich-Stockholm am 13. Oktober, der auch als Sonderpostflug durchgeführt wird. Es werden zur Beförderung gewöhnliche und eingeschriebene Briefe bis zu 20 Gramm und Postkarten nach jedem beliebigen Bestimmungsort und Land angenommen. Die Taxe beträgt für In- und Ausland einheitlich 50 Rappen. Für einzuschreibende Briefe kommt noch die Einschreibegebühr von 30 Rappen, für Eilsendungen die Eilzustellungsgebühr von 40 Rp. für die Schweiz und 60 Rp. für das Ausland hinzu. Die Sendungen sind mit schweizerischen Luftpostmarken oder gewöhnlichen Wertzeichen vollständig zu frankieren und unter frankiertem Umschlag mit der Bezeichnung «Schwedenflug» und der Adresse des Absenders an das «Postamt Zürich 1 Briefversand» zu richten. Sie sollen dort bis spätestens 11. Oktober, abends, eintreffen. Die Marken werden mit dem Luftpoststempel von Zürich 1 vom 13. Oktober entwertet. Alle Sendungen erhalten überdies den Abdruck des hier abgebildeten Sonderstempels in blauer Farbe.



Propagandazentrale für die Erzeugnisse des schweizer. Obst- u. Rebbauers, Zürich



Apparate für die chem. Industrie in Eisen, Kupfer, rostfreiem Stahl, etc.

Druckrohrleitungen

Boiler, Reservoirs, Tanks

Kesselböden bis 2500 mm Ø und 20 mm Stärke

Ventilationskanäle

Luftheritzer, Luftfilter

Wandluftheizapparate

Geschweißte Rohre aus rostfreiem Stahl von 10 mm L. W. aufwärts

**ELBEO** Strümpfe-  
sitzen infolge ihrer  
besondern Elastizität  
wie eine zweite Haut.

**Hch. Bertrams A G.**  
**Basel**

Vogesenstrasse 101. Telephon 24.690



**SCHWEIZERISCHE  
EXPRESS AG.**

Postadresse: SESA, Postfach Zürich 7, Enge      Telegrammadr. SESA Zürich  
Geschäftssitz: Bederstr. 1, Zürich 2, Bahnhof Enge      Fernsprecher: Zürich 33716

**SESA-Franko-Domizil-(S.F.D.) Dienst**

Veröffentlichte Tarife

Transportpflicht

Eisenbahnhaftpflicht

Billige

rasche

sichere

Lieferung der Stückgüter „Frei Haus“. Der neue S.F.D.-Tarif vom 1. August 1937 umfasst gegen 5000 Ortschaften und Weiler. Die SESA-Dienste erstrecken sich fast lückenlos über das ganze Land, sie reichen bis in die Gebirgsäler hinein und überschreiten selbst einige der grossen schweizerischen Alpenpässe. Die jährliche Zahl der S.F.D.-Sendungen erreicht bald 1 Million. Der Dienst steht Jedermann ohne weiteres zur Verfügung. Er bietet nicht nur Interesse für Kreise von Handel, Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft, sondern auch Private, wie beispielsweise Ferienreisende, finden ihren Vorteil, wenn sie sich dieser Einrichtung bedienen.

Ab 1. August 1937 ist dem allgemeinen S.F.D.-Dienst als Neuerung der

**SESA-Franko-Domizil-Verteilungs-Dienst**

angeschlossen worden, der bereits vielfachen Anklang gefunden hat und mit dem der Geschäftswelt neue wesentliche Vorteile geboten werden.

Auskünfte erteilen alle Bahnverwaltungen, die Stationen, die SESA-Agenturen und die SESA

Schweizerische Express AG.