

Zeitschrift:	Der Armenpfleger : Monatsschrift für Armenpflege und Jugendfürsorge enthaltend die Entscheide aus dem Gebiete des Fürsorge- und Sozialversicherungswesens
Herausgeber:	Schweizerische Armenpfleger-Konferenz
Band:	59 (1962)
Heft:	7
Artikel:	Gefährliche Weinreklame mit Bundesgeldern
Autor:	[s.n.]
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-836616

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: 09.02.2026

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

haben, wenigstens in den ersten Jahren, den Wunsch, wieder herauszukommen aus diesem Leben, die Grenze wieder zu überschreiten, die sie von der normalen Gesellschaft trennt.

Nur langsam gewöhnen sie sich an ihre Welt und deren eigene Gesetze. Sie haben ihre eigene Sprache, an der sie sich, wie Genossen des Unglücks, erkennen; sie haben ihre Kombinationen, ihre «Elite». Angeblich wählen sie von Zeit zu Zeit einen König und der letztgewählte soll der «Admiral» sein, ein ehemaliger Ingenieur der Handelsmarine. Von Legenden umwoben worden ist das Leben seines Vorgängers, der sich «Jules César» nennen ließ und mit einer Begleiterin auftrat, die sich als «Baronin Rothschild» ausgab. Er gab Rundfunk-Interviews, ließ sich mit Stars fotografieren und schließlich gab man unter seinem Namen ein «Journal des Clochards» heraus. Aber nur wenige können das Bedürfnis nach Romantik ausbeuten, mit dem die Gesellschaft ihre Welt zu umgeben pflegt.

Ihr kleiner Kampf ums Dasein hat seine seit Jahrhunderten unveränderten Kampfplätze: Die Markthallen, wo man ein paar Abfälle verdienen kann. Die Weinhallen. Die Börse der Zigarettenstummel, die ihren Schauplatz wechselt, aber immer noch existiert. Und die Trödelmärkte. Es kann auch bei ihnen noch lange nicht jeder, der will, zwischen Morgengrauen und Müllabfuhr die Abfall-eimer in einer bestimmten Straße durchwühlen. Dafür gibt es Koalitionen, dunkle Feudalsysteme, tributpflichtige Kais . . . oder doch eine Vermittlungsgebühr als «Ehrensache». Der schon erwähnte Clébert erzählt die lustige Geschichte von zwei Freunden, die einem Dritten für folgende Idee Prozente zahlten: Sie gingen mit einem Zollstock bewaffnet von Wohnung zu Wohnung und maßen die Räume aus. Niemand fragte sie, warum. Gründe schien es genug zu geben dafür, daß sich die Behörden mit dem Wohnraum befaßten. Aber die beiden beendeten den Tag nie hungrig und nie ohne ein Taschengeld.

Außerdem entdeckten sie zu ihrer täglichen Freude noch andere Sonderlinge unter den berühmten Dächern von Paris: Leute, die im Hausflur lebten, weil sie in den Zimmern Humusboden aufgeschüttet hatten und eine Pilzzucht betrieben. Leute, die Schlangen- und Vogelkolonien beherbergten, sich aber nicht zu Käfigen entschließen konnten; die komplizierte mechanische Systeme erdacht hatten, um Kalorienverluste durch überflüssige Bewegung zu vermeiden; die 34 Sprachen verstanden und nun noch nach «Grönländisch» Ausschau hielten. Kurz um Sonderlinge, unter denen die Clochards selbst eine die Seineufer bevölkernde Abart sind . . . die sich in Paris weniger als anderwärts «ausgestossen» empfinden muß.

Gefährliche Weinreklame mit Bundesgeldern

Aus der «Schweizerischen Wirtezeitung» vom 2. März 1962 und aus der «Schweizerischen Weinzeitung» vom 21. März 1962 erfahren wir, daß unter der Schirmherrschaft der Abteilung «Landwirtschaft» des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements während der Wochen vom 23. April bis 31. Mai 1962 eine Werbeaktion unter dem Motto «Stets Wein im Haus» durchgeführt wurde. Sowohl den weinführenden Verkaufsgeschäften als auch den Restaurants wurden Plakate, Werbestreifen und eine Broschüre gratis zur Verfügung gestellt, und der Verkauf

erfolgte in Tragpackungen, die 3 Weinflaschen enthalten und die, aufeinander gestapelt, als Flaschengestell verwendet werden können. Als offizieller Zweck der Aktion wird die Steigerung des täglichen Weinkonsums genannt, und die Wirtschaftszeitung führt dazu aus:

«Durch die allgemeine Weinpropaganda, die sowohl den einheimischen als auch den importierten Weinen gilt, soll der Wein populär gemacht und der ständige tägliche Weingenuss angeregt werden.»

Der Bundesrat, der durch Beschuß vom 19. Juli 1960 einen Betrag von 1,85 Millionen Franken aus dem Eidgenössischen Rebbaufonds bewilligt hatte, um durch eine Reklameaktion den Konsum einheimischer Weine zu fördern, war sich bewußt, daß Art. 25 des Landwirtschaftsgesetzes diese Subvention nur vorübergehend und nur dann zuläßt, wenn sie im allgemeinen Interesse liegt. Deshalb drängen sich heute zwei Fragen auf:

Warum subventioniert der Bund auch Fremdweinreklame?

Die Schweizer trinken bedeutend mehr Importweine als einheimische Weine, und je nach den Jahren beträgt der Import das Zweifache und mehr der Inlandproduktion. Eine *allgemeine Weinreklame* begünstigt somit eindeutig die Fremdweine und kann deshalb nicht durch das eidgenössische Landwirtschaftsgesetz gerechtfertigt werden.

Entspricht die Steigerung des täglichen Weingenusses dem allgemeinen Interesse unseres Volkes?

Zahlreiche Statistiken beweisen, daß nicht nur der Schnapskonsum, sondern auch der Bier- und Weinkonsum gefährliche Folgen nach sich ziehen können. So lesen wir in einem kürzlich erschienenen Werk der französischen Alkoholverwaltung, daß der französische Alkoholismus zu ungefähr 70 Prozent als Weinalkoholismus bezeichnet werden muß.

Wenn heute die Zahl der Alkoholkranken in unserem Lande auf 70 000–80 000 geschätzt wird und wenn im Jahre 1961 infolge alkoholbedingter Verkehrsunfälle 206 Menschen ihr Leben verloren und etwa 7000 Menschen verletzt und zum Teil invalid wurden, so bedeutet dies einen außerordentlich schweren Verlust für die schweizerische Volkswirtschaft, die heute dringender als je auf tüchtige und vollwertige Arbeitskräfte angewiesen ist. Dabei denken wir noch gar nicht an die zahllosen tragischen Schicksale, die sich hinter diesen nackten Zahlen verbergen. Wieviel seelisches Elend braucht es doch, bis Kinder eines Trinkers einem Arzt schreiben: «Es ist besser, keinen Vater zu haben als einen der trinkt», und wie viele an und für sich hoffnungsvolle Menschenkinder werden durch fehlende Liebe und durch fehlende oder schlechte Erziehung ihres trinkenden Vaters oder gar ihrer trinkenden Mutter auf Abwege geführt, die später zu einer schweren Belastung der menschlichen Gesellschaft werden können.

Solche und ähnliche Überlegungen führen uns dazu, gegen eine staatlich subventionierte Weinreklame Einspruch zu erheben und von unseren Behörden und Parlamentariern zu fordern, daß sie auch wirtschafts- und handelspolitische Interessen dem allgemeinen Interesse unseres gesamten Volkes unterordnen.

Dr. W. Sch.

Die *Schweizerische Armenpflegerkonferenz* teilt diese Auffassung. Sie hat an ihrer letzten Tagung in Luzern am 22. Mai 1962 folgende Resolution gefaßt:

Resolution der Schweizerischen Armenpflegerkonferenz

Die in Luzern zur ordentlichen Jahrestagung der Schweizerischen Armenpflegerkonferenz versammelten 650 Vertreter von Behörden, Delegierten von Armenpflegen, Fürsorger und Fürsorgerinnen stellen folgendes fest:

1. In unserer täglichen Fürsorgearbeit begegnen wir immer aufs neue den großen Schäden, die übermäßiger Alkoholgenuss in unserer Volksgemeinschaft verursacht und dadurch die Öffentlichkeit belasten. Alkoholismus ist nach wie vor eine bedeutende Armutursache. Die Armenpflegerkonferenz ist tief beunruhigt von den Erklärungen von Fachleuten der Medizin, wonach die schweren Formen und Auswirkungen des Alkoholismus zunehmen und Jugend- und Frauenalkoholismus im Steigen begriffen sind.

2. Sie bedauert daher die unter Aufsicht des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements mit Hilfe namhafter öffentlicher Mittel durchgeführte allgemeine Weinpropaganda. Sie spricht die bestimmte Erwartung aus, daß im Interesse der Erhaltung unserer Volksgesundheit derartige Aktionen von Bundes wegen nicht mehr unterstützt werden.

Bettler, Tippelbrüder und Vaganten

Schweizer Spiegel, November 1960, Nr. 2, 36. Jahrgang, S. 40–58. Erinnerungen von Fritz Herdi

Seine bürgerliche Karriere unterbrechend, tippelt da ein Schweizer wohl durch 12 Länder und lernt die «Romantik» des Vagabudentums und die «Berufskollegen» der verschiedensten Regionen kennen. So einfach ist das Bummeln indes nicht. Man muß allerlei Wissen erwerben: wie, wo und wann manbettelt und sachgemäß Mitleid erweckt, wo man übernachten kann, wie man der Polizei ausweicht, wo man im Sommer und wo im Winter hinzieht, wie man über die Grenze kommt, wie man eine «Schwarzwurst anschneidet» (= einen weichherzigen Pfarrer anpumpt) oder auf Hilfsämtern Gutscheine bezieht. Man lernt auch, in den Bierbrauereien nach Arbeit zu fragen, um wenigstens eine Flasche Bier zu ergattern. Die Tippelbrüder leisten sich durch Zinken und Zeichen gegenseitige Hilfe. Der Stromer erhält von Land und Leuten Eindrücke, die nicht den verfälschten Klischees der Reisebüros entsprechen. Er sieht überall gute und überall schlechte Menschen. Mit der Zigeunerromantik ist jedoch viel Illusion verbunden. Da sind die «Bienchen» (= Ungeziefer), die den Wandergesellen nachts nicht schlafen lassen. Verdauungsstörungen, Rheuma und Blasenleiden vom Schlafen im Freien sind an der Tagesordnung.

Unter den Brüdern der Landstraße gibt es Gestrandete, Verwahrloste aus miserablen Familienverhältnissen, Uneheliche, körperlich und geistig Behinderte, Arbeitsscheue, kleine Kriminelle und Psychopathen. Jene, die es in ihrem «Beruf» zu etwas bringen, wie zum Beispiel jene, die im eigenen Wagen in die Stadt fahren, sich umziehen um zu betteln, und mit dem Ertrag wieder heimfahren, sind selten.

Jener Walzbruder, der uns seine Erfahrungen im «Schweizer Spiegel» erzählt, ist eine Ausnahme. Er ist ein glänzender Schriftsteller geworden (oder war er es schon?) und betätigt sich heute als Journalist und Pianist.

Z.