

# Bericht über den Verkauf des Silserseetalers

Objektyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Heimatschutz = Patrimoine**

Band (Jahr): **41 (1946)**

Heft 1: **Heimatschutz und Muttersprache = Comment sauvegarder nos vieux langages**

PDF erstellt am: **25.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## *Bericht über den Verkauf des Silserseetalers*

---

Zuerst das Wichtigste und Schönste: der Reinerlös des Verkaufes beträgt 500 245 Franken, also eine halbe Million! Im Augenblick, da wir diese Zeilen schreiben, ist die Rechnung zwar noch nicht gänzlich abgeschlossen; es stehen noch einige Guthaben und Rechnungen aus. Sie werden aber das Bild nicht mehr wesentlich ändern.

Verkauft wurden insgesamt 827 000 Taler. Die Unkosten waren in runden Zahlen die folgenden:

Taler und Abzeichen . . . . .	Fr. 191 000.—	23 %
Organisationskosten . . . . .	Fr. 38 000.—	4,5 %
Propaganda . . . . .	Fr. 16 000.—	2 %
Verkaufskosten, einschließlich Provisionen der rund 2000 Verkaufsstellen . . . . .	Fr. 84 000.—	10,2 %
Gesamte Unkosten . . . . .	Fr. 329 000.—	= 39,7 %

Den Unkosten von 39,7 % steht somit ein Reingewinn von 60,3 % gegenüber. Dieses Verhältnis ist, verglichen mit andern Sammlungen, sehr günstig, vor allem wenn man in Berücksichtigung zieht, daß den Käufern neben den Abzeichen ein so schöner und leckerer Taler gegeben wurde. Dabei war der Preis von Fr. 1.— trotz der Teuerung derselbe wie er schon vor dem Kriege bei Abzeichenverkäufen üblich war.

Für die Vorbereitung und Durchführung des Verkaufes standen nur zwei Monate Zeit zur Verfügung. Das bedeutete für die Beteiligten eine sehr große Anstrengung. Zum Glück fanden wir sowohl im Aktionsleiter, Herrn M. O. Geißer, Zürich, als auch in seinen Helfern (Paul Rütli und W. Zeller, Zürich, Propaganda; A. Wettstein, Leiter der Verkaufsbüros; U. von Planta, Außendienst usw.) eine Gemeinschaft von Mitarbeitern, die ihre letzten Kräfte einsetzten, um das oft halsbrecherisch erscheinende Unternehmen glücklich zum Ziel zu führen.

Drei große Schwierigkeiten waren zu überwinden. Es schien zuerst unmöglich, in der zur Verfügung stehenden Zeit auch nur eine halbe Million Taler prägen zu lassen; denn es stellte sich heraus, daß die Firmen Nestlé und Tobler die einzigen sind, die Münzmaschinen besitzen. Durch Einführung von Tag- und Nachtschichten gelang es ihnen jedoch, nicht nur eine halbe Million, sondern über 800 000 Taler herzustellen. Die letzten kamen in der Mittagsstunde des Hauptverkaufstages aus der Presse. Die Betriebsleiter und Arbeiter der beiden Fabriken haben unseren besondern Dank verdient.

Die zweite Schwierigkeit war, von allen 24 Kantonen die Bewilligung zum Verkauf des Talers zu bekommen. Wer eine solche Aktion im ganzen Lande durchführen will, sieht sich plötzlich der Eidgenossenschaft von vor 1848 gegenübergestellt. Mit jedem Mitglied des Helvetischen Völkerbundes hat er wie mit einem unabhängigen Staate zu verhandeln. Einige Kantone haben ihre Zustimmung prompt gegeben, andere zögerten, etwelche wollten vorerst überhaupt nicht, da sie kriegs-

wirtschaftliche Bedenken hatten. Schließlich ließen sich jedoch alle davon überzeugen, daß es sich um eine rechte Sache handle.

Das Schwierigste aber war, in so kurzen Wochen eine das ganze Land umfassende Verkaufsorganisation aufzubauen. Unsere Erwartung, die eine oder andere der Institutionen, die alljährlich Abzeichen verkaufen, würde uns ihren Apparat zur Verfügung stellen, erwies sich als vergeblich. Immerhin anerkennen wir gerne, daß wenigstens in den Bezirken und Ortschaften sich zahlreiche Leute, die die traditionellen Verkäufe leiten, sich freundlich zur Mitarbeit bereit erklärten. Ihnen sei hier herzlich Dank gesagt. Danken möchten wir aber auch den mehr als 20 000 Schulkindern, die trotz des am Hauptverkaufstage herrschenden greulichen Sturm- und Regenwetters als begeisterte Verkäuferlein durch die Straßen und die Häuser gingen. Zum Dank hat jedes seinen goldenen Taler erhalten.

Der Verkauf erfolgte unter den drei Schlagworten, die auf die Taler geprägt waren: für Heimatschutz, für Naturschutz, für den Silsersee. Dementsprechend war auch die Werbung aufgebaut. Es war verhältnismäßig leicht, dem Volke zu erklären, was unsere beiden Vereinigungen tun und weswegen sie für ihre Arbeit Geld benötigen. Auch der Silsersee war an und für sich ein dankbares Werbemittel. Hingegen hatten es manche Leute schwer, zu verstehen, daß man den beiden Gemeinden eine so hohe Abfindungssumme bezahlen müsse. Wir dürfen es als einen besondern Erfolg verzeichnen, daß trotzdem in der Presse kein einziger Angriff erfolgte. Einige drohende Kritiken konnten im letzten Augenblick durch persönliche Aufklärung verhindert werden.

Aber auch die Kreise der Elektrizitätswirtschaft haben uns gewähren lassen, als sie sahen, daß wir die Werbung für den Silsersee nicht mit den zwischen ihnen und uns bestehenden bekannten Meinungsverschiedenheit (Rheinwald usw.) verwickelten.

In den Zeitungen und Zeitschriften unseres Landes haben wir insgesamt 729 Aufrufe, Mitteilungen, Bildberichte, Originalaufsätze usw. erscheinen lassen. Dabei haben die von uns bedienten illustrierten Blätter allein eine Auflage von über zwei Millionen Stück. Auch das Radio unterstützte uns in sehr erfreulicher Weise. Eine besondere Förderung fanden wir bei der Schweiz. Zentrale für Verkehrsförderung, die in etwa 2000 Schaufenstern des ganzen Landes, ein auf ihre Kosten hergestelltes Werbeplakat anbringen ließ. Das städtische Publikum versuchten wir auch durch die Kinoreklame zu erreichen, indem wir in den bedeutendsten Lichtspielhäusern der deutschen und welschen Schweiz farbige Diapositive mit lustigen Bildern, die uns von Grafikern zur Verfügung gestellt wurden, vorführen ließen.

In unseren eigenen Reihen warben wir durch unsere Zeitschrift. Den Mitgliedern des Naturschutzes, dessen Zeitschrift vor dem Verkauf nicht mehr erscheinen konnten, schrieben wir insgesamt 40 000 Briefe, die eine recht gute Wirkung hatten.

Und schließlich ließen wir für alle Mitarbeiter, insbesondere für die rund 15 000 Lehrer, die wir begrüßten, eine illustrierte kleine Schrift drucken, durch die sie nicht nur über unsere Aktion, sondern auch über die allgemeinen Aufgaben und Leistungen unserer Vereinigungen einmal mehr aufgeklärt wurden.

So glauben wir sagen zu dürfen, daß der Talerverkauf über das Ziel des Tages hinaus auch unseren dauernden Bestrebungen genützt hat.

Am meisten aber warb der schöne punktfreie Taler selbst für unsere Sache. Diesen aber verdanken wir neben dem Künstler Karl Fischer, der ihn gestaltet hat, dem

mutigen Verständnis des Chefs des Eidg. Amtes für Rationierungswesen, Herrn A. Muggli, der uns die Couponsfreiheit bewilligt hat. Er tat dies mit Zustimmung des Vorstehers des Eidg. Volkswirtschafts-Departementes, Herrn Bundesrat Stampfli, der auch dem Kriegsernährungsamt erlaubte, uns die zusätzliche Schokolade (rund 25 Tonnen) für unsere Taler frei zu geben. Diesen Männern gebührt unser größter und herzlichster Dank, den wir auch an dieser Stelle zum Ausdruck bringen.

Und nun!? — Als wir die Aktion unternahmen, haben wir der Vereinigung für den Silsersee versprochen, ihr denjenigen Betrag zu bezahlen, der ihr nach Abschluß ihrer schon vor einem Jahre begonnenen Sammlung noch fehlen werde, um die Abfindungssumme von 300000 Franken voll zu machen. Ein Teil der früher gezeichneten Beträge ist bereits einbezahlt, andere sollen noch folgen. Sobald dies geschehen ist, wird man die Höhe unseres Zuschusses festsetzen können.

Was darüber hinaus verbleibt, fällt in die Kassen des Heimat- und Naturschutzes. Beide Vereinigungen erhalten damit ansehnliche Mittel, mit denen sie an die Lösung neuer Aufgaben herantreten können.

Damit wird unser Talerverkauf sein doppeltes Ziel — Rettung des Silsersees, Förderung des Heimatschutzes — erreicht haben, und werden wir sagen dürfen, daß ein schönes Unterfangen glücklich zum Ziel gelangt sei. *Ernst Laur.*

## *Le taler du lac de Sils*

La vente « Pro lej da Segl » a connu un succès magnifique. Malgré des frais généraux s'élevant à 329.000 francs, le bénéfice net dépasse le 60% et atteint le demi-million: 500.245 francs exactement! Quand on saura que, pour écouler 800.000 plaques, c'est-à-dire 25 tonnes de chocolat, il fallut écrire 40.000 lettres, rédiger 729 articles, appels ou communiqués, orner près de 2000 vitrines, mobiliser une armée de collaborateurs, petits et grands, on admettra que l'effort vaut le résultat.

S'il convient de souligner l'activité des maisons NPCK et Tobler, seules outillées pour une frappe de telle envergure, s'il est juste de remercier la presse, la radio, le cinéma qui se sont prêtés à la propagande, si l'on doit insister sur l'empressement de l'Office central suisse du tourisme, il est impossible en revanche d'établir, dans le dévouement, le rôle de tous ceux qui, bénévolement, ont mis leur temps et leurs capacités au service de la cause.

Mais il y aurait notoire ingratitude à ne pas exprimer notre publique reconnaissance au directeur de l'office fédéral de l'alimentation, M. A. Muggli et à son chef suprême, M. le conseiller fédéral Stampfli, qui ont autorisé la vente libre à un moment où le chocolat était encore rationné. Enfin, il est un nom que l'on ne saurait taire, celui de M. Ernest Laur, notre secrétaire général, l'auteur d'une initiative menée à chef avec courage et maestria.

Désormais, le lac de Sils est sauvé et il reste un beau surplus. La Ligue suisse de sauvegarde du patrimoine national s'est engagée d'emblée à en faire profiter aussi son alliée la Ligue suisse pour la Nature. Quand les quote-parts auront été fixées, il restera au « Heimatschutz » de nouveaux moyens qui lui permettront d'affronter ses multiples devoirs. *H. N.*