

Zeitschrift: Schweizerische Gehörlosen-Zeitung
Herausgeber: Schweizerischer Verband für Taubstummen- und Gehörlosenhilfe
Band: 66 (1972)
Heft: 2

Rubrik: Der Schweizerische Gehörlosenbund

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

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

In den «Mitteilungen» der Zürcher Vereinigung für Gehörlose gelesen

«Abends um 8 Uhr erschien Herr Pfarrer Kolb und erzählte uns von seinen Eindrücken in Amerika, hauptsächlich den Kirchen und der sozialen Tätigkeit. Je nach Gemeinde und ihrer Aktivität geht es der Kirche gut oder schlecht. Der Gottesdienst wird dort stärker besucht. Von der Schweizer Bevölkerung gehen (durchschnittlich) nur zirka 5 Prozent in die Kirche, in Amerika zirka 45 bis 50 Prozent.

Bei den Gehörlosen fehle es an Fürsorgestellen, und die Berufsauswahl sei gering. Zum Beispiel

in einer Stadt, wo sich die grosse Firma «Kodak» befindet, werden die Schüler in der Taubstummen-schule in den letzten Schuljahren (bis 18jährig) mit Arbeiten dieser Firma angelernt. Nach dem Schul-austritt bleibt den meisten Schülern keine andere Wahl, als zur «Kodak» zu gehen und dort zu ar-beiten. — Die Arbeitslosigkeit ist sehr gross, viele müssen um ihre Stelle bangen.»

Aus dem Bericht über die Kirchenhelfertagung vom 15./16. Mai 1971 von mt.

Rücktritt von Herrn Pfr. Walter Frei, Turgi

Darüber berichtet der aargauische «Kirchenbote»: «Pfarrer Walter Frei ist auf Jahresende 1971 aus Gesundheitsgründen von seinem Amt als neben-amtlicher Taubstummenpfarrer zurückgetreten.

Während 31 Jahren stand Pfarrer Frei in diesem Dienst, der viel Arbeit brachte und mit grossem Einsatz verbunden war. Er hat seinen Auftrag als Diener am göttlichen Wort mit grosser Treue und mit viel Liebe gegenüber den Taubstummen und Gehörlosen getan. Er tat dies schon zu einer Zeit, als er noch ohne Auto dieser Aufgabe nachzu-kommen hatte.

Die Betreuten haben gespürt, dass Pfarrer Frei seinen Predigt- und Seelsorgerdienst nicht einfach als Amt auffasste, sondern dass ihm diese Behin-

derten nahe standen und ihm am Herzen lagen. Für einige von ihnen waren seine Besuche bei-nahe die einzigen wirklichen Kontakte mit der Aussenwelt.

Für seine Hingabe und seine Bemühungen ver-dient Pfarrer Frei auch an dieser Stelle herz-lichen Dank.»

Wir schliessen uns diesem Dank an. Herr Pfarrer Frei hat immer wieder von Freud und Leid unter den Gliedern seiner Gehörlosengemeinde in der GZ berichtet und dadurch den Gedanken an die Schicksalsgemeinschaft aller Gehörlosen gestärkt. Möge es ihm vergönnt sein, noch recht viele Jahre eines gesegneten Ruhestandes erleben zu dürfen.

A. Roth

Der Schweizerische Gehörlosenbund

Redaktion:
Fritz Balmer
Thörishaus

Reklame überall

Propaganda und Reklame haben in der heutigen Zeit einen gewaltigen Umfang angenommen. Zeitungen bringen oft mehr Inserate als Nachrichten. Für alle möglichen Waren und Produkte, für Anlässe und Reisen usw. wird geworben. Reklamedruck-sachen fliegen uns massenhaft ins Haus. Künstlerische und farbenfrohe Plakate ver-locken zum Kaufen oder werben für ir-gendeine Sache. Auch Radio und Fern-sehen sind eingespannt. Gewaltige Summen werden da für Reklame ausgegeben.

Wer bezahlt das? Natürlich die Konsu-menten, die Käufer. Reklamespesen wer-den zu den Warenpreisen geschlagen. Man könnte also denken, Reklame verteuert die

Waren. Das ist aber nicht der Fall, denn Fabrikanten und Geschäftsleute können uns vorrechnen, dass dank der Reklame mehr produziert und verkauft werden kann und die Waren auch billiger zu stehen kom-men.

Ein Beispiel: Eine Tube Zahnpasta zu Fr. 2.50 ist mit etwa 2 Rappen Reklamespesen belastet. Würde die Fabrik auf alle Rekla-me verzichten, müsste die Produktion ein-geschränkt werden, und um doch noch einen angemessenen Gewinn erzielen zu können, müsste die Zahnpasta im Laden zu Fr. 3.50 oder mehr verkauft werden.

Aus diesem Beispiel ist ersichtlich, dass Reklame die Kosten senken hilft. Auch fast

alle Zeitungen und Zeitschriften sind auf Reklameinserate angewiesen. Sie müssten sonst die Abonnementsgelder beträchtlich erhöhen oder das Erscheinen einstellen. Auch dem Fernsehen fließen aus dem Reklamegeschäft beträchtliche Mittel zu und helfen, die Beiträge der Abonnenten niedrig zu halten und die Programme zu verbessern.

Manchmal ist aber Vorsicht geboten

Seriöse Geschäftsleute verzichten auf irreführende Anpreisungen ihrer Ware in Zeitungsinseraten. Sie wollen das Vertrauen der Käufer nicht nur gewinnen, sondern auch dauernd erhalten durch einwandfreie Ware zu angemessenen Preisen. Sie müssen sich anstrengen, um sich eine zufriedene und treue Kundschaft zu erhalten. Auch dürfen sie keine Opfer scheuen, die Qualität ihrer Erzeugnisse dauernd zu verbessern. Der gute Ruf einer Firma ist eine solide Grundlage für die Zukunft.

Nun gibt es auch Geschäftsleute, denen das eigene Wohl näher liegt und die möglichst schnell und ohne besondere Mühe reich werden möchten. Sie machen für Waren Reklame, die wenig oder keinen Wert haben. Man will die Leute täuschen, ihnen nur das Geld aus der Tasche locken, ohne ihnen dafür etwas zu bieten. Es gibt immer leichtgläubige Leute, die auf jeden Schwindel hereinfliegen und unseriösen Geschäftemachern die Taschen füllen. Oft geht die Reklame so geschickt vor, dass



«Bevor man dem Baby sein Essen gibt, wärmt man es auf dem Herd leicht an.»

selbst vorsichtige Leute getäuscht werden. Besonders mit der Anpreisung von Heilmitteln wurde schon besonders viel Unfug getrieben und schon viele Leute haben hier ein teures Lehrgeld bezahlen müssen.

Reklame übt einen starken Einfluss aus

Viele Fabrikbetriebe und Geschäfte stehen in einem harten Konkurrenzkampf. Oft müssen sie um ihre eigene Existenz kämpfen. Sie müssen immer mehr Reklame machen. Viele Leute lassen sich, manchmal ohne es selber zu merken, von einer mit allen Mitteln arbeitenden Propaganda beeinflussen. Man kauft und kauft, ohne zu überlegen. Man kauft mehr, als zum Leben notwendig ist. Damit wird die Teuerung noch weiter verschärft. Es nützt nicht viel, darüber zu schimpfen. Auch die Konsumenten müssen Disziplin halten. Sie können mithelfen, die Teuerung zu bekämpfen. Behörden und Konsumentenvertreter haben schon wiederholt gemahnt, im Kaufen Zurückhaltung zu üben. Die Reklame will die Kauflust immer weiter fördern. Man muss ihr widerstehen. Fr. B.

Autos mit genagelten «Schuhen»

Seit einigen Wochen beobachten wir immer wieder Autos, die einen runden weissen Schild mit der Zahl 90 auf der Rückseite haben. Dies bedeutet: Dieses Auto ist mit «Spikes»-Pneus ausgerüstet und darf nur mit maximal 90 Kilometer Stunden-geschwindigkeit fahren! – «Spikes» (sprich: Speiks) sind Metallstifte, die ein wenig aus dem Mantel des Pneus hervorragen. Man kann diese «Spikes»-Reifen also mit genagelten Schuhsohlen vergleichen. Sie sollen beim Fahren auf vereisten oder verschneiten Strassen einen besseren Halt geben und die Rutschgefahr verkleinern. Ein mit «Spikes» versehener Pneu kostet mindestens 80 bis 100 Franken. Und man darf sie auch nur von ungefähr Mitte November bis Mitte März benutzen. (Die Dauer des Gebrauchs ist in den Kantonen nicht überall gleich geregelt.)

«Spikes» sind aber ein teurer Fortschritt. Die Nagelreifen reissen mit ihren Nägeln die Strasse auf. An stark befahrenen Stellen, wie Strassenkreuzungen, Kurven usw., beschädigen sie die Markierungen. Allein im Kanton Genf entstehen jährlich eine Million Franken Schäden durch die «Spikes». Ein Fachmann hat geschätzt, dass der Gesamtschaden auf allen Strassen der Schweiz jährlich sogar etwa 100 Millionen Franken beträgt. **