Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau für die Schweiz : Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes

Herausgeber: Schweizerischer Gewerkschaftsbund

Band: 18 (1926)

Heft: 10

Artikel: Unsere Werbewoche

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-352238

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: 09.12.2025

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

Bern, Oktober XVIII. Jahrgang 1926 — **Nr. 10**

Gewerkschaftliche Rundschau

für die Schweiz

Publikationsorgan des Schweiz. Gewerkschaftsbundes

Abonnement jährlich 5 Fr.
Für das Ausland Portozuschlag
Postabonnement 20 Cts. mehr

Redaktion: Sekretariat des Schweiz. Gewerkschaftsbundes, Monbijoustrasse 61, Bern
Telephon Bollwerk 3168 o o o o o o o o Postcheckkonto N° III 1366
Erscheint monatlich

o Druck und Administration: o
Unionsdruckerei Bern
o o o Monbijoustrasse 61 o o o

INHALTSVERZEICHNIS:

		Seite
1.	Unsere Werbewoche	137
2.	Die Gewerkschaften als Bahnbrecher des wirtschaftlichen Fortschritts	138
3.	Unsere Bewegung im Spiegel der Presse	139
4.	Dem Getreidemonopol entgegen	141
5.	Die Bewährung der Betriebsräte in Deutschland	143
6.	Tuberkulosesterblichkeit unter den Frauen	145
7.	Aus andern Organisaionen	146
8.	Sozialpolitik	147
9.	Volkswirtschaft	149
10.	Gemeinwirtschaft	150
11.	Arbeiterbildung	150
12.	Notizen	150
13.	Internationales	150
14.	Ausland	151
15	Literatur	155
16.	Kosten der Lebenshaltung	156

Unsere Werbewoche.

Das Ziel der gewerkschaftlichen Propaganda ist die Sammlung der Massen der heute noch unorganisierten Arbeiter und Angestellten unter unserm Banner. Soll dieses Ziel erreicht werden, so genügt es nicht, nur eine Werbewoche zu veranstalten und die übrige Zeit des Jahres die Hände in den Schoss zu legen. In der Tat ist dies auch nicht der Fall. Tausende von begeisterten Genossen sind jahraus jahrein werbend tätig für unsere Sache. Kein Opfer an Mühe, Zeit und Geld ist ihnen zu viel. Ihre Ueberzeugung von der Notwendigkeit der gewerkschaftlichen Betätigung spornt sie immer wieder an. Wer die Augen auftut, sieht die Früchte dieser Propagandaarbeit. Schlagt nur einmal nach in den Berichten über die Tätigkeit unserer Gewerkschaftsverbände und ihr werdet sehen, dass Staunenswertes geleistet wird. Dem kritisch Lesenden werden aber auch die Mängel unserer Propaganda nicht verborgen bleiben. Neben blühenden Gewerkschaften und Gewerkschaftsverbänden finden wir schwache krankhafte Gebilde, die nicht leben und nicht sterben können. Gebilde, die vielleicht einmal künstlich aufleben, um bald wieder der Stagnation zu verfallen. Hundert Gründe werden zur Entschuldigung dieses Zustandes angeführt. Lassen wir alle gelten! Es muss trotzdem anders werden und es kann anders werden, wenn nur die richtigen Mittel angewendet werden.

Gäbe es *ein* Universalmittel zur Förderung der gewerkschaftlichen Organisation, so würden wir nicht damit hinter dem Berge halten. So ganz leicht liegen die Dinge aber nicht. Auch eine gewerkschaftliche Werbewoche kann ein solches Universalmittel nicht sein, auch wenn sie auf der breitesten Basis mit dem riesigsten Aufwand an Mitteln und Kräften inszeniert wird. Die Werbewoche will nichts anderes sein, als der Beginn einer planmässigen zielbewussten und mit allen Kräften betriebenen Propagandatätigkeit. Was ist bisher geschehen? Gewiss, jeder Verband, jede Verbandssektion, jede Union hat sich propagandistisch betätigt. Auf den Verbandstagen ist das Thema ausgiebig erörtert worden. Auch die Gewerkschaftskongresse haben sich damit befasst. Gerade sie haben darauf hingewiesen, dass die Propaganda mit zusammengefassten Kräften geführt werden müsse. Dazu ist es aber in Wirklichkeit nie gekommen. Auch nicht nach dem letzten Gewerkschaftskongress, der ein gewerkschaftliches Minimalprogramm angenommen hat als gemeinsame Plattform für die Propaganda aller Gewerkschaften.

Wir verkennen durchaus nicht, dass die gemeinschaftliche Propaganda uns harte Nüsse zu knaken geben wird. Den rechten Weg zu finden wird oft schwierig sein. Es müssen Erfahrungen gesammelt werden, um ein fruchtbares und reibungsloses Zusammenarbeiten zu ermöglichen. Wo aber haben uns Schwierigkeiten zurückgeschreckt, wenn es der Sache galt? Es muss einmal der Anfang gemacht werden. Bei der Propagandaarbeit kann es keine Zuständigkeits- oder Kompetenzkonflikte geben. Jeder Verband ist zuständig, jedes Kartell ist zur Hilfe verpflichtet. Nicht minder müssen diejenigen zur Mithilfe herangezogen werden, für die das Problem der Gewinnung von Mitgliedern gelöst ist.

Die Verbände mögen sich einmal ernstlich dahintermachen, die Organisationslücken im Lande herum aufzuspüren. Bei diesem Geschäft müssen sie von den Kartellen, die mit den örtlichen und regionalen Verhältnissen vertraut sind, wirksam unterstützt werden. Welche Methode bei der Gewinnung der Mitglieder angewendet wird, hängt ganz von den Verhältnissen ab. Es kann die Durchführung einer planmässigen Hausagitation, von Werkstatt- und Gruppenversammlungen, oder von allgemeinen Versammlungen in Betracht fallen. Die letzteren sind jedenfalls erst am Platze, wenn bereits ein fester Grundstock von Organisierten vorhanden ist. Wenig empfehlenswert ist es auf alle Fälle, jeden kleinen Erfolg sofort in der Zeitung breit zu treten, ebensowenig empfehlenswert ist es auch, zum Zwecke der Organisierung bisher in differenter Arbeiter gleich mit einer « Lohnbewegung » einzusetzen. Die Erfahrung ist nicht neu, dass übertriebenen Versprechen bei der Agitation bald die Ernüchterung folgt. Was in Jahrzehnten versäumt wurde, kann nur durch zähe Ausdauer in langen Fristen nachgeholt werden. Es kann auch eine Arbeiterschaft, die selber keine Solidarität gegenüber ihren Brüdern geübt hat, nicht Solidarität fordern. Die Solidarität muss eine gegenseitige sein, auch das muss bei der Agitation in den Vordergrund gestellt werden. Die Gewerkschaft ist eine Schule der Solidarität. Diese tritt dort in Wirksamkeit, wo die Kraft des einzelnen nicht mehr ausreicht, und sie ist dort am erfolgreichsten, wo die Solidarität unter der Arbeiterschaft am ausgeprägtesten ist.

Bei unserer Propagandaarbeit darf wohl auch darauf hingewiesen werden, dass in den letzten 50 Jahren seit es Gewerkschaften gibt, Grosses erreicht wurde in bezug auf die Verkürzung der Arbeitszeit, in bezug auf die Verbesserung der Lebenshaltung, in bezug auf die Bildung, die Hygiene und die Würdigung als Mensch und

Vom 23. bis 30. Oktober 1926 Gewerkschaftliche Werbewoche!

Bürger. Alles das ist der Macht der Organisation zu verdanken. Wer fragt sich da nicht, wie unendlich mehr hätte erreicht werden können, wenn statt 15% der Gesamtarbeiterschaft 50% gewerkschaftlich organisiert gewesen wären.

Hand in Hand mit der Propaganda für die Gewinnung neuer Mitglieder muss die Schulung der alten Mitglieder gehen. Wir wollen aus den zum Teil lauen zum Teil Zwangsmitgliedern, die gern bei der ersten Gelegenheit wieder davon laufen, pflichtbewusste und kampfbereite Gewerkschafter machen. Es muss daher in den Gewerkschaften mit der Durcharbeitung des gewerkschaftlichen Programms begonnen werden. Das lässt sich sehr gut ohne grossen Aufwand bewerkstelligen, entweder durch Abhaltung von Vorträgen, oder mit Diskussionsabenden, oder durch die Arbeit der Bildungsausschüsse. Man muss von Fall zu Fall herausfinden, was den Verhältnissen angemessen ist.

Bei allen Veranstaltungen im Dienst der Gewerkschaften sollten wir dazu kommen, die Konsumation gänzlich auszuschalten. Vergessen wir nicht, dass die Nebenausgaben, die nebst der Beitragsleistung das Arbeiterbudget belasten, oft noch stärker ins Gewicht fallen wie diese. Auch das Kolportieren von Schriften irgendwelcher Art sollte *in den Versammlungen absolut nicht geduldet werden*, auch dann nicht, wenn sie der Sache dienen. Die Kolportage ist an die Tür des Versammlungslokales zu verlegen, wo der Kolporteur sich einen Tisch herrichten kann. Es soll ganz in das Belieben des Einzelnen gestellt sein, ob er kaufen will oder nicht.

In den letzten Jahren kam es oft vor, dass in Gewerkschaftsversammlungen politisiert wurde. Das ist insbesondere dann vom Uebel, wenn sich mehrere politische Parteien in der Gewerkschaft gegenüberstehen. Da muss man sich vor Augen halten, dass eine Gewerkschaft weder ein politischer noch ein religiöser Verein ist, dass ein katholischer Arbeiter ein so tüchtiger Gewerkschafter sein kann, wie ein Dissident, und dass es in der Gewerkschaft auf die gewerkschaftliche Tätigkeit ankommt und nicht auf den Parteikatechismus.

So wie die Verhältnisse liegen, ist heute neben der Propaganda dem Organisationsaufbau die grösste Aufmerksamkeit zuzuwenden. In den Werkstätten muss das Vertrauensmännersystem so durchgebildet werden, dass ein ständiger Kontakt zwischen Vorstand und Mitgliedern hergestellt ist. Der Mitgliederkontrolle muss gemeinhin grössere Aufmerksamkeit zugewendet werden als bisher. Es darf nicht vorkommen, dass so viel oder noch mehr Mitglieder verloren gehen, als gewonnen werden, weil nur ganz mangelhaft für eine prompte Beitragszahlung gesorgt wird.

Allen diesen Fragen werden wir noch besonders nachgehen. Heute sei nur einmal darauf verwiesen, um einen schwachen Punkt zu zeigen, der von gewaltiger Bedeutung ist für die Zukunft der Gewerkschaften.

Die Gewerkschaften als Bahnbrecher des wirtschaftlichen Fortschritts.

« Um die Gesellschaft glücklich und das Volk selbst in kümmerlichen Zuständen zufrieden zu machen, ist es nötig, dass die grosse Majorität sowohl unwissend als arm bleibt. Kenntnis erweitert und vervielfacht unsere Wünsche, und je weniger ein Mann wünscht, desto leichter können seine Bedürfnisse befriedigt werden. »

Diese Worte Bernard de Mandevilles (zitiert von Marx im I. Band des Kapital) geben die Lebensanschauung wieder, mit der die bürgerliche Klasse zur Zeit des aufkommenden Industrialismus ihr Gewissen beruhigte. Es ist auch heute noch eine weit verbreitete Auffassung, vor allem derjenigen, die von der Arbeit anderer leben. Die Gesellschaft, worunter die gnädigen Herrschaften sich selbst verstehen, hat ein Anrecht auf Glück; dieses Glück (wenigstens seine materielle Grundlage, um die es sich handelt) ist jedoch nur zu verwirklichen, wenn das gemeine Volk in kümmerlichen Zuständen lebt, d. h. besitzlos bleibt. Aber man tue den Angehörigen dieser Gesellschaft kein Unrecht! Sie sind von tiefem Mitleid erfüllt für das arme Volk und zermartern ihr Gehirn, wie sie seine Lage so angenehm wie möglich gestalten können. Und siehe da! Sie finden eine glückliche Lösung: Damit alle jene, deren Geburtsschein keine Eintrittskarte in die gute Gesellschaft darstellt, auch im Elend zufrieden leben können, muss man dafür sorgen, dass sie nichts Besseres kennen als das Elend. Denn Wissen macht hungrig, Unwissenheit dagegen ist die Vorbedingung der Zufriedenheit. Das Rezept ist ebenso einfach wie sicher und — die Hauptsache — billig.

Man mag sich zu dieser Besitzesphilosophie stellen wie man will, in einem Punkt wird man ihre Richtigkeit nicht bestreiten können. Wie die antike Gesellschaft und ihre Kultur nur bestehen konnte auf Grund eines Sklavenheeres, so ist auch die Herrschaft einer bürgerlichen Oberschicht nur solange denkbar, als die breiten Volksmassen in Armut und Dummheit gehalten werden können. Das mag eher als Umkehrung des Gedankens Bernard de Mandevilles und seiner heutigen Nachbeter erscheinen, aber in Wirklichkeit dürfte das doch der geheime Gedankengang oder wenigstens die Ahnung dieser Gesellschaftsaristokraten sein.

Ebenso richtig wie dieser soziologische Teil ihrer Theorie ist, der ihre Klassenherrschaft begründen und sichern soll, ebenso grundfalsch sind ihre *wirtschaftlichen* Schlussfolgerungen. Hätten die Kapitalbesitzer ihr Rezept bis heute ungehindert durchführen können, so wäre nicht nur das von ihnen verachtete « Volk » im Elend, das anfangs des 18. Jahrhunderts herrschte, stekken geblieben, sondern sie selbst würden jetzt noch in einem Zustand leben, den sie, gemessen an ihren heutigen Begriffen und ihrem heutigen Besitz, als Armut bezeichnen würden. Wer die wirtschaftliche Entwicklung der letzten hundert Jahre nicht durch das Monokel der Geldaristokraten betrachtet, sieht ein, dass die Theorie Mandevilles durch die Tatsachen direkt auf den Kopf gestellt wurde. Nicht je weniger, sondern *je mehr ein Mensch wünscht*, desto leichter können seine Bedürfnisse befriedigt werden. Die Unzufriedenheit ist die Mutter des Fortschritts.

Der Arbeiter, der 12 bis 16 Stunden täglich arbeitete, zu einem Lohn, der ihm nur die Selbsterhaltung in kümmerlichster Weise ermöglichte, war nicht viel wert als *Produzent*. Dieser Raubbau an seiner Arbeitskraft hat ihn oft schon in seiner Jugendzeit arbeitsunfähig gemacht. Erst die Verkürzung der Arbeitszeit und die bessere Ernährung, Bekleidung und Wohnung ermöglichten ihm, seine Kräfte voll zu entfalten und seine Leistungsfähigkeit zu vervielfachen. Der Arbeiter, der kaum genügend Geld hatte, um sich mit Brot und Kartoffeln zu versorgen, fiel auch nicht in Betracht als *Konsument*. Sein Bedürfnis ging höchstens dahin, sein Elend im Rausch zu vergessen. Was nützen aber die