

| | |
|---------------------|---|
| Zeitschrift: | Gewerkschaftliche Rundschau für die Schweiz : Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes |
| Herausgeber: | Schweizerischer Gewerkschaftsbund |
| Band: | 18 (1926) |
| Heft: | 10 |

Inhaltsverzeichnis

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: 09.01.2026

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

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 0 0 0 0 0 0 0 Postcheckkonto № III 1366
Erscheint monatlich

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

INHALTSVERZEICHNIS:

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

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 spornit sie immer wieder an. Wer die Augen auftut, sieht die Früchte dieser Propagandaarbeit. Schlägt 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 erkennen 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 fruchtbare 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