

Zeitschrift: Frauenbestrebungen
Band: - (1911)
Heft: 4

Artikel: Käuferpflichten
Autor: M.K. / Schmid, A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-325850>

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: 15.10.2024

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

„Ach ja — spricht Liesel — und sie lacht
 „Papas bewegen sich nicht so sacht,
 Ich sah es neulich selbst mit an,
 Sie springen von der elektrischen Bahn,
 Laufen hinterher grosse Strecken,
 Da würde das Kindlein sich schön erschrecken.
 Da ist es doch schöner bei Mama!
 Ach sieh mal Hans! — Da ist sie ja!“
 Und beide hatten mich schon umschlungen,
 Rechts hab ich das Mädel und links den Jungen,
 Und als ich mich zuguterletzt
 Zu ihnen ins Schlummereckchen gesetzt,
 Spricht Liesel mit strahlendem Augenpaar;
 „Mutti, was Hans sagt, ist das wahr?
 Als ich ganz klein gewesen bin,
 War ich da bei dir im Herzen drin?“
 Fest schmiegt sie in meinen Arm sich hinein:
 „Mutti! Wie schön muss das gewesen sein!“

Käuferpflichten.

Vortrag von Herrn Dr. A. Schmid.

Es war schade, dass sich am Abend des 10. März nicht mehr Zuhörer im Schwurgerichtssaal einfanden: der knappe, in wenig Worten viel enthaltende Vortrag wäre es wert gewesen, vor einem vollen Saale gehalten zu werden.

Dr. Schmid hob zuerst die Eigenart des Themas „Käuferpflichten“ hervor und fügte bei, dass er die Gelegenheit, seine Zuhörer über die Bedeutung der Käuferliga zu orientieren, gerne benutze, um zum Beitritt in dieselbe einzuladen; denn, fuhr er fort, die Aufgabe der Liga, die Arbeitsbedingungen des 4. Standes zu heben, erfordert die kräftige Mitarbeit einer grossen Mitgliederzahl. Diese ist wertvoller als erhöhte Geldbeiträge, deshalb kennt die Liga keine Passivmitglieder.

Die Mitglieder der Käuferliga sind nicht Käufer wie andre Menschen auch, sie sind soziale Käufer. Sie bemühen sich um die Frage: „Unter was für Bedingungen wird die Ware, die ich kaufe, erstellt?“ und richten sich nach der Beantwortung dieser Frage. So wird ihr Kaufen zu einer Tat, zu einem Handeln nach sozialen Grundsätzen.

Doch nicht nur das. Sie fordern von sich selbst die Erfüllung bestimmter Pflichten. Eine der wichtigsten ist die, sich nicht bloss zu fragen, was und wo, sondern namentlich wann gekauft werden soll. Von dieser Frage ausgehend, suchen sie dafür zu sorgen, dass die „Saison“ nicht eine allzu tyrannische Gebieterin wird, dass die Arbeit gleichmässiger über das ganze Jahr verteilt wird, und richten, wo dies angeht, ihre Bestellungen in die „tote Zeit“. Sie wissen, dass dies bei einigem Nachdenken in den verschiedensten Branchen viel häufiger geschehen kann, als man auf den ersten Blick meinen könnte. Namentlich wissen sie nichts von dem so nachteiligen „Weihnachtsfieber“; denn sie haben ihre Aufträge zur rechten Zeit gegeben. Durch ein „Weihnachtsplakat“ macht die Käuferliga auf diesen wichtigen Umstand aufmerksam.

Von Konsum- und ähnlichen Vereinen unterscheidet sich die Liga dadurch, dass sie ein sozialer Käuferbund ist, der nicht den privaten wirtschaftlichen Nutzen, sondern, wie gesagt, die Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Auge hat und dabei auf ganz neutralem Boden zwischen Produzenten, Arbeitern und Konsumenten steht.

Ihre natürlichen Bundesgenossen sind die Gewerkschaften, die Arbeitsinspektorate und der Gesetzgeber. Käuferliga und Gewerkschaften decken sich nur in gewissen Punkten. Beide streben z. B. früheren Ladenschluss, Sonntagsruhe der Post-

angestellten, Abschaffung der Nacharbeit der Bäcker, Besserstellung der Heimarbeiter, Aufhebung der Kinderarbeit an; doch tut dies die Liga, ohne Partei zu sein. — Den Arbeitsinspektoren und dem Gesetzgeber arbeitet sie in die Hand durch Enqueten, Ausstellungen, Agitation für fortschrittliche Gesetze, Flugblätter, Inserate, Vorträge. Durch ihre Publikationen bringt sie die Ergebnisse dieser Tätigkeit, nämlich Übelstände in Betrieben und Geschäften, üble Gewohnheiten und „Sünden“ der Käufer, zu jedermanns Kenntnis und erfüllt so eine allgemeine sittliche Mission. — Sie fordert natürlich z. B. nicht zum Boykott auf — da sie ja neutral ist — aber sie wirkt doch durch bestimmte Massregeln auf das Verhalten der Öffentlichkeit, auf das Gewissen des Publikums. Sie legt sog. „weisse Listen“ an, Verzeichnisse derjenigen Firmen, die praktische Verbesserungen zugunsten des Personals (Ferien u. a.) eingeführt haben und deshalb von der Liga empfohlen werden. Ein andres Mittel hat sie sich geschaffen durch Erkennungszeichen, die sie für die unter günstigen Bedingungen erstellten Waren austellt. Für die Fabrikanten ist es natürlich wertvoll, diese Marke zu erhalten; denn sie bedeutet in unserer sozialen Zeit eine immer mehr beachtete Empfehlung. Durch diese Mittel kann die Liga der illoyalen Konkurrenz entgegenarbeiten, ganze Industrien heben und zwar, ohne heftige Erschütterungen hervorzurufen, und so werden schliesslich auch die Arbeitgeber ihre Bundesgenossen.

Um alle diese schönen Dinge zu realisieren, muss die Liga vorläufig ihr Hauptaugenmerk auf die Erziehung des einzelnen Käufers zum „sozialen Gewissen“ richten. Dieselbe ist einstweilen noch nicht sehr dankbar, doch auch nicht hoffnungslos. Denn der Zögling ist meist nur gedankenlos in dieser Sache, nicht böswillig. Es handelt sich darum, ihm die Augen zu öffnen; bald muss er ja sehen, dass es sich um Postulate handelt, die man sich eigentlich leicht zu eigen machen kann. Wen muss die Liga in erster Linie zu gewinnen und zu disziplinieren suchen? Natürlich die Frauen, sie sind ja die zahlreichsten Käuferinnen, deshalb, wenn dafür gewonnen, die wirksamsten Käuferligistinnen. Ist jede einzelne am Werk, so kommt damit Grosses zustande, trotzdem sehr wichtige Faktoren des wirtschaftlichen Lebens, wie Gemeinde, Staat, Grossindustrielle, nicht oder nur unbedeutend mithelfen werden. In den Branchen der notwendigsten Kaufobjekte, Lebensmittel, sind die Dinge ja schon sehr geregelt, aber in der Kleider-, Wäsche-, Möbelbranche z. B. kann durch die Arbeit der Frau noch sehr viel getan werden. Man denke nur an die stets wechselnden und immer wieder so stark ziehenden Modegegenstände (gestrickte Damenmäntel etwa).

Dann kommen noch weitere Punkte in Betracht: der Nationalstandpunkt (bei unserm kleinen Vaterlande freilich schwer innezuhalten), der gewerbepolitische Gesichtspunkt (Warenhäuser oder Kleinkrämer), der Reklamestandpunkt (Nichtberücksichtigung und dadurch Bestrafung der unverschämten, Eingehen auf die anständige und tüchtige Reklame). In alle diese Fragen soll sich gerade die Frau als Hauptkäuferin einarbeiten. Und ist sie dann selbst zur richtigen Käuferligistin geworden, so wird sie auch ihre Kinder, oder wer ihr sonst erreichbar ist vom heranwachsenden Geschlecht, beeinflussen und mit alledem unschätzbare Mitarbeit tun an der modernen Kultur.

M. K.

Kleine Mitteilungen.

Schweiz.

Genf. Eine grössere Zahl von genferischen Vereinen hat nach eingehender Prüfung der Frage der Jugendgerichte und im speziellen des dem Grossen Rate vorliegenden Gesetzesentwurfes der Herren Vuagnat und Maunoir eine Eingabe an den Rat gemacht, in der sie dem Wunsche Ausdruck geben, man möchte bei der Behandlung verbrechen-