

**Zeitschrift:** Gewerkschaftliche Rundschau für die Schweiz : Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes  
**Herausgeber:** Schweizerischer Gewerkschaftsbund  
**Band:** 1 (1909)  
**Heft:** 8

**Artikel:** Die Bedeutung des Boykottes und des Labels  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-349404>

### **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:** 12.01.2025

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

## Die Bedeutung des Boykottes und des Labels.

### Der Boykott als gewerkschaftliches Kampfmittel.

Der Boykott als Kampfmittel der Arbeiterschaft lässt sich nicht in allen Ländern als dasselbe erklären. Wenn in Amerika ein bestreikter Unternehmer sich weigert, die Streikbrecher zu entlassen und die streikenden Gewerkschaftsmitglieder zu den geforderten Bedingungen wieder in Arbeit zu nehmen, dann werden seine Waren so lange in Verruf erklärt, bis er die gestellten Forderungen erfüllt. Dieselbe Verrufserklärung wird mitunter angewendet als Antwort auf Aussperrungen und auch zum Zwecke der Verschärfung von Streiks. In dieser Form finden wir meistens den Boykott in den Vereinigten Staaten.

In Oesterreich ist der Begriff des Boykotts viel umfassender als in Amerika, Deutschland und der Schweiz. Nicht nur eine möglichst empfindliche Schädigung des wirtschaftlichen Feindes, sondern auch das Fernhalten von Zuzug, also die Platz- und Werkstattsperrre nennt man dort Boykott. Bei uns in der *Schweiz* hingegen und in *Deutschland* stellt der Boykott lediglich dar die vorbereitete Ablehnung des Verbrauchs von Waren derjenigen Unternehmer, die durch ihr Verhalten oder ihre Massnahmen eine Benachteiligung und Schädigung eines Teiles unserer Klassengenossen begehen, womit nicht gesagt sein soll, dass der Boykott immer die Folgeerscheinung eines Streiks sein muss. Vielmehr kann er davon gänzlich unabhängig sein, das heisst als Waffe der Arbeiterschaft an Stelle des Streiks treten und den letzteren unter Umständen überflüssig machen.

Wenn nun auch der Boykott in den angeführten Ländern dem Begriffsinhalte nach verschieden ist, so ist sein Grundzweck überall derselbe. Für unsere Aktionen nun ist es von sehr grosser Wichtigkeit, das Kampfmittel des Boykottes scharf und kritisch abzuschätzen und den Moment, in welchem seine Anwendung opportun ist, richtig zu erkennen. Während manchmal ein von uns geführter Kampf die Anwendung aller unserer Waffen erheischt, ist es bei einem anderen Kampfe wieder mitunter unabsehbar schwer schädlich, von allen unsern Waffen Gebrauch zu machen. Es ist unklug, all sein Pulver auf einmal zu verschiessen. Die erfolgreiche Durchführung des Boykotts hat Voraussetzungen. Diese aber können von Fall zu Fall himmelweit verschieden sein. Soll seine Anwendung nicht versagen, dann müssen die Vorbedingungen erfüllt sein. Der Boykott kann zunächst ernstlich nur da in Erwägung gezogen werden, wo ein *erhebliches* Interesse der Arbeiter-

schaft durch den zu boykottierenden Unternehmer oder Unternehmerkreis gefährdet ist. Von ausschlaggebender Bedeutung dabei ist der Einfluss der organisierten Arbeiterschaft auf die Kundschaft ihres sozialen Gegners. Besteht zwischen beiden keine Fühlung, keine offenbare Interessengemeinschaft, kann natürlich auch der Boykott nicht von Erfolg sein, und ein dennoch verhängter, aber wirkungsloser Boykott provoziert eine unschädliche Reaktion.

Das Wirkungsgebiet des Boykotts an und für sich ist nun sehr beschränkt. In der Hauptsache kann er sich nur auf Gegenstände des Massenkonsums erstrecken, auf Artikel des täglichen Gebrauchs, auf Lebens- und Genussmittel, auf Konfektionskleidung und, wie der bisherige günstige Verlauf des Boykotts der « Tribune de Genève » gezeigt hat, auch auf Zeitungen und Zeitschriften.

Weder der Metallarbeiter- noch der Holzarbeiterverband, weder die Bauhandwerker, noch die Eisenbahner oder die Bergarbeiter, können wohl kaum in den Fall kommen, den Boykott als Kampfmittel anzuwenden, denn es gehört gewiss kein grosser Scharfsinn dazu, zu erkennen, dass wir selbst mit unseren fortgeschrittensten und gefestigtesten Gewerkschaftsverbänden nicht in der Lage sind, heute und in absehbarer Zeit etwa die Sulzer-Zieglerische Maschinenfabrik zu boykottieren, oder durch den Boykott den Absatz der Möbelfabriken, Giessereien, chemische oder Uhrenfabriken, der Kohlenbergwerke oder der Edelmetallindustrie einzuschränken.

Schon bei den Massenbedarfsartikeln erfordert die Durchführung eines Boykotts peinlichste Sorgfalt, denn es sind dabei grosse Schwierigkeiten zu überwinden, da der Ursprungsort von Gegenständen des Massenkonsums, zum Beispiel Konfektionsware, Zigarren, Zigaretten, Mehl usw. nicht leicht zu ermitteln ist. Wenn nun aber einmal ein Boykott notwendig wird, dann muss er mit Umsicht und Geschick inszeniert werden. Dazu gehört vor allen Dingen eine unabhängige Propaganda und Bekanntmachung und der immer wiederkehrende Hinweis auf das boykottierte Produkt und dessen Verkaufsstellen. Nicht nur erst dann, wenn ein konkreter Boykottfall akut wird, sondern lange vorher soll die den Boykott anwendende Gewerkschaft bestrebt sein, das Absatzgebiet und die Kundschaft des zu boykottierenden Unternehmens genau zu eruieren, was zweifellos mit Hilfe der Betriebsvertrauensleute und auch anderer zugänglicher Quellen möglich ist. Jede Gewerkschaft, die auf das Kampfmittel des Boykotts angewiesen ist, soll die Kundschaftsregister der zu ihrem Organisationsgebiet gehörenden Betriebe im Archiv verborgen haben, damit kein Kampf sie unvorbereitet trifft. Während der Boykottbewegung selbst

ist eine stete Kontrolle der Verkaufsstellen, die keine boykottierte Ware mehr umzusetzen vorgeben, von grosser Wichtigkeit. In der öffentlichen Propaganda des Boykotts kann nicht Fleiss genug an den Tag gelegt werden, denn wir wissen, wie sehr es hapert, wenn die grosse Menge der die Massenkaufkraft bildenden Arbeiterschaft Unbequemlichkeiten, die ja die Befolgung der Boykottparole sicherlich mit sich bringt, ertragen soll. Ernsthafte Kenner der Arbeiterbewegung behaupten sogar oft, dass der Boykott bald seinen Rubikon überschritten habe, dass seine Wirkung für die Zukunft in Frage gestellt sei durch die Abwehrmassregeln der Unternehmer. So richtig es ist, dass die Unternehmer durch Versicherungen und Boykottschutzverbände, die in den letzten Jahren stark und mächtig geworden sind, die ihnen im Boykott drohende Gefahr schwerer wirtschaftlicher Schädigung abzuschwächen vermögen, so unrichtig ist es, zu glauben, dass der Boykott jetzt schon an Wirkungs- und Zugfähigkeit verloren habe. Gerade das Gegenteil trifft zu, und je weiter die Massenaufklärung fortschreitet, desto grösser werden die dem Boykott erwachsenden Aufgaben, desto entscheidender und wichtiger wird er, Hand in Hand mit der genossenschaftlichen Bewegung, dermal-einst in die Wagschale fallen.

Heute ist der Boykott auch ein ungewöhntes Kampfmittel. Die Massen müssen sich erst an ihn gewöhnen, und wenn sie heute noch nicht in Disziplin ihm folgen und genug Verständnis entgegenbringen, dann ist das der Ausdruck der mangelhaften Erziehung, Solidarität und des Klassenbewusstseins der grossen Masse. Aus der Entwicklung des Genossenschaftwesens ersehen wir, dass es sehr schwer ist, der Arbeiterschaft beizubringen, dass sie als Massenkonsument eine ausserordentlich grosse Macht in sich birgt. Aus dieser Tatsache auch erklärt es sich, wenn der Boykott noch nicht bodenständig geworden ist.

Ja, wenn die Arbeiterfrauen nicht mehr gedanken- und grundsatzlos, sondern nach Prinzipien einkaufen, wenn das Proletariat erst im Vollbewusstsein seiner Macht als Massenkaufkraft sich in den Dienst unseres Befreiungskampfes stellt, wenn die unermüdliche Aufklärungsarbeit dieses Resultat gezeitigt hat, dann erst beginnt in Wirklichkeit die Aera des Boykotts und seine vernichtende Wirkung im Interesse unserer Sache. Und daran ändert auch das festeste Boykottbollwerk unserer wirtschaftlichen Gegner nichts. Wie jede Tendenz eine Gegentendenz weckt, so wird auch später das Proletariat Mittel, Wege und Einrichtungen finden, um den Boykottschutz unserer Gegner illusorisch zu machen und sie an ihrer Achillesferse zu treffen.

*Darum haben jene Unrecht, die dem Boykott*

*und seiner Zukunft gegenüber eine so grosse Skepsis an den Tag legen.*

Wenn wir nun auch in der Anwendung des Boykotts nicht verschwenderisch sein dürfen und gewiss nicht den Versuch machen sollen, jeden kleinen aus der Gewerkschaftsbewegung sich ergebenden Konflikt mit dem Boykott aus der Welt zu schaffen, so ist doch auch andererseits die von der sozialdemokratischen Partei Deutschlands auf dem Berliner Parteitag 1892 angenommene Resolution für die heutigen Verhältnisse und Gewerkschaftskämpfe zu extrem.

In der auf den Boykott sich beziehenden Resolution heisst es unter anderem:

« Der Boykott ist für den politischen und gewerkschaftlichen Kampf der Arbeiterklasse eine Waffe, die nur unter der aktiven Teilnahme der grossen, heute noch nicht organisierten Massen wirksam in Anwendung gebracht werden kann. Der Boykott kann daher mit Aussicht auf Erfolg nur in den Fällen in Vorschlag gebracht werden, wo es sich um Fragen handelt, an denen weitere Arbeiterkreise mit tiefgehendem Interesse beteiligt sind, insbesondere auch um Zurückweisung von Bestrebungen, welche eine politische Schädigung der Arbeiterklasse bezwecken . . . »

Beinahe 18 Jahre sind verflossen, seitdem die deutsche Sozialdemokratie die in dieser Resolution niedergelegte Meinungsäusserung kundgab. Inzwischen ist die politische sowohl als auch die gewerkschaftliche Bewegung stark und mächtig geworden, und wie konnte es anders sein, dass aus dem aus der vorstehenden Resolution sich ergebenden starren Prinzip: « Der Boykott kann mit Aussicht auf Erfolg nur in den Fällen in Vorschlag gebracht werden, . . . an welchen weitere Arbeiterkreise mit tiefgehendem Interesse beteiligt sind, » eine täglich und in jedem Fall von neuem zu prüfende Frage der Taktik und der Zweckmässigkeit wurde?

In Konsequenz der bezeichneten Resolution müsste ja der Boykott zu den seltensten Erscheinungen des gewerkschaftlichen Kampfeslebens gehören. In Wirklichkeit aber wenden wir ihn heute überall dort an, wo wir nach reiflicher Erwägung von ihm einen sicheren Erfolg erwarten. Das damals vielleicht notwendige Erfordernis, dass an dem dem Boykott zugrunde liegenden Fall weitere Arbeiterkreise mit tiefgehendem Interesse beteiligt sein müssen, ist durch die erfreuliche riesenhafte Ausdehnung der Arbeiterbewegung nun überholt und dahin geworfen.

Wenn aber beispielsweise die Züricher Metall- oder Staats- und Gemeindearbeiter als die weiteren Arbeiterkreise ein tiefgehendes Interesse daran haben, dass die Züricher Bäcker-gewerkschaft von den Grossbäckereien am Platze das Zugeständnis

erzwingt, ihre Arbeitskräfte nur vom Arbeitsnachweis der Gewerkschaft zu beziehen, um dadurch einen steten Stamm gutorganisierter Bäcker am Platze festhalten zu können und mit ihnen die kleinbürgerlichen Arbeiter in den Kleinmeisterbetrieben zu organisieren und so der Abschaffung des Kost- und Logiswesens, der Nacht- und Sonntagsarbeit näher zu kommen, ja, dann natürlich würden wir uns heute noch auf den Boden der Berliner Resolution von 1892 stellen können. Aber an dem hier aus der Praxis angeführten Fall haben andere Berufe als *Gewerkschaftsorganisationen* kein *tiefgehendes*, sagen wir lieber kein unbedingtes, sondern nur ein bedingtes Interesse. Anders steht es damit hingegen bei dem von dem letzten sozialdemokratischen Parteitag in Leipzig empfohlenen Schnapsboykott. Dieser trägt den Charakter des Protestes des deutschen Volkes gegen die von einer gewissenlosen Junkerregierung ihm aufgebürdete Steuerlast, und daran natürlich hat das ganze deutsche Proletariat ein *tiefgehendes Interesse*.

Heute und in der Schweiz hängt der Umfang, die Intensität und die Wirkung des Boykotts ab von der ihr zugrunde liegenden Bewegung, deren Umfang und Bedeutung. Hat er partiellen oder generellen Charakter und bedarf irgendeine Gewerkschaftsorganisation seiner als Mittel, durch eine wirtschaftliche Schädigung den sozialen Gegner ihren Forderungen gefügig zu machen, so wird die übrige Arbeiterschaft ihr die Solidarität nicht versagen können, weil hier den Klassengenossen eine *sozialmoralische Pflicht* erwächst.

Dort, wo der Boykott erfolgreich anwendbar ist, er angewendet werden, weil wir heute in ihm nicht nur eine gewerkschaftliche Kampfeswaffe, sondern auch ein Mittel zur Schulung und Erziehung der Masse und zur Weckung des Bewusstseins der Macht als Massenkaukraft erblicken.



## Solidarität in der Agitation.

### I.

Der Verband der Lebens- und Genussmittelarbeiter der Schweiz umfasst laut Statuten alle in den Lebensmittelbranchen und verwandten Berufsarten beschäftigten Arbeiter und Arbeiterinnen, also alle in Brauereien, Weinhandlungen, Küfereien, Schokoladen-, Teigwaren-, Zuckerwaren-, Zichorien-, Zigarren- und chemischen Fabriken, Mühlen, Bäckereien, Metzgereien, Molkereien, Gärtnereien, sowie den Konsumgenossenschaften, Salinen und Glashütten beschäftigten Arbeiter, sowohl diejenigen des inneren, als auch des äusseren Betriebes.

Alle in diesen Betrieben beschäftigten Arbeiter und Arbeiterinnen werden wohl mindestens die Zahl von

40,000 erreichen. Organisiert sind bis jetzt nur 4500, und unter diesen sind die Brauereiarbeiter mit 1500 zu 50 % organisiert. In all den übrigen Berufen ist die Zahl der Organisierten im Vergleich zu den im Berufe Beschäftigten noch eine äusserst geringe. Von den Schokoladearbeitern und -Arbeiterinnen z. B. haben wir gegenwärtig keine hundert in der Organisation, obwohl über 4000 in dieser Industrie tätig sind.

Unsere organisierten Bäcker und Metzger sind fast ausschliesslich in den Konsum- und privaten Grossbetrieben von Basel, Bern, Zürich beschäftigt. In den Teigwaren-, Zuckerwaren-, Zichorienfabriken ist niemand organisiert.

Es hat keinen Zweck, hier weitere Zahlen aufzuführen und die Orte anzugeben, wo in dem einen oder andern Berufe organisierte Arbeiter zu finden sind. Hingegen soll nachgewiesen werden, dass — die Brauereiarbeiter und Konsumangestellten ausgenommen — die Arbeiter und Arbeiterinnen der unserem Verbands zugeteilten Berufe äusserst schwer zu organisieren sind. Diese Aufgabe zu erfüllen ist die im Verhältnis zur Mitgliederzahl eher zu grosse Zahl der fünf Angestellten nicht im entferntesten gewachsen. Entweder müssen wir auf lange Jahre hinaus darauf verzichten, irgend etwas Nennenswertes zu erreichen, oder die gesamte übrige gewerkschaftlich, politisch und genossenschaftlich organisierte Arbeiterschaft ist uns behilflich.

Wir haben in erster Linie zu kämpfen mit der Indifferenz einer materiell und teilweise auch geistig auf tiefer Stufe stehenden Arbeiterschaft, in Verbindung mit einem Protzertum von Unternehmern, wie es raffiniert gewissenloser fast nirgends anzutreffen ist.

Da haben wir in erster Linie die Schokoladenindustrie vor uns. Die in derselben beschäftigten Arbeiterinnen und Arbeiter haben grösstenteils keine spezielle Lehrzeit zu machen. Nach einem Preistarif der Fabrik Cailler in Broc, der wohl im allgemeinen auch in andern Fabriken der gleiche sein wird, beträgt der Stundenlohn im ersten Jahre 12—20 Rp., im zweiten 22—24, im dritten 26—28; am Ende des dritten Jahres 30 Rp. für die Arbeiterinnen, welche nicht im Akkord arbeiten.

Spezialarbeiter verdienen Fr. 3.20 bis 4.—, ausnahmsweise Fr. 4.50.

Bekanntlich machen die Schokoladefabriken eine ungeheure Reklame und zu dieser gehört auch die *Arbeiterfreundlichkeit*. In « Wohlfahrtseinrichtungen », wie Arbeiterwohnungen, Krankenkassen, Veranstaltung von Ausflügen, woran sich die Direktion beteiligt usw. wird eine prächtige Geschäftsreklame gemacht, dazu kommt noch für Fabriken wie Suchard in Serrières, Cailler in Broc, Tobler in Bern etc. die sogenannte « weisse Liste », die eine Empfehlung für die Geschäfte ist, welche ihren Angestellten gewisse Vergünstigungen gewähren. Dass die « Soziale Käuferliga » mit einer solchen Empfehlung das Wohl der Arbeiterschaft bezwecken will, wird wohl niemand