

Notitser.

I.

»Køber-Foreninger«.

Rundt om i Amerikas Forenede Stater virker et stort Antal (ca. 60) Foreninger med det Formaal at vække »Konsumentmoralen« hos det købende Publikum, at opdrage Forbrugerne af de forskellige Varer til Kritik og navnlig til at kræve visse Garantier med Hensyn til den Maade og de Forhold, hvorunder Varerne tilvirkes. Formaalet er dels et socialpolitisk, dels et hygiejnisk; de Veje, ad hvilke man søger at naa frem, ere mange og forskelligartede, men alle Foreningerne arbejde efter samme Hovedprincipper, og de ere alle sammensluttede i en Centralorganisation »The National Consumers League« med Sæde i New York.

Det oprindelige Formaal for disse Foreninger, hvis Historie naar tilbage til Tiden omkring 1890, var alene at komme Hjemmearbejdet i Beklædningsindustrien til Livs. En Række af amerikanske Stater have indført Lovregler, som søge at afbøde de værste Ulemper ved »Sweating«-Systemet, men hidtil have disse Foranstaltninger vist sig ganske utilstrækkelige, og »The Consumers League« tilstræber derfor at komme det Offentlige til Hjælp paa dette Punkt. Dersom man overfor Publikum kun havde det Argument, at Hjemmearbejdet oftest er slet betalt eller at Systemet er sundhedsødelæggende for Ar-

bejderne, vilde Slaget paa Forhaand være tabt. Man lægger derfor ogsaa — og med Rette — i Agitationen stor Vægt paa, at hver enkelt Forbruger er personlig interesseret, fordi han løber en Risiko for Smitteoverføring ved at købe Klædningsstykker, der muligvis ere tilvirkede i Hjem, hvor inficerende Sygdomme ere til Huse. Man har først i Staten New York, senere ogsaa i andre Stater, ved Lov paabudt, at Klædningsstykker, tilvirkede i Lokaler, der ikke ere undergivne Fabriktilsyn, skulle bære et Mærke, der betegner dem som »tenement made«. Det omvendte System er nu bragt i Anvendelse af »The Consumers League«; den sætter ikke de Forretninger, der benytte Hjemmearbejdere, paa den sorte Tavle (dette var oprindelig paatænkt), men den offentliggør saakaldte »hvide Lister« over de Fabrikker og de Udsalg, der arbejde under »fair and sanitary conditions«. Foruden disse »hvide Lister«, der virke som en gratis Reklame for de paagældende Firmaer, anvendes et Mærke, »National Consumers Label«, der hæftes paa saadanne Varer, som Foreningen særlig vil lægge Publikum paa Sinde at holde sig til. Garantien opnaas paa følgende Maade: før en Fabrikant faar Tilladelse til at bruge Foreningens Mærke, bliver Fabrikken underkastet en Undersøgelse af en af Foreningens Agenter, som tillige søger Oplysninger hos de lokale Sundhedsautoriteter og hos Fabriktilsynet. Hvis Undersøgelsen giver et i enhver Henseende tilfredsstillende Resultat, udfærdiger Fabrikanten en Erklæring, hvori han under Bødestraf forbinder sig til ikke at lade Arbejde udføre udenfor Fabrikkens Lokaler, at overholde Fabriklovens Bestemmelser, ikke at beskæftige Børn under 16 Aar, ikke at lade nogen Person i Fabrikken arbejde over 10 Timer daglig eller 60 Timer ugentlig. Efter at Fabrikanten har faaet Tilladelse til at bruge Foreningens Mærke, bliver Forretningen fra Tid til anden inspiceret af Agenterne. — Foreningen lægger Publikum paa Sinde saavidt muligt kun at handle i de Forretninger, der findes paa de hvide Lister, men i hvert Fald kun at købe

»labeled goods«; saadant kan nemlig findes til Salg ogsaa i Forretninger, der ikke opfylde de ret strænge Betingelser for at komme paa de hvide Lister.

»The Consumers League« har i de seneste Aar ogsaa udstrakt sin Virksomhed til Fødemiddel-Industrien. Der foretages omfattende Undersøgelser med det Formaal at afsløre de rent utrolige Ting, der gaa i Svang, f. Eks. i Sukkervareindustrien, i Macaroniindustrien o. s. v. Man skulde tro, at disse Industriegrene helt og holdent var Fabrikfag, men dette er langt fra Tilfældet. Eksempelvis foregaar Fyldning af Bolscher, Konfekt, Smaakager o. l. i Æsker og Kartoner for en meget stor Del som Hjemmearbejde for en Akkordbetaling, der er langt lavere end den, der ydes paa Fabrikkerne. Foreningen søger at vække Publikums Opmærksomhed overfor de sanitære Farer, man løber, ved uden Kritik at købe saadanne Varer; der udgives Flyveskrifter med skrækindgydende Beskrivelser og fotografiske Afbildninger af Arbejderhjem, der tillige ere »Sweat-shops« for forskellige Grene af Fødemiddel-Industrien; der drives en energisk Agitation for Indførelse af et virksomt Tilsyn med disse Industrier, og om end de praktiske Resultater paa dette Omraade endnu ere ret magre, er der dog i de fleste Stater vedtaget Love, der kunne danne Grundlaget for videregaaende Foranstaltninger. Hovedsagen er, mener Foreningens Ledere, at faa sat alvorlig Skræk i Blodet paa Publikum.

Den amerikanske »Consumers League« har fundet Efterlignere enkelte Steder i Europa: i Schweiz, i Frankrig (Paris) og i Holland, men de europæiske Køberforeninger synes ikke at have samme praktiske Greb paa Sagen som de amerikanske.