

Zeitschrift: Wohnen
Herausgeber: Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger
Band: 50 (1975)
Heft: 1

Artikel: Gefahren unter der Wohnungstüre
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-104485>

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: 02.04.2025

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

An diesen Untertitel eines längeren Artikels von Alfred Neukomm, Sekretär der Stiftung für Konsumentenschutz, über «Bauernfängerei und ihre Verkaufstricks» dachte ich, als mich meine Schwiegertochter anrief und sagte: «Ich muss dir etwas beichten. Ich habe einen grässlichen Blödsinn gemacht.» Was war geschehen? Ein Vertreter hatte bei ihr geläutet und ihr ein Putzmittel angeboten. Er zeigte ihr, was man alles damit reinigen könne und rieb unter anderem Flecken vom Spannteppich weg. Am nächsten Tag kamen sie allerdings wieder zum Vorschein. Es handelte sich dabei um ein Vielzweckputzmittel. Was ich für völlig ausgeschlossen gehalten hätte, passierte trotzdem. Die sonst in Geldsachen äusserst sorgfältige und sparsame Frau unterschrieb eine Bestellung für zehn Liter, die zusammen mit drei Apparätchen Fr.248.- kosten sollten. In der Nacht wälzte sie sich schlaflos im Bett herum, so ärgerte sie sich über sich selber. Am nächsten Morgen las sie den Kaufvertrag genau durch und entdeckte zu ihrer grossen Freude die Bestimmung, dass der Käufer innerhalb von fünf Tagen vom Kaufvertrag zurücktreten könne. Ich riet ihr, die Ware vermittelt eines eingeschriebenen Briefes abzustellen, was sie sofort machte. Damit wird es wohl sein Bewenden haben, dachte ich mir, aber meine Überlegung war falsch; denn die Firma sandte mit gleicher Post einen Brief, in dem stand, da die Käuferin eine Anzahlung geleistet habe, könne sie vom Vertrag nicht zurücktreten. Und mit dem Brief kamen zugleich auch die bewussten zehn Liter. Meine Schwiegertochter refüsierte die Ware und telephonierte mir erneut. Ergo musste ich mich wieder mit der Angelegenheit befassen, besprach sie mit meinem Mann, der aber auch nicht genau Bescheid wusste, und grübelte nächtlicherweise noch daran herum. Endlich fiel der Groschen, und ich beschloss, mich mit der Stiftung für Konsumentenschutz in Verbindung zu setzen.

Gedacht, getan. Die Mitarbeiterin verlangte die Unterlagen, die ich mir bereits beschafft hatte. Aus ihnen ging hervor, dass ein Abzahlungsvertrag mit einer Anzahlung von Fr.40.- und drei Raten vorlag, also ein typischer Abzahlungsvertrag, für den laut Gesetz die Rücktrittsklausel gilt. Bei jedem Abzahlungsvertrag muss eine Anzahlung geleistet werden, so dass das Argument der Firma, unter den Voraussetzungen gelte er nicht, als Bauernfängerei zu betrachten

ist. Die Chose ist im Moment noch nicht erledigt, aber ich habe den Eindruck, dass die Firma auf ihren zehn Litern sitzenbleiben wird. Es soll ihr gut tun. Ich fragte meine Schwiegertochter, wie sie dazu gekommen sei, sich auf ein derart törichtes Abenteuer einzulassen, aber sie konnte keine plausiblen Gründe dafür angeben. Sie war eben unvorbereitet in die Falle gegangen, hatte es noch ein wenig eilig und unterschrieb, um den lästigen Besucher loszuwerden. Es ist ein geradezu klassisches Beispiel dafür, wie selbst Menschen, die sonst ausgezeichnet mit Geld umzugehen verstehen und stets wissen, wo man am besten und billigsten einkauft, überschwatzt werden können.

Alfred Neukomm hat in seinem Artikel diverse Fälle beschrieben, die diesem aufs Haar gleichen. Wer braucht denn aufs Mal zehn Liter Putzmittel? Wir sind ja kein Putzinstitut. Wozu die Apparätchen, die wahrscheinlich nichts wert sind und die man nachher doch nicht verwendet, weil man von Hand besser zurechtkommt? Jedermann begreift, dass diese Bestellung unsinnig war, der Preis für die Ware masslos übersetzt, was aber nicht heisst, dass viele unter gleichen Voraussetzungen nicht auch unterschrieben hätten.

Für den Aussenstehenden, der nicht unter dem Druck eines geschwätzigen, mit allen Wassern gewaschenen, skrupellosen Vertreters steht, ist es leicht zu sagen: Was für eine Dummheit! Es ist unglaublich, wieviele Leute auf Verkaufstricks unseriöser Vertreter hereinfallen und ohne richtig zu überlegen, zum Beispiel für Tausende von Franken vielbändige Lexika bestellen, die der Durchschnittsbürger gar nicht benötigt. Zum Teil werden dabei unwahre Angaben gemacht. Es wird von Geschenken gefaselt, welche die Firma ein paar Wenigen zudedacht hätte, als ob uns wildfremde Leute jemals etwas schenken würden.

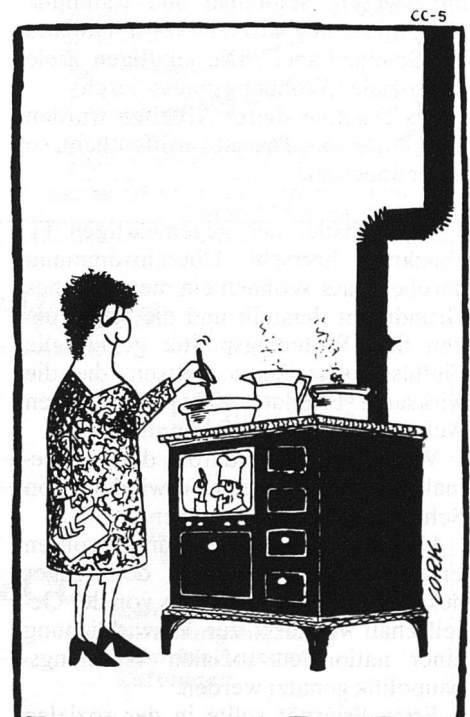
Das erinnert an die angeblichen Gratis-Carfahrten für ältere Leute, denen beim Zvieri irgend etwas zu fürchterlich übersetzten Preisen angehängt wird, das sie unter normalen Kaufsbedingungen niemals gekauft hätten. Zwar habe ich gemeint, wir seien diesem Übel Meister geworden, aber Alfred Neukomm spricht in seinem Artikel von Carfahrten, die zu tiefen Preisen, eingeschlossen Mittagessen und einer geschenkten Flasche Wein, offeriert werden. Im Laufe des Nachmittages werden den Fahrgä-

sten öfters gegen ihren eigenen Willen Rheumadecken, Badezusätze und anderes mehr aufgedrängt, obschon sie vielleicht gar keine Badewanne haben.

Eduard Zimmermann, der XY-Mann, weist in seinen Fernsehsendungen «Achtung Falle!» ebenfalls auf diesen Sachverhalt hin.

Eine meiner Nichten berichtete mir, es habe ein Mann an der Türe geläutet und sei, als sie diese geöffnet habe, ohne weiteres in die Wohnung gekommen. Was er nicht darf, ohne um Erlaubnis darum zu bitten! Er habe mit einem Reinigungsmittel einen Treppenabsatz glänzend gerieben und wollte es ihr verkaufen. Sie wäre bereit gewesen, einen Liter zu nehmen, um es auszuprobieren, davon wollte er jedoch nichts wissen. Unter fünf Litern könne er keine Bestellung entgegennehmen, worauf es bei ihr «schaltete». Sie wollte keine fünf Liter auf einen «Tätsch» zu einem beachtlich hohen Preis und schützte vor, sie müsse zuerst ihren Mann fragen. Das stimmte nicht, aber es kann unter Umständen ganz praktisch sein, sich hinter dem Rücken des Gatten zu verstecken. Später hörte sie im Dorf, das Putzmittel habe nicht befriedigt.

Vor einem Jahr wurde ich mit einem telephonischen Anruf beglückt und gefragt, ob man uns etwas im Zusammenhang mit unserem Fernsehapparat vorführen dürfe. Wiederum funktionierte



das Überraschungsmoment, und ich stimmte zu, nicht ohne es danach zu bereuen. Es erschienen zwei junge Männer, die eine Plastikscheibe vor dem Apparat befestigten, die das Fernsehbild vergrösserte. Dazu liessen sie ein Tonbandgerät laufen, das die Vorzüge der Scheibe anpries. Der Preis war enorm hoch, und die ganze Situation missfiel mir. Sie erkundigten sich, ob mir das vergrösserte Bild nicht gefalle, worauf ich trocken erwiderte, der Bildschirm sei uns gross genug. Ferner behaupteten sie, die Scheibe schütze vor Strahlungsschäden, was uns aber auch nicht beeindruckte. Item, wir waren kaufunlustig, und sie zogen unverrichteter Dinge ab. In Italien kann man diese Plastikscheiben für wenig Geld kaufen. Alfred Neukomm erwähnt in seinem Artikel auch diese japanische Kunststoff-Fernsehvorsatzscheibe, für die, sage und schreibe, Fr. 176.- verlangt wurde. Vermutlich ist sie keine zwanzig Franken wert.

Bald darauf wollte mir jemand per Telefon eine kosmetische Gratis-Behandlung aufdrängen, aber ich lehnte ab. Inzwischen hatte ich kapiert, was es mit diesem Gratis auf sich hat. Nachher setzt der Druck ein, teure Kosmetika zu bestellen, die ich in meinem Geschäft zu einem Bruchteil dieses Preises kaufen kann.

Eine gute Bekannte von mir, die ich sehr gerne habe, erzählte mir bekümmert, ihr Mann habe bei einem Vertreter

einen Staubsauger bestellt zu Fr. 550.-, der nicht nur schlecht sauge, sondern ihr auch viel zu schwer sei. In der Folge sahen sie sich gezwungen, noch einen Zusatzapparat für Fr. 200.- zu kaufen, um die Saugleistung zu verbessern. Zum damaligen Zeitpunkt hätten sie im Verkaufsgeschäft des städtischen Elektrizitätswerkes bei bester Beratung einen passenden, leichten und handlichen Staubsauger zu weniger als einem Drittel des obgenannten Preises erstehen können. Jedes Mal, wenn sie ihn hervornimmt, ärgert sie sich über ihn. Sagen darf sie nichts, sonst ist ihr Mann grüßlich beleidigt, der es an und für sich gut meinte. Nach meiner Schätzung sind bei der Gelegenheit Fr. 550.- zum Fenster hinausgeworfen worden, immerhin eine Summe, die ins Guttuch geht.

Es gibt Vertreter und Vertreter. Die einen vertreten seriöse Firmen oder wohltätige Institutionen und kehren alle Jahre wieder, während andere aus triftigen Gründen niemals mehr auftauchen. Mit der Überraschungsmasche hat man in der Regel bei der gleichen Person nur einmal Erfolg. Wer sich nochmals hineinlegen lässt, ist ein hoffnungsloser Fall. Ich kenne Leute, die der Meinung sind, die Menschen müssten für ihre Dummheit bestraft werden, um dadurch gewitzigter zu werden, eine Auffassung, die ich nicht teile. Ebenso wenig wird sie von der Stiftung für Konsumentenschutz geteilt. Vielmehr möchte sie

die Rücktrittsklausel von fünf Tagen auf alle Bestellungen über hundert Franken, die unter ungewöhnlichen Voraussetzungen, an der Türe, an Einladungen und auf Carfahrten, gemacht werden, erstrecken. Dieses Postulat, nebst anderen, befindet sich jetzt im Vernehmlassungsverfahren. Anders ist all jenen verantwortungslosen Elementen, die davon leben, andere auszubeuten und meines Erachtens häufig Betrüger, Gauner und Tagediebe sind, nicht beizukommen.

Unser Garten

Was tut sich jetzt im Untergrund?

In keiner Pflanzenanleitung für Blumenzwiebeln fehlt die Angabe, wie tief der Zwiebelboden in der Erde sitzen soll. In fast jeder fehlt die Zahl der Zentimeter, wie tief der Boden unter den Zwiebeln vorbereitet werden muss. Die Folge davon ist nur allzu oft, dass die Pflanzlöcher genau ausgemessen sind und der kaum jemals umgegrabene Boden des Ziergartens darunter fest gemauert in der Erden liegt. Die Zwiebeln müssten ihre Wurzeln gewissermassen über dem Kopf zusammenschlagen, um etwas von dem «vorbereiteten» Boden zu haben. Dass sie dennoch so grossartige Frühjahrsblüten hervorbringen, zeigt nur ihre ungeheure Vitalität im ersten Jahr. Man sollte das ruhig zugeben; denn wer hat wirklich gewusst, dass unter den 3 bis 5 cm Pflanztiefe für Dahlien beispiels-

weise 60 cm gut gelockerter, mit Humus und Nährstoffen angereicherter Bodenraum für das Wurzelwachstum liegen sollten? Dass man die Pflanzstellen der im Herbst zu pflanzenden Frühjahrsblüher besser nicht einzeln, sondern als ganze Fläche etwa doppelt so tief bearbeiten sollte, wie die sogenannte Pflanztiefe angibt? Dass im Herbst keinesfalls schon leicht löslicher Mineraldünger in den Untergrund eingebracht wird, sondern eine Vorratsdüngung aus möglichst langsam und gleichmässig sich aufschliessenden Nährstoffen? Der Grund für die verbreitete Ahnungslosigkeit ist sicher nicht nur, dass die Blumenzwiebeln im ersten Jahr auch unter armseligsten Verhältnissen etwas werden, sondern dass keine Wurzeln vorhanden sind. Noch weniger als die Blüte stellt man sich offenbar bei den Trockenzwiebeln vor, was für ein dichter, breit ausladender Wurzelbart unten herauswächst. Und nur wenn der vor dem Austrieb im Frühjahr voll ausgewachsen konnte, entfalten sich die Blüten zu ihrer vollen, wah-

ren Schönheit. Also: Lockern, Humus reichlich zuführen, aber keinen «Blumenzwiebeldünger» geben! Höchstens Horndünger, die anfangs unlösbar sind.

Breschke

Der Giftpfeil

Wir lieben es, wenn Menschen frisch herausagen, was sie denken – vorausgesetzt, sie denken dasselbe wie wir.

Mark Twain

Schlechte Luft? Hitze?

**Anson
Ventilatoren
Riello
Klimageräte**
helfen

Telefonieren Sie uns: Anson AG, Zürich
Aegertenstrasse 56, Telefon (01) 35 95 12,
oder Ihrem Elektrogeschäft

Ventilatoren jeder Art, Klimageräte, Dampf-
abzugshauben, Gebläse, Befeuchter,
Entfeuchter, Luftreiniger, Lüftungsrohre,
Infrarotstrahler, Zeitschalter — von
Anson AG, Zürich