

Objekttyp: **Issue**

Zeitschrift: **Schweizer Frauenblatt : Organ für Fraueninteressen und Frauenkultur**

Band (Jahr): **49 [i.e. 47] (1965)**

Heft 3

PDF erstellt am: **10.08.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



KONSUMENTINNEN-FORUM

Redaktion: Hilde Custer-Oczerez, Bräuerstrasse 62, 9016 St. Gallen
Telephon 071 / 24 48 89

der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin

TREFFPUNKT für Konsumenten

Die Ausverkäufe sind nun beendet oder werden in den nächsten Tagen ihr Ende finden. Unsere Geschäftsstrassen verwandeln sich wieder zu einer Schau individueller Dekorationskunst...

Es ist wohl nicht von ungefähr, dass sich eine grosse Zürcher Firma mit einem ausführlichen Text-Inserat in der Form eines Interviews an die Konsumenten wandte, um ihnen darzutun, dass es bei diesen Ausverkäufen durchaus mit rechten Dingen zugehe, wenn die Preise kopfüber in die Tiefe purzeln.

Unlogisch erscheint es uns auch, wenn ausgerechnet im Januar, von dem behauptet wird, er sei der längste Monat, und die Leute hätten wegen der vorangegangenen Festzeiten, dann kein Geld, solche Spezialangebote an die Käuferseite gerichtet werden.

Wir haben bei diesen Ausverkäufen zu unterscheiden zwischen Saison- oder Inventurausverkäufen und den sogenannten Ausnahmeverkäufen. Wenn die Ausnahmeverkäufe heute häufiger anzutreffen sind als die Saison- und Inventurausverkäufe, so liegt das vor allem daran, dass ihre technische Durchführung weniger Aufwand erfordert.

Während der Saison/Inventurausverkauf die Erstellung eines genauen Inventars verlangt, auf Grund dessen die Ausverkaufstase erhoben wird, benötigt es für den Ausnahmeverkauf keines Inventars. Die Tase wird dann vom erzielten Umsatz erhoben.

Wäre Shakespeare heute Werbetexter?

(Aus «Wintermärchen», 4. Akt, 3. Szene)

Linnen, weiss wie frischer Schnee, Krepplor, schwärzer als die Kräh, Handschuh, weich wie Frühlingsgras...

\* Pelze, Felle

12 Werttage, daher die unterschiedliche Dauer, wie unsere Leserinnen selber feststellen können. Die Ausnahmeverkäufe gingen am 28. Januar zu Ende, die Saison/Inventurausverkäufe dauern noch bis zum 4. Februar.

Wenn gute Kunden eines Geschäftes durch persönliche schriftliche Einladung schon einige Tage vor dem Ausverkaufsbeginn von vorteilhaften Angeboten des betreffenden Geschäftes Gebrauch machen dürfen, so ist das zwar im Gesetz nicht ausdrücklich erlaubt, aber auch nicht ausdrücklich

Vom Markt zur Küche: Ein Obstfachmann antwortet

Wo bleibt unser schönes Schweizer Obst?

Von der Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftsfragen Städtischer Frauenorganisationen wurde in der Presse unter anderem auch die Frage über den Verbleib unseres schönen Schweizer Obstes gestellt. Ebenso wurde gerügt, dass trotz strenger Sortierbestimmungen bei der Produktion, sowie offizieller Orientierungen des Konsumenten durch die Presse vergeblich Ausschuss nach den Qualitätsbezeichnungen des feilgebotenen Tafelobstes gehalten werde.

Mancher Wiederverkäufer kauft Tafelobst für seinen Winter- und Frühjahrsbedarf im Herbst ein. Während der eine dasselbe zur Weiterlagerung dem Kühllhaus anvertraut, stapelt er der andere, um diese Kosten zu ersparen, mit artfremder Ware ohne Rücksicht auf Luftfeuchtigkeit und -feuchtigkeit und entsprechende Temperatur in irgend einem Raume auf.

verboten, soweit es die Verordnung des Bundesrates betrifft. Möglicherweise gibt es hierüber in den Kantonen voneinander abweichende Regelungen. Offiziell dürfen, laut Gesetz, die Ausverkäufe nicht vor dem 15. Januar beginnen.

Wir wären unserer Leserschaft für Beobachtungen anlässlich der soeben durchgeführten Ausverkäufe dankbar. Hilde Custer-Oczerez

Wir machen unsere Leserinnen aufmerksam auf die Redolenzung vom 12. Februar, 14 Uhr: Frauenstunde: Thema Ausverkauf.

apfel und Chisenariner, einzig aus dem Grunde, um das befürchtete Unterangebot an Mostpfehl für die Verwertungsbetriebe zu verbessern. Ein weiteres trübes Kapitel bildeten die Direktlieferungen der Konsumenten durch die Produzenten. Wie bereits erwähnt, unterstützen solche Lieferungen zufolge Fehlens der gesetzlichen Unterlagen keiner obligatorischen Qualitätskontrolle. Dies wäre in Ordnung, wenn dieses Privileg nicht stets missbraucht würde.

Unser Kommentar

Zu dieser Antwort ist noch einiges zu bemerken: A. P. geht auf die von den Luzernerinnen gestellten Fragen gar nicht ein. Gefragt wurde klipp und klar nach den Klassierungszeichen für Kernobst — nämlich roten und grünen Zetteln — die es den Hausfrauen erlauben würden, auf den ersten Blick festzustellen, um welche Obstsortierungen es sich beim Angebot handle. Diese Zettel haben, nach Beobachtungen an verschiedenen Orten des Landes, gefehlt.

So kann man sich irren

Der Erinnerungswert von 24 Plakaten wurde einerseits bei annähernd 200 Hausfrauen in grossstädtischen Verhältnissen der deutschen Schweiz und andererseits bei 30 Werbefachleuten in den gleichen Städten getestet. 3 Unberücksichtigende deckten sich die Beurteilungen in bezug auf die weniger gute Wirksamkeit eines Plakates in hohem Masse, Hausfrauen und Werbefachleute waren sich hier nahezu einig. Hingegen scheinen sich die Fachleute in Richtung «hohe Wirksamkeit eines Plakates» jeweils stark zu verschätzen.

Sorgen um den Wohlstand

Der Wohlstands-Hirtenknabe trägt ein bekümmertes Gesicht zur Schau. Er hat Sorgen. Etwas gehobener ausgedrückt, befinden wir uns «in einem Zustand relativer Unzufriedenheit», weil uns die immer neuen Konsummöglichkeiten nie ans Ziel unserer Wünsche gelangen lassen. Ob dem wirklich so ist, hat in Deutschland das Allensbacher Institut für Demoskopie zu ergründen versucht.

KLEINE WIRTSCHAFTSFIBEL

Vom Wert der Güter

Die Lehre vom Wert der wirtschaftlichen Güter nimmt in der Theorie der Nationalökonomie einen beträchtlichen Platz ein. Vorauszuschicken ist, dass der Wert eines Gutes nicht mit dessen Preis verwechselt werden darf. Ein Preis entwertet nämlich nur da, wo ein Gut getauscht bzw. verkauft wird; ein Kleidungsstück z. B. hat für den Besitzer sicherlich einen Wert, solange es aber nur dem eigenen Gebrauch dient, keinen Preis.

Konsumentenschutzorganisationen in der Schweiz

Im vergangenen Jahr sind verschiedene schweizerische Organisationen gegründet worden, die sich in irgendeiner Form den Anliegen der Konsumenten widmen wollen. Es handelt sich dabei um Zusammenschlüsse bereits bestehender Organisationen, deren angestammte Tätigkeit damit in einen grösseren Rahmen gestellt werden soll.

In chronologischer Reihenfolge ergaben sich folgende Neugründungen:

- 1. Die Stiftung für Konsumentenschutz (Juni 1964)
2. Der Schweizerische Konsumentenbund (September 1964)
3. Der Förderungsfonds für Konsumentinformation (Dezember 1964)

Begreiflicherweise ist es für Ausstehende nicht einfach, diese Organisationen nach ihrer Zusammensetzung und ihren Zielen auseinanderzuhalten, so dass wir den Versuch unternahmen möchten, unserer Leserschaft eine kilrende Uebersicht zu vermitteln.

- 1. Die als erste entstandene Stiftung für Konsumentenschutz
ist eine Gründung der vier Mitgliderorganisatio-

nen der Aktionsgemeinschaft der Arbeitnehmer und Konsumenten (AGAK). Dazu gehören: der Schweizerische Gewerkschaftsbund die Vereinigung Schweizerischer Angestelltenverbände

der Föderativverband des Personals öffentlicher Verwaltungen und Betriebe und der Verband Schweizerischer Konsumvereine (VSK)

Die Stiftung bezweckt den Schutz der Konsumenten vor Benachteiligung, die Hebung des Qualitäts- und Preisbewusstseins der Konsumenten, und die Aufklärung und Information über Konsumgüter und Dienstleistungen.

2. Die Entstehung des Schweizerischen Konsumentenbundes (SKB)

ist u. a. die Folge des Umstandes, dass die Gründer der obenverwähnten Stiftung für Konsumentenschutz nicht bereit waren, die Minderheitsgewerkschaften, den Migros-Genossenschaftsbund und die übrigen Organisationen des Detailhandels als gleichberechtigte Mitbegründer in ihren Kreis aufzunehmen. Diese Lösung war im März von einem Initiativkomitee vorgeschlagen worden, an dem auch Mitglieder des Konsumentinnenforums massgeblich beteiligt gewesen sind.

Sowohl das Konsumentinnenforum der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin als auch die Fédération Romande des Consommatrices, denen Frauenorganisationen aller politischen und konfessionellen Richtungen angehören, suchten nach einer umfassenden Organisationsform für die Information der Konsumenten. Sie waren es dann, die auf Ende

September die Studiengruppe für Konsumentenfragen (deren Presseidee bekannt sein dürfte), die an der AGAK beteiligten Arbeitnehmerverbände und die Minderheitsgewerkschaften einluden, um mit ihnen den Schweizerischen Konsumentenbund zu gründen. Die der AGAK angehörenden Arbeitnehmerverbände lehnten eine Beteiligung ab.

Der Christlich-nationale Gewerkschaftsbund der Schweiz, der Schweizerische Verband evangelischer Arbeiter und Angestellter, der Landesverband freier Schweizer Arbeiter und die Studiengruppe für Konsumentenfragen fanden sich bereit, zusammen mit den beiden Konsumentinnenorganisationen, den Schweizerischen Konsumentenbund (SKB) zu gründen.

Der SKB verfolgt praktisch die gleichen Ziele wie die Stiftung für Konsumentenschutz, unterscheidet sich aber von ihr — abgesehen von der Rechtsform — dadurch, dass er Organisationen der Produktion und des Handels weder direkt noch indirekt in den Kreis seiner Mitglieder aufnimmt.

3. Der Förderungsfonds für Konsumentinformation

dessen Gründung Anfang Dezember 1964 von Organisationen der Produktion und des Handels beschlossen worden ist, wird selbst keinerlei Konsumentinformation durchführen. Er wird lediglich Gelder sammeln, die er dann einer politisch neutralen, nur den Konsumenteninteressen dienenden Organisation — voraussichtlich dem SKB — zur Verfügung stellen will. Die Geldmittel dienen der Durchführung von Massnahmen zur Information der Konsumenten.

Der Konsumentenschutz in der Schweiz

wird also künftig durch zwei Organisationen aktiv betrieben werden. In der einen Gruppe — derjenigen der AGAK-Mitglieder — beteiligen sich Arbeitnehmerverbände und eine Organisation der Produktion und des Handels (VSK) gemeinsam an der Finanzierung und an der Durchführung der Konsumentinformation. In der anderen Gruppe haben die Konsumenten- und Arbeitnehmerorganisationen einerseits und die Organisationen der Produktion und des Handels andererseits streng getrennte Rollen.

So verwirrend die Vielfalt der Organisationen für Konsumentenschutz in der Schweiz auch sein mag, tut sie doch der Verwirklichung einer möglichst soliden und zweckmässigen Konsumentinformation voraussichtlich keinen Abbruch. Es scheint nämlich bisher in beiden «Lagern» die Bereitschaft zu einer loyalen technischen Zusammenarbeit und zu einer Koordination der Programme zu bestehen. Ausserdem wird das zwischen ihnen bestehende «Konkurrenzverhältnis» möglicherweise einen Ansporn zu guter Leistung darstellen.

Ausser Konkurrenz hat im vergangenen Jahr noch die eidgenössische Studienkommission für Konsumentenfragen bestanden, die aber nur die Aufgabe hatte, Fragen des Konsumentenschutzes zuhanden des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements abzuklären und darüber einen Bericht auszuarbeiten. Dieser Auftrag ist auf Ende Jahr erfüllt worden. Nach wj-Dokumentation







## Vereinsversammlung der Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Instituts für Hauswirtschaft (SIH)

Unter dem Vorsitz von Präsident Max J. Felchlin, Schwyz, fand Dienstag, 19. Januar, die 8. Vereinsversammlung der Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Instituts für Hauswirtschaft im SIH Zürich statt. Nach Genehmigung der Jahresrechnung und der Bilanz, gab die Geschäftsführerin des Instituts, Fräulein Regula Streuli, einen Überblick der Tätigkeit des SIH an Zahlenbeispielen, verglichen mit dem Vorjahre:

	1963	1964
Hauswirtschaftliche Auskünfte	5350	6400
Positive Prüfungen	92	105
Abgelehnte Prüfungen	3	4
Vergleichsprüfungen	3	4
Expertisen	23	33

Diese Zahlen belegen einen guten Geschäftsgang. Trotzdem ist das SIH immer noch auf seine Gönner angewiesen. Die Gesellschaft zur Förderung des Instituts besteht seit 8 Jahren, und das SIH selbst wurde im Jahre 1948 gegründet.

Nachdem Frau Dr. C. L. Tzweig, technische Leiterin des SIH, Stellung genommen hatte zu den kürzlich durchgeführten Vergleichsprüfungen und deren Kommentierung in der Presse, dankte Madame L. Aellig, Präsidentin des Vereins SIH, für die wertvolle Hilfe der Förderungsgesellschaft.

Das anschliessend an die Versammlung gehaltene Referat geben wir nachstehend — seiner Aktualität entsprechend — in einem längeren Resümee wieder:

Professor Dr. O. Angehrn:

### «Ueber den Wohlstandskonsum»

In allen Ländern zeigt sich, dass Warenbestände vorwiegend von solchen Leuten konsumiert werden, die ihren Verbrauch mit einer gewissen Bewusstheit gestalten. Das Grundproblem, zu dem der heutige Wohlstand Anlass gibt, liegt darin, dass viele Menschen sich widerstandslos von den inneren und äusseren Impulsen treiben lassen.

Immerhin stellt sich eine langsam wachsende Zahl von Menschen heute die Frage: Wozu im Grunde genommen der wachsende Wohlstand und der dadurch ermöglichte Mehrverbrauch? Die verantwortlichen Kreise mahnen zur Gewissenserforschung bezüglich der Auswirkungen, die ein «unbewältigter» Wohlstand dadurch nach sich zieht, dass er in einem Konsum ausartet, der nicht nach dem Masse des Menschen ist. Die Konsumkritik erreicht aber ihr Ziel nicht durch pharisäische Anklagen, sondern nur indem sie dem Menschen positive, lebenserweiternde und -hebende Möglichkeiten einer Verbrauchsgestaltung aufzeigt, die ihrer Seele konform ist. Das unbewältigte Problem ist jenes der Masslosigkeit, der Unfähigkeit zum wirklichen Genuss und des Mangels an Ästhetik im Verbrauch.

Dabei bedeutet es eine Vergröberung des wirklichen Sachverhalts, Wohlstandskonsum gewissermassen als einen Fluch unserer Gegenwart hinzustellen. Frühere Generationen haben Konsumexzesse gekannt, mit dem Unterschied, dass sie als Wohlstandskonsum noch ein Privileg der aristokratischen Kreise war — raffiniert und kultivierter zu geniessen verstanden. Auch das emporkommende Bürger-

tum huldigte dem Verbrauch, wobei das Schwergewicht mehr als heute auf der Anäufung von dauerhaftem Besitz lag, womit sich Verbrauch und Sparsamkeit zusammenfanden. Dazu lieferte in einzelnen Ländern die calvinistische Lehre von der Gottgefälligkeit des Besitzes die weltanschauliche Grundlage. In einem anderen Sinne setzten religiöse Anschauungen dem Konsum insoweit relative Schranken entgegen, als sie vom Menschen verlangten, dass er vor Zeit zu Zeit, das Konsumieren durch Enthaltsamkeit, Fasten oder ähnlichen Verzicht unterbreche, um sich auf solche Weise geistig zu reinigen.

Während Wohlstandskonsum noch vor relativ kurzer Zeit ein Privileg einer schwachen Minderheit von Menschen darstellte, ist er in den letzten Jahrzehnten immer mehr auch den ehemals proletarischen Schichten zugänglich geworden. Diese waren darauf kaum vorbereitet. Aus diesem Sachverhalt ergibt sich ein wesentlicher Teil der Probleme unseres heutigen Wohlstandskonsums.

Dabei sollte man sich aber davor hüten, das Wort «Wohlstandskonsum» von vorneherein mit einer negativen Etikette zu versehen. Ein durchaus annehmlicher Teil des heutigen Verbrauchs vollzieht sich in Massen, die die Vernunft bestimmt. Damit soll freilich das Ungeunde daran nicht bagatellisiert werden. Es liegt zunächst darin, dass die Menschen, ob Muse und Muse, Geschmack, Phantasie und Geist konsumieren, Verbrauch aber ist, sinnvoll wirksam, eine kulturelle Entfaltung. Ebenso kritisch ist die hektische Jagd nach den materiellen Möglichkeiten des Konsums zu bewerten, die Absolutheit, mit der Verbrauch angestrebt und realisiert wird. Schliesslich ist der Verbrauch um so fragwürdiger, je weniger ihn der Mensch aus eigener, autonomer Entscheidung betreibt und je mehr er ihn sich von aussen aufdrängen lässt. Vom Prestige-Konsum kann man wohl sagen, dass er, wenn nicht ein Fluch, so doch ein Unheil unserer Zeit sei, vor allem deswegen, weil er den Konsumenten nie befriedigt zur Ruhe kommen lässt.

Wie soll diesen ungesunden Auswüchsen abgeholfen werden? In keinem Falle dadurch, dass man dem Menschen das Konsumieren an sich zu verleidern sich bemüht. Konsumieren ist dem Menschen gemäss, ebenso gemäss ist ihm aber auch, als leiblich-selbstlichem Wesen, dass er dabei seinen natürlichen Sinn für das Mass und seine Sehnsucht nach dem Schönen betätigt. Vom Durchschnittsmenschen, der vom Wohlstand gleichsam überfallen wurde und nun wie ein Berauschter darin heruntaumelt, zu erwarren, dass er sich sofort Selbstdisziplin auferlege, wäre eine Utopie. Um so mehr fällt jenen Gliedern der Gesellschaft, die ein entsprechendes geistiges Potential aufweisen, die Aufgabe zu, durch ihr Vorbild eines ebenso massvollen wie ästhetischen Konsums der Gesamtheit ein Ideal sinnerfüllten Verbrauchs vorzuleben. Nicht Knarsigkeit ist dabei das Ideal, sondern Distanz zu den Bedürfnissen und den zu ihrer Befriedigung dienenden Gütern. Erst auf dieser Basis erhalten Warenbestände durch die Produktinformation, die sie bieten, die ihnen zugedachte Wirkungsmöglichkeit.

### Ein Ja für die Märlplatte\*

Als geschichtenerzählende Grossmutter möchte ich mich für die Märlplatte wehren. Liebe Frau Gentsch, auch in meinem Haushalt sind all die Dinge, die Sie aufzählen, nicht vorhanden, ich habe sogar nicht einmal einen Mixer, auch keine Küchenmaschine, aber ich habe für meine Enkelkinder ein paar Märlplatten. Die Märlplatte entspricht ja dem Bedürfnis des Kindes, eine Geschichte immer wieder genau gleich erzählt zu bekommen; das Rotkäppli hat ja eben in seinem Körbchen einen Gugelhupf und eine Flasche Wein, und das Märl muss so erzählt werden. Sie dürfen aber das Kind nicht allein mit einer Märlplatte vor den Radio setzen, Sie müssen jede Platte zuerst mitlesen und miterleben. Und dann machen Sie es den Kindern bequem um den Radio herum!

Bei mir gibt es ein paar Kissen auf den Boden, eine warme Decke, etwas zum Knabbern und die Platte läuft, ich kann meine Arbeit fertig machen oder in der Küche das Essen vorbereiten, wenn ich mir nicht die Zeit nehmen kann, mitzuhören, was eben manchmal vorkommt. Warten Sie nur, bis Sie eine Kinderschar beisammen haben, dann denken Sie vielleicht anders. Die Platte ersetzt das Geschichtenerzählen nicht, aber sie ist, richtig angewandt, eine gute Hilfe. Genau wie die Konserve auch. Sie setzen Ihrer Familie ja im Winter auch Erdbeerkonfitüre vor, nicht aber in der Zeit, da es frische Erdbeeren gibt. Es gab auch früher schon gedörrte Apfelschnitz und gedörrte Bohnen, die man gerne im Winter hervornahm. — Noch etwas habe ich bei meinen Enkelkindern mit den Märlplatten beobachtet. Die Kleinen wissen voneinander, welches Kind welche Platte besitzt. Da geht man reihum durch die Nachbarhäuser, bei jenem Buben hört man sich diese Platte an, beim Mädchen im obem Stock eine andere und es entsteht ein guter, kameradschaftlicher Gedankenaustausch, den man um so eher zulassen kann, weil die entsprechenden Mütter nicht so stark belastet wird dadurch. Es ist mit der Märlplatte genau gleich wie mit den andern Errungenschaften unserer technischen Welt. Wir sollen uns nicht von ihnen beherrschen lassen, aber wir sollen sie beherrschen, d.h. sie gebrauchen zum Wohle der uns anvertrauten Menschen. Ich hoffe sehr, zu Weihnachten zu meinen vier schon ziemlich abgebrauchten Märlplatten eine neue zu bekommen, sie wird von meiner Enkelchar freudig begrüsst werden.

M. Burkhardt

\* Siehe No. 26 Schweizer Frauenblatt, vom 18. Dezember 1964.

## Veranstaltungs-Kalender

**FRAUENTIMMRECHTSVEREIN BERN**  
27. Januar, 20.15 Uhr, im Parterre-Saal des Restaurants «Bürgerhaus», Neunggasse, Bern:  
-Aspekte des Ausländer-Problems in Gegenwart und Zukunft-  
Es spricht Dr. iur. G. Pedotti, Chef der Unterabteilung für Arbeitskraft und Auswanderung des BIGA, Bern. Anschliessend Gespräch am Runden Tisch unter Leitung von Herrn Dr. Fred Haensler, Bern.

1. Februar:  
**Vereinigung für das Frauenstimmrecht Locarno und Umgebung**  
nachmittags 15.00 im Hotel Grülli, Muralto/Locarno  
Vortrag von Mascha Oetli über «Erfahrungen einer Schulpflegerin»

**FRAUENTIMMRECHTSVEREIN WINTERTHUR**  
Schweizerischer Frauenstimmrechtstag  
1. Februar 1965  
Frau Girard, Mitglied des Organisationskomitees der Expo, spricht über:  
**L'Exposition Nationale, souvenirs et réflexions** (Expo, Erinnerungen und Betrachtungen)  
Der Vortrag wird in französischer Sprache gehalten. — Montag, den 1. Februar 1965, 20 Uhr, Hotel Krone, Marktgasse.

**DIE FRAUENZENTRALE BASEL**  
lädt ein zu einem Podiumsgespräch.  
Montag, 8. Februar 1965, 20 Uhr.  
Beruf- und Frauenfachschule, Zimmer 40, Kollenberggasse 10.  
Vertreter von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen und Konsumenten sprechen über:  
**Abendinkauf während des ganzen Jahres?**  
Anschliessend allgemeine Diskussion.

**SCHWEIZ LYCEE-CLUB, GRUPPE BERN**  
Veranstaltungen im Berner Lyceumclub im Monat Februar 1965.  
Freitag, 5. 16.30 Uhr: Causerie de Mme Zurbuchen: Printemps silencieux. Entrée pour non-membres Fr. 1.15.  
Freitag, 12. 16.30 Uhr: Vortrag von Fr. Dr. E. Merz über Ricarda Huch. Eintritt für Nichtmitglieder Fr. 1.15.

**VEREINIGUNG FÜR FRAUENTIMMRECHT BASEL UND UMGEBUNG**  
Einladung zum Frauenstimmrechtstag  
Montag, 1. Februar 1965, 20.15 Uhr, Kunsthalle 1. Stock  
Was verlangt der Staat von uns Frauen? Was verlangen wir vom Staat?  
Zwei wichtige Fragen werden in diesem Jahr die eidgenössische Politik beschäftigen. Beide sind nicht ohne uns Frauen zu lösen. Sollen sie über unsere Köpfe hinweg gelöst werden? Es sprechen: Ständerat Dr. Eugen Dietsch, die Schweiz und die europäische Menschenrechtskonvention  
Dr. iur. Hildegard Brügin-Kreis:  
Die Schweizer Frau in der Landesverteidigung  
Anschliessend: Diskussion

**TAPETEN-SPÖRRI**  
Innendekoration  
Zürich, Talacker 16  
Telephon 23 66 60

**Erkältungen, Husten, chronische Verschleimung Bronchial-Asthma**  
**Kernosan Meerrettichwein**  
sichert Ihnen dank seiner beruhigenden Wirkung auch bei starkem Hustenreiz die Nachtruhe, wirkt lösend und ausscheidend.  
Flaschen 3.90, 6.75, Kurflasche 14.50

**40 JAHRE VERTRAUENS MARKE**  
FÜR HELIUMITTEL 1924-1964

bei Verabfolgung hilft **Midro** alle Fälle von Arterien- und Venenkrankheiten  
Das Schweizer Frauenblatt wird nicht nur von Einzelpersonen abonniert, sondern auch von über 200 Kollektivhaushaltungen!

**Ein sinnvolles Geschenk**  
für die intelligente weltoffene Frau ist ein Geschenkabonnement auf das «Schweizer Frauenblatt», das sich 20mal erneuert, wenn Sie ein Jahresabonnement auf den Tisch legen.

Die Unterzeichnete bestellt:  
Geschenkabonnement (Vorzugspreis für Abonnentinnen) Fr. 12.50  
Jahresabonnement Fr. 15.80  
Halbjahresabonnement Fr. 9.—

auf eigenen Namen  
als Geschenk an  
Genaue Adresse des Bestellers

Bitte ausschneiden und an «Schweizer Frauenblatt», 8401 Winterthur, Postfach 210, senden.

Alleinstehende ältere Dame, mit gepflegtem, gemütlichem Haus, in schöner, sonniger Berglage in Graubünden, sucht unabhängige, tolerante  
**Wohnpartnerin**  
Ermathete Interessentinnen erhalten Auskunft unter Chiffre ZF 4259 an Mosse-Annoncen, 8023 Zürich.

**Massateler**  
(gegr. 1900)  
für orthopädische und modische Korsetts sowie jede Art von Ausgleichungen, Brustprothesen und Leibbinden.  
**Melanie Bauhofer**  
Münsterhof 16, 2. Stock, Zürich 1  
Telephon (051) 23 63 40

Haben Sie müde Beine Schweregefühl Stauungen?  
Venenkraft kann Ihnen helfen, denn es fördert die Durchblutung in den Venen. Venenkraft wirkt den vielen Beschwerden entgegen, die durch eine Schwäche des venösen Kreislaufes bedingt sind. So können mit Venenkraft das Schweregefühl, das Ziehen, die Stauungs- und Spannungserscheinungen in den Blutgefässen der Beine und Füsse behoben und die Beschwerden von Krampfadem rasch gelindert werden. Venenkraft hilft auch bei geschwellten Knöcheln, kalten Füssen und Einschlafen der Glieder. Venenkraft kostet Fr. 8.50, in den Apotheken u. Drogerien.  
**Venenkraft**  
90% aller Einkäufe besorgt die Frau Mit Inseraten im «Frauenblatt» das in der ganzen Schweiz von Frauen jeden Standes gelesen wird, erreicht der Inserent den besten Nutzefekt seiner Reklame.

**Neu**  
**4 1/2 % Zins**  
**Kassen-Obligationen**  
**5 Jahre fest**  
**Titel von 1000 und 500 Franken**  
**4 1/4 % Zins für Titel von 100 und 500 Franken**  
Auskunft und Zeichnungen durch sämtliche Geschäftsstellen.  
**Schweizerische Volksbank**