

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Band: 57 (1979)
Heft: 5

Rubrik: Unsere Leserumfrage : Car-Werbefahrten selbst erlebt

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: 06.10.2024

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

Unsere Leserumfrage

Car-Werbefahrten selbst erlebt

Letzten Herbst haben wir eine Carfahrt ins Appenzellerland mitgemacht. Dabei hat uns ein Werbemann so lautstark und wortreich von der Nützlichkeit seiner Ware überzeugt, dass wir ein elektrisches Oefeli mit Infrarotstrahler und eine Friteuse gekauft haben. Es hiess, ein automatischer Absteller regle die Wärme, wenn sie zu heiss sei — doch funktioniert dieser Regler nicht. Wir kamen uns so geprellt vor, dass wir nicht reklamierten, da wir es für sinnlos hielten.

Frau G. W. in W.

Ich beteilige mich seit längerer Zeit an solchen Fahrten und kann mich nicht erinnern, dass jemand irgendwie zu einer Bestellung gedrängt worden wäre. Wenn dies vorgekommen wäre, hätte ich dagegen protestiert, da mir bekannt ist, dass diese Werbefahrten in gewissen Kreisen nicht beliebt sind und kontrolliert werden. Die Vorträge der Verkäufer sind in gesundheitlicher Hinsicht sehr interessant und lehrreich. Ich habe im Laufe der Zeit lediglich einen Kniewärmer und eine Flasche 24-Kräuter-Oel angeschafft. Beide Artikel befriedigen mich sehr.

Herr E. S. in M.

Ein besonderes Werbecarfahrt-Erlebnis: Fahrt von Zürich nach Basel. Im «Café Spitz» Vorführung von «Wunderpfannen». Ein Mann macht Notizen. Der Demonstrator verbietet es ihm. Der Mann notiert weiter. Der Vertreter unterbricht seinen Vortrag. Böse Worte fallen in Richtung des Journalisten. Die Zuhörer schalten sich ein: «Haben Sie Angst vor der Presse?» «Warum soll er nicht schreiben dürfen?» Offensichtliche Sympathie für den Zeitungsmann.

Die Vorführung der Wunderpfannen platzt. Das Mittagessen und die Schwarzwaldfahrt mit Kaffee und Kuchen finden gleichwohl statt, denn das Carunternehmen hält sich an seinen Auftrag.

Herr E. S. in Z.

Ich bin nur für seriösen Einkauf bei ortsansässigen Geschäften, welche auch steuerbelastet werden. Vor einem Jahr unternahm ich eine Werbefahrt, die mit einem Bild vom Seleger Moor in Rifferswil Kunden anzog. Unterwegs wurde eine lange Vorführung von Porzellan durchgeführt, und für die Führung durch die Blumenschau — es waren exotische Blumen unter Glaskuppeln — blieb nur noch eine knappe halbe Stunde. Das hatte aber wirklich gar nichts zu tun mit dem einladenden Bild vom Seleger Moor. Dass man sich so mit fremden Federn schmücken muss!

Frau G. S. in N.

Als Rentnerin nehme ich jedes Jahr an einigen Werbefahrten teil, da dies für mich, die ich mein Geld einteilen muss und doch gerne Auto fahre, die günstigste Gelegenheit ist. War schon dabei, wo die Firma unter 500 Franken verkauft hat, trotzdem kamen die «Werbeschnörri» zum Bus und wünschten uns eine schöne Heimfahrt. Was mich stört, sind die langen Vorträge, aber die muss man halt von vornherein in Kauf nehmen.

Frau L. L. in A.

Vor zwei Jahren nahm ich an einer Werbecarfahrt teil, auf der wir in ein ganz abgelegenes Berghaus geführt wurden, wo man Getränke bestellen musste. Nach einem Film über Pfannen wurde für viele tausend Franken bestellt, auch Rheumadecken, Salben und Tinkturen. Nach drei Stunden Vortrag wurde es mir unheimlich, ich ging hinaus und merkte, dass ich an einem Zoll stand. Der Zöllner meinte, man könne nichts gegen solche Veranstaltungen machen.

Frau M. K. in Z.

Ich bin 69 und nehme viel an Werbefahrten teil. Warum? Ich kann billig reisen. Ich glaube nicht, dass die Unternehmen 10 000

bis 20 000 Franken verdienen — ich gehe mit dem Gedanken, nichts zu kaufen — und kaufe auch nichts. Männer bestellen selten, Frauen werden oft überredet. Was heisst schon «seriös»? Was versprochen wird, halten diese Firmen. Von mir aus dürfen noch viele Einladungen kommen. Falsch ist es nur, wenn es heisst «kurze Werbeveranstaltung» — meist dauern sie etwa drei Stunden.

Herr W. H. in M.

Meine Frau und ich benützen solche Fahrten nie, obschon die Reiserouten für uns meistens verlockend sind. Ich habe mir auch schon überlegt, ob es für eine seriöse Firma nicht machbar wäre, Reisen in dieser Grösse zu organisieren. Der Preis sollte auch ungefähr um Fr. 30.— herum sein. Die Methode mit den Anmeldekarten, die in einigen Orten in alle Haushaltungen zugestellt werden, könnte ja beibehalten werden. Oder wäre hier vielleicht sogar noch ein Gebiet zu erschliessen für die «Pro Senectute»?

Herr W. H. in K.

Was Sie über die Umsätze der Werbefahrten schreiben, stimmt nicht. Noch immer war alles reell, niemand wird zum Kauf gezwungen. Ein unbedachter Kauf kann ebensogut in einem Geschäft oder Supermarkt getätigt werden. Unsere letzte Fahrt über Schindellegi nach Flims und zurück ins Aargau für nur Fr. 19.50 machte allen Spass und Freude.

Frau M. R. in L.

Angeboten wurde eine Reise in den Schwarzwald — von Verkauf keine Rede.

Bei der Ankunft wurden wir sofort in den Gasthof eingewiesen. Wir wollten noch etwas in der Sonne sitzen oder das Dorf ansehen. Aber nichts da — wir wurden in ein Kellerlokal gebracht, die Türen abgeschlossen, als alle drinnen waren. Zum Trinken konnten wir nur Weisswein vom Weingut des Wirts bestellen. Dazu gab es nur Salzbrezeln zu kaufen. Ein Kind weinte heftig vor Durst — aber es sollte auch nur Wein trinken. Als die Leute aufbegehrten, brachte schliesslich die Buffetdame ein Glas Wasser. Nie wieder!

Frau M. M. in Z.

Apropos Werbefahrten: Ich war mit drei Freunden für Fr. 19.— auf der Insel Mainau, Kaffee mit Kuchen und ein sehr gutes Mittagessen samt Eintritt inbegriffen. Es war ein schöner Ausflug, welchen eine Reisebusgesellschaft für Fr. 62.— angeboten hat (ohne Essen). Nun das Erstaunlichste: Meine Freundin, eine sehr überzeugte Konsumentin, kaufte sich ein Kissen (Fr. 103.— samt Anzug) und behauptet seither, sie könne plötzlich ihren Arm wieder nach rückwärts biegen! Also ich staunte nicht schlecht, als ausgerechnet diese Frau sich zu einem Kauf entschloss. Sie ist jedoch vom guten Kauf überzeugt.

Frau T. F. in Z.

Im vorgerückten Alter gibt es nicht allzu viele Personen, die nicht irgendein Leiden vorzuweisen haben. So sind die zu verkauften Artikel stark auf die AHV-Kompanien ausgerichtet. Auch mein Mann konnte nicht widerstehen und warf den ursprünglich vereinbarten Schlachtruf NICHTS KAUFEN glatt über Bord. Nachdem wir später praktisch den gleichen Gesundheitsartikel in einem Katalog eines erstklassigen Fachgeschäftes zu einem Preis entdeckten, der etwas unter der Hälfte des an der Werbeveranstaltung entrichteten lag, ist mir die Lust an dieser Art von Reisen vergangen.

Frau E. R. in W.

Auswertung Margret Klauser

Rheuma

chronisches und plötzlich auftretendes, welches sich bei Wetterwechsel verschlimmert, wird mit den wirksamen homöopathischen

OMIDA-Rheuma-Ischiastropfen

günstig beeinflusst.

Unterstützen Sie die Kur durch Anregung der Nierentätigkeit, indem Sie OMIDA-Nieren-Blasentropfen im täglichen Wechsel mit OMIDA-Rheuma-Ischiastropfen einnehmen.

OMIDA-Rheuma-Ischiastropfen Fr. 5.80 (30 ml), Fr. 8.80 (60 ml)

Erhältlich in Apotheken und Drogerien

Das Konsumentinnenforum meint



Rosemarie Cloetta

Frau Rosemarie Cloetta steht dem Zürcher Konsumentinnenforum seit bald sieben Jahren ehrenamtlich vor und vertritt die Interessen der Konsumenten mit viel Schwung und persönlichem Einsatz. Sie wird immer wieder aufgefordert, an Altersnachmittagen über Konsumentenprobleme der älteren Generation zu sprechen, und hat deshalb darin ein reiches Wissen.

ZL: Welche Erfahrungen haben Sie mit Werbecarfahrten gemacht?

RC: Für viele Leute sind sie einfach ein Plausch. Daneben zeigt sich da sicher ein psychologisches Problem: Früher hatten ältere Leute keine Mittel, um sich Extras zu leisten, doch wollen sie jetzt — seit sie die AHV erhalten — das Geld nach ihrem Gutdünken ausgeben können, ja sie möchten auch einmal sogar etwas Unnötiges oder Falsches einkaufen dürfen — ohne dass sie sich nachträglich dafür verantworten müssen. Ein Nachholbedarf zum Kaufen ist vorhanden, und dies geschieht oft unkritisch.

ZL: Glauben Sie, dass sich viele Leute nach einer solchen Werbecarfahrt übertölpelt vornehmen?

RC: Nach unseren Erfahrungen und telefonischen Anrufen ist die Zahl der Geprellten viel höher, als schlechthin angenommen wird. Viele wissen nicht, wohin sie sich in diesem Fall wenden sollen, auch machen sie altersbedingte Beschwerden oft kritik- und wehrlos (Mitleid mit dem Veranstalter oder Demonstranten). Eine letzte Gruppe geniert sich, zuzugeben, dass sie unüberlegt eingekauft hat.

Anzeige

Nicht jedem bekommt jeder Kaffee.

Das liegt oft an gewissen Reizstoffen, die z.B. bei magenempfindlichen Personen Beschwerden auslösen können. Wenn Sie also kaffeeempfindlich sind – jedoch auf die belebende Wirkung des Coffeins nicht verzichten wollen – gibt es für Sie jetzt die ideale Lösung: «Café Onko S»! Dieser feine Bohnenkaffee wird in einem patentierten Verfahren von gewissen Reizstoffen befreit, doch das anregende Coffein bleibt voll erhalten. Probieren Sie «Café Onko S». Sie werden mit diesem besonders herzhaften und aromatischen Bohnenkaffee einen neuen Kaffeegenuss entdecken. Er ist sowohl als filterfertig gemahlener Bohnenkaffee vakuumverpackt wie auch als gefriergetrockneter Schnellkaffee erhältlich.



Das ist der AGITAS-Einlegerahmen, der auch in Ihr Bett genau passt und Ihnen hervorragenden Liegekomfort und vor allem ideale Verstellbarkeit bis zur angenehmen Sitzlage bietet. Und die Beinhochlagerung hat erst noch den angenehmen Knieknick.

Fordern Sie Unterlagen an; einfach Inserat ein-senden (mit Adresse) oder Postkarte schicken.

Name _____ Vorname _____
PLZ/Ort _____ Adr. _____

AGITAS AG

4402 Frenkendorf

Bahnhofstrasse 29 - Telefon 061 / 94 24 91

ZL: Können Sie uns ein paar Beispiele solcher unkritischer Einkäufe geben?

RC: Gerne. Im ersten Fall hat eine 72jährige Frau einen Vertrag unterschrieben, mit dem sie während eines Jahres für 400 Franken kosmetische Produkte kaufen musste. Sie rechtfertigte sich damit, dass es ja im Prospekt gestanden habe, wie gut diese Schönheitsmittel wirkten. Fall 2: Frau X, 67, liess sich ein Lebenselixier aufschwätzen (Kurpackung von 3 Flaschen) zum Preis von Fr. 150.—. Die Flaschen enthielten keinerlei Angaben über den Inhalt.

ZL: Wieso lassen sich die Leute denn so überreden?

RC: Die Verkäufer sind psychologisch derart gut geschult und operieren mit allen Registern der Suggestivwirkungen und Assoziationen. Kein Mensch hat **keine** Beschwerden, darum kauft er und fühlt sich motiviert, etwas für seine Gesundheit und Verjüngung zu tun.

ZL: Es werden doch auch viele Apparate und Küchengeräte gekauft?

RC: Ältere Leute können diese Dinge meist selbst nicht gebrauchen und verschenken sie. Doch die Töchter oder Schwiegertöchter schätzen solche Geschenke oft nicht, oder sie haben vielleicht schon längst einen solchen Mixer oder Fleischwolf. Darum sollten die Schenkenden zuerst fragen und dann in einem Fachgeschäft kaufen, wo sie beraten werden und wo sie eventuell auch eine Maschine umtauschen können.

ZL: Wie steht es mit medizinischen Hilfsmitteln, Stöcken oder Spezialkissen usw.?

RC: Gerne legen Vertreter Atteste von Aerzten vor, öfters sogar mit einem Konterfei dieser Herren. Wenn es aber heisst: «Dr. X empfiehlt das Kräuteröl Z», sollen die Leute vorsichtig sein. Atteste sind nur echt mit vollem Namen und genauer Adresse. — Fotos von Aerzten in weissem Mantel und mit Intelligenzbrille sind manchmal nur gestellt.

ZL: Was raten Sie älteren Leuten grundsätzlich?

RC: Wer an Carfahrten teilnimmt, hat keine Möglichkeit, Preis und Qualität mit andern Produkten zu vergleichen. Dies ist ausgeschlossen, und der Käufer ist damit schon im Nachteil.

Es gibt keine «Wundermittel», die Apotheken oder Drogerien nicht auch führen. Wenn jemand gewisse Substanzen in einem Heilmittel, das ihm von einem Laien verkauft wurde, nicht verträgt (z. B. wegen eines Leberschadens), wird er unter Umständen dadurch gesundheitlich gefährdet.

In der Schweiz ist es verboten, mit Heilmitteln zu handeln, deshalb führen viele Carhalter, die werben wollen, ihre «Gäste» in den Schwarzwald.

ZL: Kann ein solcher Vertrag einer Werbecarfahrt rückgängig gemacht werden?

RC: Nein, die Unterschrift unter einem Vertrag ist verbindlich. Das Konsumentinnenforum möchte betonen, dass der Glaube, dass man von Verträgen innert 5 Tagen zurücktreten kann, ein Irrtum ist; dies gilt nur bei Abzahlungs- und gewissen andern Verträgen. Und immer wieder: Lesen Sie auch das Kleingedruckte!

ZL: Frau Cloetta, wir danken Ihnen für das Gespräch. mk

Aufgepasst bei Werbecarfahrten!

— Carfahrten sind oft mit Verkaufsveranstaltungen verbunden. An Fahrpreis und Essen wird meist nicht viel verdient, dafür um so mehr an den Waren.

— Sie haben keine Möglichkeit für Preisvergleiche. In den Läden sind die Waren oft billiger.

— Gute Bewirtung und vor allem geschickte Anpreisung verleiten oft zu unüberlegten Käufen.

— Kaufverträge können Sie in der Regel nicht rückgängig machen. Nur Abzahlungskäufe können Sie innert fünf Tagen widerrufen.

— Ueberlegen Sie es sich deshalb, ob Sie nicht lieber an einer normalen Ausflugsfahrt mitmachen wollen.