# Eine neue Ordnung für gewisse Kunden

Autor(en): **Kelley, Frank J.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **117 (1991)**

Heft 21

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-612032

**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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

**http://www.e-periodica.ch**

# Eine neue Ordnung für gewisse Kunden

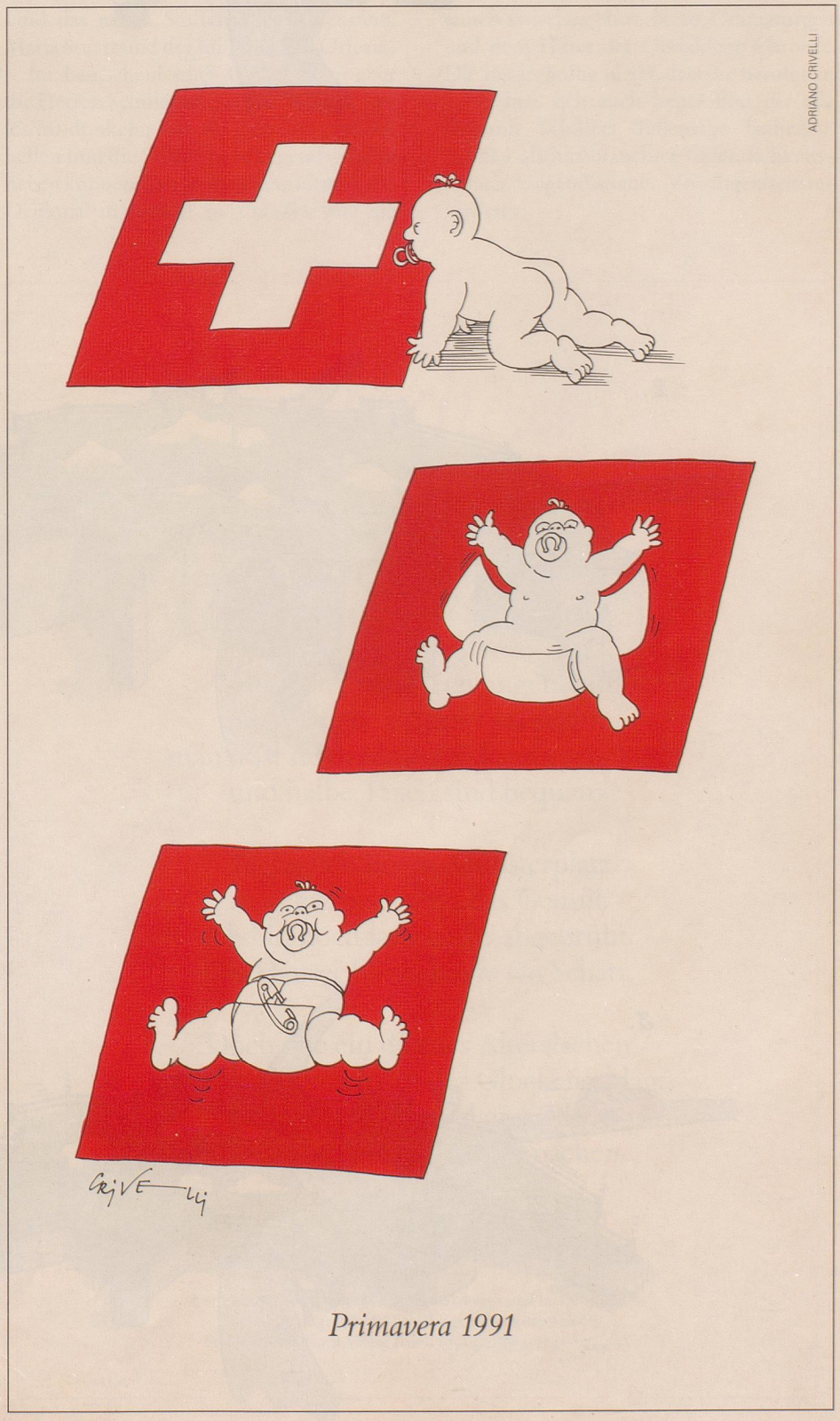
VON FRANK J. KELLEY

Als alter Einkaufsprofi hatte Herr Eberhardt beim täglichen Rundgang durch *seinen* Selbstbedienungsladen nicht nur eine detaillierte Einkaufsliste in der Hand, sondern er wusste auch genau, wo das, was auf der Liste stand, zu finden war, und er steuerte zielbewusst darauf zu. Ein Griff hier, ein Griff dort, und schon hatte er alles im Korb und stand wieder an der Kasse, während weniger gut organisierte Kunden, von der Fülle des Angebots verwirrt, immer noch kreuz und quer durch den Laden irrten. Herr Eberhardt war stolz auf sein methodisches Vorgehen und ging sogar so weit, die Zeit, die er für seine Einkäufe benötigte, per Stoppuhr festzuhalten.

Der Krug geht aber bekanntlich so lange zum Brunnen, bis er bricht, und das geschah, als Eberhardt eines schönen Tages im dritten Regal oben links nach dem Kaffeerahm griff und anstatt dessen ein Stück Emmentaler in der Hand hielt. Und dort, wo er sonst immer seine Teigwaren holte, türmte sich eine Pyramide von Honiggläsern. Eberhardt erschrak – war er etwa in den falschen Laden geraten? Er sah sich um, aber nein, der Laden stimmte, und doch stimmte irgend etwas nicht, denn auch die Tiefkühltruhe stand nicht mehr am gewohnten Ort. An ihrer Stelle war ein veritabler Blumenmarkt entstanden, Obst und Gemüse waren dem Zeitungsstand gewichen, und seine gesunden Frühstücksflocken fand er überhaupt nicht mehr.

Total verunsichert wandte er sich an eine der Angestellten um Hilfe, aber die lief irren Blickes mit einem Harass voller Yoghurtgläser umher und wusste nicht, wohin damit. Des Rätsels Lösung erhielt er schliesslich vom Verkaufsleiter selbst, der unumwunden zugab, schuld am Verwirrspiel zu sein. Es hätte ihm wehgetan, meinte er, mitansehen zu müssen, wie *gewisse Kunden* – er war höflich genug, Eberhardt dabei nicht anzusehen – mit einem Zettel in der Hand zielstrebig die gewünschten Artikel ansteuerten und alle anderen schönen Sachen links liegenliessen. Dies sei, so fand er, ein ausgesprochen umsatzschädigendes Gehabe, und darum habe er umgestellt, und zwar radikal! Jetzt konnte kein Kunde mehr, sozusagen blindlings, direkt den nächsten Posten auf seiner Einkaufsliste ansteuern, sondern musste wohl oder übel offenen Auges durch sämtliche Verkaufsgassen wandern, bis er fand, was er suchte. Dabei musste sein Blick unweigerlich auch auf diesen oder jenen Artikel fallen, den er zwar nicht auf seiner Liste hatte, aber dann doch mitnahm, weil er eben gerade daran vorbeilief. Und damit, so schloss der geschäftstüchtige Verkaufsleiter seine Ausführungen, war das Ziel der Übung erreicht.

Falls sich herausstellen sollte, dass sich *gewisse Kunden* – und wieder sah er Herrn Eberhardt nicht direkt an – zu schnell mit der neuen Ordnung zurechtfinden sollten, nun, dann könne man ja wieder umstellen ...




*Primavera 1991*