

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 96 (1970)  
**Heft:** 49  
  
**Artikel:** "...hinten, weit in der Türkei"  
**Autor:** Knobel, Bruno  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-510040>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 10.01.2026

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



# «...HINTEN, WEIT IN DER TÜRKEI»

## Orientalische Gewohnheiten

Hinten, weit in der Türkei – um mit Goethe zu reden – geschah einmal mehr etwas, das der Vielfältigkeit der Sitten und Gebräuche auf dieser Erde Abbruch tut und zur allgemeinen Gleichmacherei und Nivellierung beiträgt. Die Kunde – in Form einer Agenturmeldung zu uns gelangt – ist betrüblich:

*Istanbul. (ap) Die auch bei ausländischen Touristen beliebte orientalische Gewohnheit, vor Abschluß eines Geschäfts mit dem Händler um den Preis zu feilschen, ist nach einer von der türkischen Regierung erlassenen Verordnung verboten worden. Alle auf Märkten und Basaren angebotenen Waren müssen künftig mit Preisschildern versehen sein. Jedem Händler, der unentschlossene Kunden durch günstigere als die angegebenen Preise zu Käufen veranlassen will, drohen Geldstrafen oder der Entzug des Gewerbescheins.*

Somit läßt sich fortan auch von orientalischen Bazaren und Märkten das sagen, was man heute von fast allem sagen kann: Sie sind auch nicht mehr, was sie einst waren!

## Ein Glück,

aber nicht nur ein Glück, sondern auch eine Chance für den schweizerischen Fremdenverkehr liegt nun zwar ganz entschieden in diesem türkischen Feilschverbot. Mehr noch: dieses Verbot soll uns Verpflichtung sein, die so ächt schweizerischen Sitten und Gebräuche von Volk und Heimat mit höchster Sorgfalt zu erhalten und zu pflegen, vor allem auch die so tief in unserem Volksleben verwurzelte *helvetische* Feilsch-Sitte, die es durchaus verdient, die türkische Tradition fortzuführen. Denn was Reiseliteratur und -Prospekte bislang als absolut und einmalig *orientalisches* Kolorit gepriesen haben – das Feilschen –, hat ein ebenbürtiges eidgenössisches Pendant, das nun – ha! – die Touristen zu Hauf in unsere Gefilde treiben wird, denn von schlechten Eltern ist es fürwahr nicht.

## Der Abschlag

Wie unterhaltend, aber auch spannend ist es doch, daß bei uns jedes Verkaufsobjekt seinen Preis, nämlich seinen festen, unverrückbaren, in den Schaufenster-Auslagen meist sogar grafisch hübsch deklarierten Preis hat, daß es also versehen ist mit jenen Preisschildern, welche in der Türkei nun gefordert werden. Unterhaltend und spannend wie ein gutes Gesellschaftsspiel ist das deshalb, weil ein Käufer dennoch

allemaal vor der Preisfrage steht: Welchen Abschlag auf diesen angeblich festen Preis werde ich wohl erreichen?

Ich gebe zu, daß ich in diesem Spiel kein Meister bin; ich gestehe das mit größtem Bedauern. Denn wenn ich glaubwürdige Bekannte triumphierend erzählen höre, dann befällt mich, der ich stets zahle, was als Preis deklariert ist, tiefste Resignation.

Es gibt nämlich heute Schweizer – und ich glaube ihnen! –, die zahlen grundsätzlich *nie* den offiziellen (sogenannten) Festpreis. Seien es Teppiche, oder Fernsehapparate, Autos oder Schuhe, Bücher oder elektrische Lockenwickler – das eine, sagen sie, hätten sie mit 15 %, das andere mit 20 %, einiges sogar mit 25 % Rabatt gekauft.

«Rabatt weswegen oder wofür», pflege ich zu fragen. Aber die Antworten sind unvorstellbar uneinheitlich.

## Feilschen à la suisse

Beim einen Händler sage man schlicht: «Den Teppich würde ich gerne nehmen; wie hoch ist nun auch wieder Ihr Abschlag, mit dem ich rechnen kann?» Zucke der Händler mit der Wimper, so wende man sich zum Gehen und murmle: «Dann gehe ich eben anderswohin», worauf in 90 von 100 Fällen der Händler einlenke und einen Sonderrabatt gewähre. Einfach so! Andere, so heißt es, täten es nicht

«einfach so», sondern der Erfolg in solchem sublimem Feilschen setze die Spur einer Begründung voraus:

Habe man das Kaufobjekt gewählt, tippe man nonchalant-obenhin auf die Preisetikette und stelle dem Verkäufer die harmlose Suggestivfrage: «Und als Angehöriger der Firma X (oder als Mitglied des Feuerwehrverbandes, der Werkmeisterversammlung, der Männerriege, der Kadettensektion, des Frauenalpenklubs, des Ornithologen-, Juristen-, Bahnangestellten-, Alphornbläser-, Pfeilbogenschützen-, Philatelisten- usw. -Vereins usw. usw.) erhalte ich *wieviele* Rabatt? ...»

Oder – eine andere eidgenössische Feilsch-Variante –: Man sagt zum Verkäufer: «Ich nehme an, Sie räumen mir den selben Rabatt ein wie Herrn YZ ...»

So oder so – auf die eine oder andere Tour werde es zweifelsohne immer wunschgemäß ausgehen; und eines sei sicher: nichts sei bei uns so unsicher wie die festen Preise. Man müsse nur als Käufer hart sein, glashart.

Solches, so meine ich, gilt es nun als Ersatz für die Türken zu einer schönen schweizerischen Feilsch-Attraktion für den Welttourismus zu kultivieren.

## Auszubauende Abart

Auch eine Abart des Preisnachlasses sollte man, so glaube ich, etwas ausbauen. Sie kommt hauptsächlich

in zwei Varianten vor. Die eine heißt «Aktion».

Da kommt z. B. wie ein Blitz aus heiterem Himmel die Kunde, mit dem Waschmittel «Noch weißer als weiß» gebe es eine Aktion, nämlich 3 statt 1, was besagt, daß man drei Packungen zum Preise von einer erstehen kann. Auch diese Aktionen haben viel von einem spannenden Gesellschaftsspiel an sich: Man liest beispielsweise in einer Zeitung, das besagte Weißwaschmittel sei im Geschäft soundso «3 statt 1» erhältlich; man geht also zum nächsten Händler, verlangt «3 statt 1 Weiß-Wasch» und der Verkäufer erklärt: «I wo, aber nicht bei mir.»

Es ist nämlich hochinteressant: Solche Verbilligungsaktionen eines Produktes erfassen nie alle Verkaufsstellen eines Ortes, sondern nur vereinzelte. Das ist für das durch Aktions-Inserate aufanierte Publikum unglaublich lustig und spannend – aber wem erzähle ich das! Der Leser wird in dieser Beziehung seine reichen Erfahrungen schon selber gemacht haben, so daß mir abschließend nur noch die *Variante* «Dreingabe» kurz anzudeuten bleibt:

Es gibt nämlich Produkte, deren «fester» Preis dadurch herabgesetzt wird, daß der Käufer zum gezielt erworbenen Objekt noch eine (vom Erzeuger des Produktes eher ungezielt gewählte) Dreingabe erhält.

Es ist immer lustig, überraschend und überhaupt ungemein fröhlich, eine Kilobüchse Kindermehl zu kaufen und statt des echten Gegenwertes von Fr. 3.20 – sagen wir – Fr. 4.30 zu zahlen, dafür aber als Dreingabe noch ein Setzholz (für Gartenfreunde) mitzubekommen. Das ist doch sooo originell, vor allem für Wohnungsmieter, deren Garten einzig ein Balkon ist. Oder die Verpackung eines Stärkungs-Frühstücksgetränk-Malz-Ei-Trockenmilch-Extraktes enthält noch ein Geschenk in Form einer zusammenklappbaren Tragbahre; oder als muntere Dreingabe für eine Ampulle Badesalz erhält der geneigte Käufer ein Bauelement zur Errichtung einer kanadischen Blockhütte; wie gesagt: Hinten, weit in der Türkei ....

PS. Entschuldigung. Ich muß berichtigen: auch ich feilsche gelegentlich. Wenn ich nämlich eine ganze Stange Zigarettenpackungen kaufe, bietet man mir am einen Ort als Dreingabe ein Zigarettenpäckli an, am andern Ort deren zwei. Wenn ich aber dort, wo man mir nur eines anbietet, *insistiere*, dann erhalte ich auch hier zwei. Also feilsche auch ich, so wie es bisher geschah: hinten, weit in der Türkei.

