

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 101 (1975)
Heft: 20

Artikel: Die Gipfelkonferenz
Autor: Knobel, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-621502>

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: 15.01.2026

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

Die Gipfelkonferenz

Ich vertue mir die Zeit zwischen zwei Konferenzen, indem ich mich für eine Stunde in ein Restaurant zu einem Bier setze. Vor mir ein Stoss Zeitungen, hinter mir ein Damenkränzchen, das sich schwatzend bei Kaffee und Gebäck erlabt. Ich könnte mich nun vorzeitig und gedämpft ironisch mokieren über Hausfrauen, die da bei kalorienreicher Atzung die Zeit klatschend vertun und sich den neuesten Stand ihres Körpergewichtes vortragen mitsamt neuesten Abmagerungsrezepten...

Rechtfertigung

... aber wie ich sie so reden hörte, werde ich anderen Sinnes.

Wenn Männer zusammenkommen zum Bier, zum Schwatz, zu was weiss ich – stets gibt es dafür hochachtbare und äusserst seriöse Bezeichnungen: Sitzung oder Konferenz, Besprechung oder Meeting, Arbeitslunch und so. Wie seriös klingt sogar das männliche «raschein-Bier-mit-ihm-getrunken». Da weiss man gleich, dass nebenher Ordentliches ge- und besprochen wurde; das nebensächliche Bier war im doppelten Sinn nur Anstoss, nämlich zu einem notwendigen Gespräch.

Sagt dagegen eine Frau «raschein-Kaffee-mit-ih-ge-trunken», dann meint ein Mensch männlichen Geschlechts sogleich grinsen zu müssen, als ob da nebenher nicht auch Ernsthaftes genug besprochen werden könne. Der Mann ist – nicht böswillig, höchstens gedankenlos – gern geneigt, Hausfrauengespräche als federgewichtiges Schwatzen abzutun. Wenn der Mann, seines Zeichens Buchhalter, beim Bier von Anschaffungswerten, Abschreibungsquoten und betriebswirtschaftlichen Substanzwerten spricht, wenn er, als Techniker, von Wärmefestigkeit, Plusminustoleranz oder Sprödbuchersicherheit redet, dann ist und bleibt das nicht nur stets, sondern in höchstem Masse *geschäftlich*.

Geht man indessen davon aus, dass das Geschäft unserer Hausfrauen der Haushalt ist, dann ist eigentlich nicht einzusehen, weshalb *ihr* Schwatz über Dinge und Fragen des Haushaltes bloss Geschwätz sein soll und nicht auch durchaus notwendiger Informationsaustausch und nützliche Kommunikation über Geschäftliches.

So wäre denn mein Vorschlag im Jahr der Frau, die Frauen möchten doch ab heute ihr Kaffeekränzchen auch als Sitzung oder Konferenz, als Besprechung, Aussprache oder Brainstorming deklarieren.

Ihr Geschäft

Was da am runden Tisch hinter mir geschwätzt wird, ist nur bei oberflächlichem Hinhören Geschwätz. Bald erkenne ich, dass es da um Wesentliches geht: um «Weissweiss» und «Dreamline», um die Relation zwischen Pflegeleichtigkeit und Preiswürdigkeit von Lockylgewebe sowie um «Dentodent».

Zahnpasta «Dentodent», die doppelt wirksame, die fünfvierzig kostet im Spezialgeschäft, ist im Grosseinkaufszentrum «Juhuu» zu Fr. 3.20 zu haben. Beim Kolonialwaren-Müller kriegt man bei Aktionen zwei Tuben zu Fr. 5.95, was gegenüber dem Spezialgeschäft eine Einsparung von Fr. 2.425 pro Tube, gegenüber «Juhuu» von 22,5 Rappen bedeutet. Im Einkaufszentrum «Ruch» kostet die Tube 3.90, ist also 70 Rp. teurer als im «Juhuu» und sogar 94,75 Rp. teurer als bei Müller, allerdings bei letzterem mit dem Nachteil behaftet, dass die Verbilligung nur zur Zeit einer Aktion gilt und man dann gleich zwei Tuben nehmen muss. Aber im «Ruch» kriegt man eben nicht nur eine Tube für 3.90, sondern als Sparpackung auch zwei für Fr. 6.50 und dazu einen aufblasbaren Wasserball, der sehr strapazierbar und bei Kindern höchst beliebt ist. Das heisst: in der «Ruch»-Sparpackung kommt eine Tube nur noch auf Fr. 3.25 zu stehen. Das ist Fr. 2.15 billiger als im Spezialgeschäft, 27,5 Rp. teurer als bei Müller und fünf Rappen teurer als im «Juhuu».

Der Wasserball

Die zuletztgehörten Preisvergleiche, ausgehend vom Preis einer Tube aus der «Ruch»-Spar-Doppelpackung, sind nun aber noch nicht ausschlaggebend für den Kaufentscheid, denn der Wasserball wurde noch nicht einbezogen. Die Wert-Schätzung der Beigabe geht bei den Frauen auseinander. Die eine erklärt, sie halte den Ball gut und gerne für Fr. 2.50 wert. Soviel erspare ihr nämlich die Beigabe, da sie sonst ihren Kindern solche Bälle kaufen würde. In der Epa koste einer zwar nur Fr. 1.90; er sei aber längst nicht so solide wie die Dentodent-Zugabe, deren Strapazierfähigkeit zu vergleichen sei mit einem Ball von FKW, der aber 2.70 koste.

Eine andere Frau meint, mit der Beigabe könne sie nichts anfangen, da sie keine Kinder im Spielalter mehr habe; im Einkaufszentrum «Alles für alle» hingegen bekäme sie zur Zweier-Sparpackung (auch

zu Fr. 6.50) als Zugabe einen modischen Kamm und zudem ein Los. Das sollte auch erwogen werden (einige der Damen machen sich sogleich Notizen).

Eine dritte Frau erläutert, dass zwar auch sie für den Ball keine Verwendung habe; sie gehe aber dennoch zu «Ruch», und den Ball gebe sie stets einer Nachbarin, die dafür Bedarf habe. Die Nachbarin hinwiederum kaufe bei Müller stets die Aktion-Sparpackung des Waschmittels «Weissweiss», zu welchem als Zugabe Zinnsoldaten verabreicht würden, für welche nun wieder sie beste Verwendung habe, da ihr Gottenkind solche sammle. Sie erhalte von der Nachbarin die Zinnsoldaten im Tausch gegen die Bälle.

Ich rekapituliere das Ergebnis dieser *zwei ersten Runden*: Es gilt, durch minutiöse Vergleiche zwischen Produktpreisen die günstigste Einkaufsmöglichkeit zu finden. Dann ist in die günstigsten Preise auch der subjektive Wert der Zugabe einzurechnen, wobei man diesen Wert nicht allein auf sich beziehen darf, sondern es muss auch die Bedeutung der Weiterverwendbarkeit in Betracht gezogen werden.

Aber das ist längst nicht alles, wie ich aus dem Damengespräch erkennen kann.

Kostenverteiler

Es stellt sich heraus, dass Müllers Laden wie auch das Spezialgeschäft im Stadtzentrum stehen. «Ruch» liegt am westlichen, «Juhuu» am südlichen Stadtrand, «Alles für alle» zehn Autofahrminuten ausserhalb der Stadt.

Zwei der Hausfrauen fahren offenbar einen eigenen Wagen (des Mannes). Sie rechnen mit 30 Rp. Kilometerkosten, verteilt auf den Gesamteinkauf. Die Damen reden eine ganze Weile darüber, wie sie den Kostenverteiler praktizieren, aber ich komme da offen gesagt nicht mehr mit; das ist höhere

Mathematik. Zwei der Frauen fahren mit Freundinnen ins «Alles für alle». Da diese kein Geld nehmen, erhalten sie gelegentlich ein Geschenk, wobei sich gesprächsweise ergibt, dass der Wert dieser Fahr-entschädigung im Durchschnitt pro Kilometer höher liegt als 30 Rp.

Eine andere Kostenquelle wird ebenfalls ins Gespräch geworfen: Ob es für Dentodent bei Müller eine Aktion oder im «Ruch» eine Sparpackung gibt, wird nie publiziert. Es kam schon vor, so vernehme ich, dass Frau Büchi im «Juhuu» Dentodent gekauft hat und im Vorbeigehen bei Müller entdeckte, dass dort gerade Aktion war undso weiter. Deshalb macht es Frau Büchi gleich wie Frau Meier: Sie läuten der Margrit auf, die nahe bei Müller wohnt und dort täglich einkauft und also jederzeit Bescheid weiss, ob Aktion wofür und wie lange ist.

Die Frau, die Berty genannt wird, erklärt, sie halte auch stets mit ihrer autofahrenden Freundin Nelly telefonischen Kontakt, um zu erfahren, wann letztere zum Einkaufen ins «Alles für alle» fahre und sie mitnehmen könne.

Im übrigen vernehme ich, dass zum Einkauf bei «Juhuu» und im «Ruch» für die Damen Meier und Müller eine Busfahrt hin und zurück erforderlich ist, das bedeute pro Fahrt 50 Rappen und beschränktes Einkaufsvolumen, da mehr als zwei Taschen nicht zu tragen seien. Das heisse: *Zweimal* Einkaufen pro Woche statt nur einmal, also 2 Fr. Bustaxe statt 1 Fr. Es zeigt sich somit, dass steigende Oel- und Benzinpreise, steigende Telefntaxen, Kilometerkosten usw. ebensowohl in die Preisvergleiche miteinbezogen werden müssen wie der Stückpreis von Sparpackungen und der objektive und/oder subjektive Wert von Zugaben. Und das alles machen die Frauen noch von Hand, d.h. sie rechnen im Kopf, wo das doch längst eine Aufgabe für Computer wäre.

Und solche Gespräche, die geschäftlicher nicht sein könnten, werden von Männern achtlos als Klatsch bezeichnet!

Wenn da «Konferenz» nicht eine angebrachte Bezeichnung ist, dann weiss ich wahrhaftig nicht, was denn sonst eine Konferenz sein soll. Da schon solche Preisunterschiede eigentlich der «Gipfel» sind, darf ich besagtes Damenkränzchen wohl gut und gerne als «Gipfelkonferenz» bezeichnen, zumal zwei der Damen dabei auch «Gipfeli» verzehrten, ein Kostenpunkt, der haushaltswirtschaftlich ebenfalls auf die Einkaufspreise zu schlagen, d.h. nach geeignetem Schlüssel zu verteilen ist, da nämlich besagte Damen sich offensichtlich nach ermüdendem Einkaufen zusammengesetzt haben. Wie ich mich schliesslich meinen Zeitungen zuwende, steht zwar die günstigste Einkaufsmöglichkeit für «Dentodent» noch nicht, aber dafür eines *für mich* fest: Hausfrau möchte ich nicht sein!

