

**Zeitschrift:** Visit : Magazin der Pro Senectute Kanton Zürich  
**Band:** - (2019)  
**Heft:** 2: Neue Ziele finden : wie sich Menschen nach der Pensionierung neu orientieren und engagieren : Beispiele, die Mut machen und inspirieren  
**Rubrik:** Goldene Zeiten : "Dörfs es bitzeli meh si?"

### **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:** 17.11.2024

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



Foto: Schweizerisches Sozialarchiv

# «Dörfs es bitzeli meh si?»

Von IVO BACHMANN\*

Ein hübsches Holzhäuschen mit Regalen voller Büchsen, Flaschen, Tüten. «Dörfs es bitzeli meh si?», fragt das Mädchen hinter der Ladentheke vielleicht. Und die zwei an der Kasse rechnen und rechnen: «Eine Lakritzschnecke, zwei Bazookas, drei Sugus. Macht än Stutz, wänn Sie wänd so guet si.»

Die Szene auf dem nebenstehenden Bild entstand um 1960 auf einem Spielplatz in Wipkingen. Beim *Chrämerle* konnten sich Kinder damals stundenlang verweilen – besonders die Mädchen. Buben spielten lieber Bonanza. Es galt noch das klassische Rollenverständnis.

Das waren Zeiten! Im Keller standen grosse Einmachgläser mit Apfelmus, Zwetschgen und Birnen aus dem Garten. Der Milchmann machte noch Hauslieferdienst. Eingekauft wurde im nahen Dorf- oder Quartierladen – im Usego oder im Konsum, wo die Verkäuferin jeden gewünschten Artikel selber aus dem Regal fischte, jedes Kilo Äpfel selber abwog, jede Lyoner-Tranche eigenhändig schnitt.

In Zürich vor allem bei einfachen Leuten beliebt waren die Läden des Konsumvereins KVZ. Die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts aus der Genossenschaftsbewegung entstandene Organisation wollte den Handelswucher ausschalten und die einfache Bevölkerung zu günstigen Preisen mit Gütern des täglichen Bedarfs versorgen. Was mit dem Ankauf von Zigarren und Hemdtüchern begann, entwickelte sich rasch erfolgreich weiter. Manche Konsum-Läden führten bald schon ein recht breites Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln, dazu allerlei Haushaltartikel. Man strebte nicht nach Gewinn; verrechnet wurde nur eine Kommissionsgebühr.

Doch der genossenschaftlichen Idee erwuchs scharfe Konkurrenz. Supermärkte machten sich breit, Billiganbieter eroberten den Markt. Die Konsum-Filialen versuchten es mit einem neuen Namen: K3000. Und mit Billi, einem eigenen Haddiscounter. Es nützte alles nichts. 1995 übernahm Coop den Zürcher Konsumverein. 45 KVZ-Läden wurden in Coop-Filialen umgewandelt, 13 gingen zu Spar. Billi wurde an Denner verkauft. Der Name K3000 verschwand vom Schweizer Markt.

Die Geschichte der Konsum-Läden ist exemplarisch. Denn ab den 1970er Jahren veränderten sich die Einkaufsgewohnheiten radikal. Die Konsumenten waren zunehmend motorisiert unterwegs, die Frauen vermehrt erwerbstätig, die Bevölkerung wuchs kräftig und die Zeit- und Geldbudgets schufen neue Ansprüche. Einkaufen wurde zur Freizeitbeschäftigung. Ein sozialer, kultureller und struktureller Wandel mit weitreichenden Folgen: Das Lädelerben begann.

Womit werden die Kinder unserer Kindeskindereinst *chrämerle*? Mit Bitcoins statt Röppli?

Inzwischen sind es nicht nur die wachsende Mobilität, die veränderte Berufswelt und die Anforderungen der Freizeitgesellschaft, die den Läden zu schaffen machen. Eine neue und besonders verhängnisvolle Konkurrenz erwächst ihnen durch das Online-Geschäft. Bis 2010 hatte die Schweiz pro Kopf noch die höchste Ladendichte Europas. Vorbei. Experten rechnen damit, dass rund ein Drittel der heutigen Detailhandelsflächen durch den Online-Handel akut gefährdet sind. Schweizweit droht bis zu 17000 Läden die Schliessung.

Womit werden die Kinder unserer Kindeskindereinst *chrämerle*? Mit Bitcoins statt Röppli? In Virtual Reality statt im Holzhäuschen? Und werden sie dabei so glücklich sein wie in der Zeit der Lakritze, der Bazookas und Sugus? Wir wissen es nicht. Aber wir gestalten als Konsumenten diese Zukunft täglich mit. Einkaufen im Web oder Lädelerben in Wipkingen? Alles immer billiger oder *dörfs es bitzeli meh si*?

\* Ivo Bachmann ist Geschäftsführer von bachmann medien ag, die auch das Visit redaktionell begleitet. Er war zuvor unter anderem Chefredaktor des «Beobachters» und der «Basler Zeitung».