

# Lang lebe das Lädeli!

Immer mehr kleine Geschäfte verlieren den Kampf gegen Shoppingcenter, Einkaufstourismus und Frankenstärke. Doch es gibt Beispiele, die zeigen, dass es auch anders geht. Ich habe vier spannende Läden besucht.

Text: Daniel Schriber | Bild: Bea Weinmann und Nick Mijnsen

**B**ald schon, 2017, soll in Ebikon eine Shoppingmeile der Superlative entstehen. 46 000 Quadratmeter Ladenfläche, 160 Geschäfte, Restaurants und Bars, Parkplätze ohne Ende. «Mall of Switzerland» nennt sich das Mega-Projekt, das Shopping-Fans und den Kleingewerblern Tränen in die Augen treibt – wenn auch aus unterschiedlichen Gründen. Während sich die einen über «immer mehr, immer grösser und immer billiger» freuen, leiden die andern unter dieser Entwicklung seit Jahren.

Tatsache ist: Tausende Schweizer Kleinläden kämpfen um ihre Existenz. Wie viele Lädeli in den vergangenen Jahren diesen Kampf verloren haben, ist schwierig zu evaluieren. Einer Studie der Credit Suisse aus dem Jahr 2011 ist zu entnehmen, dass allein zwischen 1998 und 2008 in der Schweiz 6300 Geschäfte verschwunden sind. Unter dem Strich musste mehr als jeder zehnte Laden seine Türen schliessen.

Doch wie sieht die Situation heute aus? Und besonders in der Zentralschweiz? Eine Nachfrage beim grössten Detaillistenverband weit und breit – jenem des Kantons Luzern – ergibt kein Resultat. Man wolle nicht jammern, teilt

**Immer mehr, immer grösser, immer billiger? Manche Kleinläden setzen einen erfrischenden Gegentrend.**

Verbandspräsident Heinz Bossert mit. Viel lieber verweist der Präsident auf die aktuelle Charme-Offensive der Luzerner Detaillisten. «KMU-Detaillisten zeigen Flagge», heisst es auf der Website des

Verbandes, der 1903 gegründet wurde und heute rund 600 Mitglieder (mit insgesamt 5500 Angestellten) zählt.

In einer grossangelegten Werbeaktion sollen die Stärken der Kleinläden in den Mittelpunkt gestellt werden. Die Botschaft: Kleine und mittelgrosse Geschäfte sind individuell, freundlich, persönlich, sympathisch – und damit einzigartig. Auch wenn eine clevere Werbeaktion natürlich nicht ausreicht, um langfristig erfolgreich zu sein, scheinen dies tatsächlich die Schlüsselfaktoren im Kampf um eine erfolgreiche «Lädeli-Existenz» zu sein.

Ob in Renés Quartierladen in Luzern, im «Kochtopf» in Sursee oder in der Ladengemeinschaft Dorfplatz 9 in Stans: Individualität, Freundlichkeit und Regionales wird überall grossgeschrieben. Damit setzen die Kleinläden einen erfrischenden Gegentrend zum «Immer mehr, immer grösser und immer billiger». Gut so.

Viele Dorfläden sind verschwunden:  
Verkäuferin beim Bedienen in  
kleinem Ladengeschäft um 1990.



Bild Seite 27: Schweizerisches Sozialarchiv / Sozarchiv\_F\_5030-Pb-0199



## Dorfplatz 9, Stans Gemeinsam gehts besser

Ein bisschen wie in einer Markthalle im Süden:  
Jonas Imfeld (links) und Marco Vittori vom Dorfplatz 9 in Stans.

**STANS.** Wer seine Ferientage bisweilen in südlichen Gefilden verbringt, zum Beispiel in Barcelona, Porto oder Florenz, der war vielleicht auch schon in einer jener imposanten Markthallen, in denen täglich frische Fische, saftige Früchte, farbenprächtiges Gemüse und fein duftendes Brot verkauft werden. Solche Hallen verströmen einen besonderen Charme. Und dank ihres vielfältigen Angebots sind sie auch überaus praktisch; man findet fast alles, was Herz und Magen begehren. In der Ladengemeinschaft Dorfplatz 9 in Stans ist das Treiben etwas weniger emsig und das Klima auch nicht so mediterran; ein bisschen aber erinnert der Ort doch an den Süden. Im Dorfplatz 9 geht man nicht einfach nur so einkaufen. Hier grüsst man sich gegenseitig und bleibt auch mal für einen Schwatz stehen. Und

hier wird Qualität noch höher gewichtet als die «Hammer-Aktion der Woche». Die Idee ist so simpel wie clever: Statt jeder für sich um die Kundschaft zu kämpfen, haben sich vor neun Jahren vier Detaillisten zu einem grossen Verkaufsladen zusammengetan. Heute teilen sich die Metzerei Stutzer & Flüeler, die Bäckerei Christen, der Kolonialladen Coldebella sowie «Die Genusshandlung» (Käse) eine ziemlich grosse und ziemlich beliebte Lokalität im Herzen des Nidwaldner Hauptortes. «Es geht darum, Synergien zu nutzen», sagt Marco Vittori, Geschäftsführer von Coldebella und klingt dabei fast ein bisschen wie der Manager einer Bank.

Im Dorfplatz 9 aber werden keine trockenen Zahlen verschoben, sondern stets frische und qualitativ hochstehende Le-

bensmittel in die Regale gefüllt. Der Kunde merkt zwar, dass vier verschiedene Geschäfte da sind, bezahlt am Ende aber alles an einer Kasse. Mittels eines speziellen Abrechnungssystems werden die Einnahmen schliesslich wieder an die einzelnen Geschäfte verteilt.

Frische, Qualität, Service, Freundlichkeit. Das sind Worte, die auch Jonas Imfeld in den Mund nimmt. Der 29-Jährige ist seit einem Jahr als Geschäftsführer der «Genusshandlung» im Dorfplatz 9 dabei. Und wenn Imfeld sagt, in dieser Ladengemeinschaft herrsche «eine andere Stimmung» als im nahe liegenden Shoppingcenter, so meint er damit auch, dass der Nidwaldner Käseproduzent hier noch persönlich vorbeikommt, um sein Produkt zu verkaufen. Eben genau so wie in einer dieser Markthallen.

## Kochtopf, Sursee Hier ist sogar die Zahnbürste bio



«Vor neuen Trends verschliessen wir uns nicht»:  
Brigitte Stadelmann vom «Kochtopf».

**SURSEE.** Man muss weit suchen, um ein vergleichbares Geschäft wie den «Kochtopf» in Sursee zu finden. Sehr weit. Denn hier gibt es nicht nur frische Früchte, Gemüse und Käse – sondern

die ganze Palette an Lebensmitteln und Haushaltsprodukten. Bio-Kekse, Bio-Zahnbürsten, Bio-Katzenfutter ... Bio alles. Die wenigen Artikel, die nicht biologisch sind, werden mit einer Notiz de-

klariert. «Das sind wir unseren Kunden schuldig», sagt Brigitte Stadelmann, während sie uns durch ihren Laden im Städtli führt. Stadelmann übernahm das Geschäft 2014 von ihrer Schwiegermutter. Und die junge Geschäftsführerin weiss: «Die Bio-Branche hat sich massiv gewandelt.» Nichts ist mehr zu spüren vom Wollsocken-Image einstiger Tage. Bio 2015 – das ist hip, fit und schick. Ein Lifestyle.

Entsprechend gut läuft das Geschäft. «Wer zu uns kommt, tut dies ganz bewusst», erklärt Stadelmann. Ihre Kunden sind zwar bereit, etwas mehr zu bezahlen – dafür fordern sie aber allerhöchste Qualität. Das bedeutet: Auch im Bio-Laden müssen die Äpfel und Bananen makellos aussehen – sonst werden sie nicht verkauft, obwohl sie eigentlich noch gut wären. Man spürt, dass diese Konsumgewohnheit der Geschäftsführerin auch mal auf die Nerven geht. «Aber ich bin nicht dafür da, die Kunden zu erziehen.»

Überraschend: Unter der Stammkundschaft befinden sich viele junge Männer. Manche treiben Sport und holen sich nach dem Training einen Smoothie aus dem «Kochtopf». «Vor solchen Trends verschliessen wir uns nicht», sagt Stadelmann. Und das, obwohl sie weiss, dass jeder Hype früher oder später wieder abflacht. Für sie selbst ist Bio kein Trend, sondern eine Einstellung.

Brigitte Stadelmann ist auf einem Bauernhof aufgewachsen. Ihre Liebe zu Bio aber wuchs erst mit der Liebe zu ihrem Mann. Die 29-Jährige erinnert sich noch gut daran, als sie zum ersten Mal bei dessen Familie – leidenschaftliche Bio-Anhänger – zum Essen eingeladen war. «Das Essen schmeckte frischer und feiner als alles, was mir bisher bekannt war», schwärmt Stadelmann. Deshalb sagt sie heute: «Ein Leben ohne Bio kann ich mir nicht mehr vorstellen.»

Offenbar geht es auch vielen ihrer Kunden so. Nicht wenige fahren regelmässig aus Luzern oder aus Ob- und Nidwalden nach Sursee, um sich mit frischen Produkten aus dem «Kochtopf» einzudecken.



## Renés Quartierladen, Luzern Ein Lädeli als Königreich

«Momol, das chömmer mache»: Carmela und René Waldmann.

**LUZERN.** Das Einkaufsangebot in der Stadt Luzern kann sich weiss Gott sehen lassen. Nebst den üblichen Grossverteilern buhlen – besonders in der lebhaften Neustadt – zahlreiche kleinere Läden um die Gunst der Kundschaft.

Renés Quartierladen liegt ebenfalls in der Neustadt, dort jedoch längst nicht

so zentral wie die Lokale im Hirschmattquartier oder in Bahnhofsnähe. Und doch antworten zahlreiche Bekannte bei der Frage nach ihrem liebsten Geschäft: «Renés Quartierladen!» Bei René erfahre man beim Einkaufen die News, die am nächsten Tag in der Zeitung stehen, meint einer. Ausserdem werde man

als Kunde stets freundlich und sogar mit Namen begrüsst. Er sei der König der Moosmattstrasse, berichtet gar eine andere. Der König der Moosmattstrasse? Grund genug, hier einmal vorbeizuschauen.

Herr Waldmann sei hinten im Lager, verrät die aufgestellte Dame an der Kasse, die sich später als Frau des Geschäftsführers entpuppt. Und tatsächlich: Da sitzt er. Nicht auf einem Thron, sondern an einem kleinen Pult; hinter ihm der Lagerraum. Freundlich streckt René Waldmann die Hand zur Begrüssung entgegen. Ein Interview? «Momol, das chömmer scho mache.» Ein Foto gehört auch dazu. «Wenns sein muss.» Warum ist ihr Laden so beliebt? Schulterzucken, schüchternes Lächeln.

Nochmals: Warum schwärmen alle von Renés Quartierladen, Herr Waldmann? «Ich glaube, die Leute kaufen einfach gerne hier ein.» Die Leute – das sind immer mehr junge und immer noch viele alte. Bewohner aus dem Quartier, aber auch solche, die wegen der frischen Früchte von weit her kommen. Menschen, die hauptsächlich zum Quatschen kommen, und wieder andere, die ihre Einkäufe erledigen und so rasch verschwinden, wie sie gekommen sind. Eines scheinen die Kunden aber gemein zu haben, wie sich bald herausstellt: «Sie legen Wert auf Qualität.» Viele Produkte im Quartierladen stammen aus der Region; René Waldmann besucht seine Lieferanten regelmässig persönlich auf dem Bauernhof, um sich von den Produkten zu überzeugen. «Das wird geschätzt», dessen ist er sicher. Wichtig sei zudem, ein Gespür für die Bedürfnisse der Kundschaft zu haben. Waldmann nimmt deshalb immer mal wieder neue, auch exklusive Produkte in sein Sortiment auf. «Manches funktioniert, manches nicht.»

Acht Jahre führt René Waldmann den Laden an der Moosmattstrasse 17 bereits. Kürzlich hat er in Kriens ein weiteres Lädeli übernommen. «Ein ziemliches Risiko», wie er sagt. Aber der Start sei gelungen. «Zum Glück.» Nein, René Waldmann ist kein König. Zum Glück.

## Paettern, Zug Regenschirme zu vermieten



Vernetzen Klein- und Kleinstunternehmen: Debora Bühlmann und Patrick Bützer im Paettern in Zug.

**ZUG.** Stadt Zug, Bahnhofplatz, ein Holzschild: «Regenschirme zu vermieten.» Kurz schmunzeln, weitergehen. Wo ist denn nun ... Moment. War das etwa...? Nochmals zurück. «Regenschirme zu vermieten.» Tatsächlich, hier ist es. Paettern – Lightup Atelier, Zug. 2 mal 15 Quadratmeter. Auf der einen Seite ein Ladenbereich mit verschiedenen Kunst- und Designprodukten, auf der anderen eine Bar mit leckeren Getränken. Beckenrieder Orangenmost. Cooles Interieur, viel Holz, Licht.

«Viele Leute laufen zuerst an uns vorbei», weiss Patrick Bützer, Geschäftsführer und Mitbegründer von Paettern (ausgesprochen: «Pättern»). Und dann gibts auch jene, die das Lokal zwar erkennen, sich aber nicht reintrauen. Viele kommen erst beim zweiten oder dritten Mal, sagt Bützer. Immerhin. Zur Verteidigung der Fernbleibenden gilt es

anzumerken: Was das Paettern genau ist, wird nicht auf Anhieb klar. «Regenschirme sind nicht unser Kerngeschäft», verrät Patrick Bützer. Ein sympathischer junger Mann, Skater-Shirt, Kapuzenpulli, Hornbrille. Und: Zuger Jungunternehmer 2015. Zack!

Zeit für eine Erklärung: Paettern vernetzt Klein- und Kleinstunternehmen. Im Lokal präsentieren sie ihre Produkte und Dienstleistungen. Wer ein interessantes Produkt zu verkaufen hat, kann sich im Paettern für einen bis drei Monate einmieten. 10 x 10 Zentimeter sind das Minimum. Das ist ein Pixel in der Paettern-Sprache. Der monatliche Preis für die Fläche: 5 Franken. Der Anbieter definiert den Verkaufspreis, Paettern behält 20 Prozent. Wem das zu kompliziert ist, findet im Internet den Paettern-Provisionsrechner. «Klingt komisch, wird aber oft gebraucht», sagt Bützer.

Was vor einem Jahr in Zug angefangen hat, gibt es mittlerweile auch im Neubad Luzern und im Kreis 5 in Zürich. Paettern ist ein Experimentierfeld, ein Türöffner. Für Dienstleister, Handwerker, Künstler, Designer. Für Organisatoren, Yoga-Lehrerinnen, Musikerinnen. Für alle und jeden, die gute Ideen haben und diese teilen wollen. Wer reich werden will, sollte sich vielleicht woanders umsehen.

Auf einem kleinen Holztisch neben dem Eingang zum Lokal liegt ein Blatt; darauf ein Spruch von Mark Twain, verstorbener amerikanischer Schriftsteller und Schweiz-Liebhaber. «Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. (...) Explore. Dream. Discover.» Erforsche. Träume. Entdecke. Patrick Bützer lächelt. «Das trifft ziemlich genau.»