

Zeitschrift: Akzent : Magazin für Kultur und Gesellschaft
Herausgeber: Pro Senectute Basel-Stadt
Band: - (2012)
Heft: 6: Das katholische Basel

Artikel: Eine soziale Idee setzt sich durch : Caritas-Markt - shoppen einmal anders
Autor: Weissenberger, Lea
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-843276>

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: 12.01.2026

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

Eine soziale Idee setzt sich durch

Caritas-Markt – shoppen einmal anders

[Iw.] Noch nie besass der Durchschnittsschweizer so viel Geld, noch nie ging es ihm besser. Aber hierzulande sind Vermögen und Einkommen ungleich verteilt. Mehr als anderswo. Unter uns gibt es 322'000 Millionäre, das ist die höchste Millionärsdichte in der westlichen Hemisphäre. Gleichzeitig lebt jede und jeder Dreizehnte unter dem Existenzminimum. Für sie hat die römisch-katholische Kirche die Caritas-Läden eingerichtet.

Ende des 20. Jahrhunderts breitete sich auch in der Schweiz die «neue Armut» aus. Von ihr betroffen waren primär Arbeitslose, Alleinerziehende und jene, deren Einkommen nicht ausreichte, um für sich und ihre Kinder den täglichen Lebensbedarf zu decken. Viele von ihnen suchten bei verschiedenen Sozialdiensten Hilfe. Auch auf der Beratungsstelle der Caritas, dem Hilfswerk der römisch-katholischen Kirche. Das Skandalon, dass in der reichen Schweiz Menschen – wenn vielleicht auch nicht auf den ersten Blick – zu wenig zu Essen haben, während Grossverteiler tonnenweise Nahrungsmittel vernichten, nur weil das Frischhaltedatum näher rückt oder man schlicht zu viel produziert hat, gab den Verantwortlichen zu denken. Und so stand die Not der Betroffenen Pate bei der Idee der Caritas-Läden.

Das Projekt begann im Kleinen. 1992 wurde der erste CariSatt-Laden, wie er damals noch hiess, am Klingentalgraben in Basel eröffnet. Er galt als Modell, das in anderen Städten übernommen werden sollte, sobald sich zeigen würde, dass sich die Idee umsetzen und erfolgreich durchführen liess. Vorgabe war, dass es dem CariSatt-Laden gelang, innerhalb dreier Jahre auf eigenen Beinen zu stehen, das heisst kostendeckend zu arbeiten.

Mitarbeiter von Caritas suchten Kontakte mit verschiedenen Grossverteilern. Man wollte wissen, ob es möglich wäre, einwandfreie Lebensmittel für Menschen, die darauf angewiesen waren, zu erhalten, statt sie auf der Müllhalde zu entsorgen. Erstaunt es, dass die Unternehmen die Idee positiv aufnahmen? Hatten sie selber auch Probleme damit, Nahrung zu vernichten? Wie auch immer: Bereits die ersten Versuchswochen, in denen Caritas die Esswaren in ihrem Laden stark verbilligt verkaufte, machten deut-

lich, dass dem Projekt Erfolg beschieden sein würde. Die Leute kamen und kauften ein. Der Basler Caritas-Laden hatte den Nachweis erbracht, dass er sein soziales Engagement selbsttragend finanzieren konnte.

Mittlerweile gibt es in der Schweiz 24 Caritas-Märkte. Sieben Mitarbeitende sorgen dafür, dass jährlich 7000 Paletten Nahrungsmittel rechtzeitig an ihrem Bestimmungsort eintreffen. Die Einnahmen steigen. Allein im letzten Jahr ist der Umsatz um beinahe 13 Prozent gewachsen. Was einem kommerziellen Unternehmen Freude bereiten würde, hinterlässt hier einen bitteren Nachgeschmack. Der Erfolg der Caritas-Märkte bedeutet doch nichts anderes, als dass die Gruppe der von Armut betroffenen Menschen in der Schweiz grösser wird.



Die Mission der Caritas-Läden

Auf den ersten Blick scheint sich ein Caritas-Laden in nichts von Coop- oder Migros-Märkten zu unterscheiden. Regale mit Lebensmitteln und Non-Food-Artikeln reihen sich aneinander. An der Kasse vor dem Ausgang bilden sich Schlangen. Wer aber genauer hinschaut, dem fallen als Erstes die Preisschilder auf. Die Ware ist hier um einiges günstiger als in einem «normalen» Supermarkt. Auch das Sortiment ist anders. Vor den Festtagen werden weder Weihnachtsgutzi noch Lebkuchen angeboten. Es gibt sie dafür später, bis in den Frühling hinein, zu kaufen.

Zahlreiche Unternehmen unterstützen die Caritas-Läden mit Produktespenden. Dadurch helfen sie nicht nur Menschen in Not. Anstelle der Müllabfuhr haben sie eine sinnvollere Lösung für Waren mit einem Schönheitsfehler, Waren kurz vor dem Verfallsdatum oder solche, die schlicht aus einer Überproduktion stammen.

An der Kasse muss man seine Einkaufskarte vorweisen. Den Ausweis bekommen jene, die Sozialhilfe oder Ergänzungsleistungen beziehen, Alleinerziehende, Menschen, die ihren Lebensunterhalt mit einem schlecht bezahlten Teilzeitjob bestreiten müssen, Studenten, die lediglich über ein Minimum an Geld verfügen und solche, deren Einkommen grösstenteils dafür verwendet werden muss, um ihre Schuldenberge zu tilgen.

Hauptziel der Caritas-Märkte ist es, Grundnahrungsmittel zu beschaffen und sie günstig an Menschen in prekären finanziellen Verhältnissen zu verkaufen. Die Reduktion für Nahrungsmittel und Non-Food-Produkte beträgt gegenüber dem Marktpreis bis zu 50 Prozent. Dadurch sollen möglichst viele von Armut Betroffene ihren finanziellen Spielraum etwas erweitern und weiterhin am gesellschaftlichen Leben teilnehmen können. Wir sprechen hier nicht von Luxus, sondern von einem Ausflug in den Zolli mit den Kindern, einem Kinobesuch mit der Freundin, einem kleinen Geschenk unter dem Weihnachtsbaum. Es geht darum, dass man sich auch einmal eine kleine Freude leisten kann, ohne an den Grundnahrungsmitteln sparen zu müssen.

Mit dem Projekt «Caritas-Markt-gesund» wurde ein weiteres Ziel definiert. Es ist bekannt: Gesunde Nahrungsmittel sind teuer. Auch in dieser Hinsicht soll wenigstens eine minimale Chancengleichheit geschaffen werden. Mit anderen Worten: Nur weil eine Familie wenig Geld zur Verfügung hat, soll sie sich nicht bezüglich der Qualität ihres Essens beschränken müssen. Und so bietet man neuerdings Frischobst und -gemüse zu besonders günstigen Konditionen an.

In den Caritas-Märkten gibt es auch Arbeitsplätze für Erwerbslose, denen man den (Wieder-)Einstieg ins Berufsleben erleichtern will. So wurde aus einer Idee, die man vor rund 20 Jahren erstmals in Basel realisierte, ein schweizweites Netz von Begegnungs- und Austauschorten für Menschen, die hier dank günstigen Angeboten etwas zusätzlichen finanziellen Freiraum gewinnen und darüber hinaus im Gespräch mit anderen, die sich in ähnlichen Lebenssituationen befinden, wieder etwas Hoffnung schöpfen können.