

**Zeitschrift:** Bauen, Wohnen, Leben  
**Herausgeber:** Bauen, Wohnen, Leben  
**Band:** - (1953)  
**Heft:** 13

**Artikel:** In der Leistung liegt die Kraft!  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-651481>

### **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>**

# In der Leistung liegt die Kraft!

Größer und größer ist unsere Stadt im Laufe der letzten Jahrzehnte geworden. Gewachsen ist aber auch der Lebensmittelverein. Aus kleinen Anfängen ist ein führendes Großunternehmen des Lebensmittel-Detailhandels entstanden. Im hiesigen Konkurrenzkampf hat der LVZ etwas zu sagen. Im täglichen Leben unserer Stadt erfüllt er eine wichtige Aufgabe. Sein Tun und Wirken gehört ganz dem Konsumenten.

**Gute Leistungen –  
steigende Umsätze!**

1928: 14,3 Millionen	1949: 66,7 Millionen
1939: 27,1 Millionen	1950: 73,4 Millionen
1945: 42,4 Millionen	1951: 77,8 Millionen
1948: 64 Millionen	1952: 84,9 Millionen

Diese Zahlen sprechen für die Leistungsfähigkeit des LVZ.

**Der LVZ-Laden –  
in Zürich ein Begriff!**

Moderne, zweckmäßig ausgebaute Läden dienen dem Konsumenten. Auf den modernen Ausbau seiner Läden legt der LVZ großen Wert.

1910: 77 Filialen	1940: 153 Filialen
1920: 95 Filialen	1950: 189 Filialen
1930: 145 Filialen	1952: 207 Filialen

In diesem Jahr hat der LVZ bereits wieder 4 neue Läden eröffnet. Im Laufe des Herbstes werden noch einige – Bedienungs- und Selbstbedienungsläden – hinzukommen. So wird das Filialnetz den Bedürfnissen der Bevölkerung unserer Stadt angepaßt.

**Wachsendes Vertrauen!**

Täglich erfährt der Kreis unserer Genossenschaftler durch neueintretende Mitglieder eine erfreuliche Erweiterung. Mehr und mehr erkennt man Bedeutung und Notwendigkeit einer starken und leistungsfähigen Genossenschaft von Konsumenten.

1890: 575 Mitglieder	1940: 27892 Mitglieder
1900: 11599 Mitglieder	1950: 53862 Mitglieder
1910: 21495 Mitglieder	1952: 58000 Mitglieder
<u>Heute 60 000 Mitglieder</u>	

**8% in Marken ...**

Niemand weiß die «Märkli» des LVZ besser zu schätzen als die Hausfrau. «8% in Marken» bedeuten nicht nur günstiges Einkaufen, sondern sie sind auch Sparbatzen für «besondere Zwecke».

**Anzahl der eingelösten Rabattbüchlein:**

1946: 412 345	1950: 628 848
1948: 549 797	1951: 658 726
1949: 571 399	1952: 729 267

40 Millionen Franken Rabattvergütung wurden  
in den letzten 10 Jahren ausbezahlt!

Dank der reellen Warenvermittlung auf genossenschaftlicher Basis besitzt der LVZ das Vertrauen der Konsumenten aus allen Schichten unserer Bevölkerung. Erstes Ziel ist nicht die Erzielung hoher Gewinne, sondern durch die Vermittlung guter Waren zu günstigen Preisen will der LVZ dem Konsumenten dienen.

**LEBENSMITTELVEREIN ZÜRICH**