

Zeitschrift: Fraueztig : FRAZ
Herausgeber: Frauenbefreiungsbewegung Zürich
Band: - (1993-1994)
Heft: 48

Artikel: Verkäuferinnen in der Rezession : mehr spuren, mehr spüren - und ja nicht reklamieren
Autor: Karrer, Cristina
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1054282>

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: 31.01.2026

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

Mehr spuren, mehr spüren – und ja nicht reklamieren

Von Cristina Karrer

Zwei Kilo Tomaten, ein Huhn, drei Eier, Milch, Butter, einen Zopf. Einen Notizblock, Farbstifte. Strümpfe wären auch nötig, die vom letzten Jahr haben Löcher, und dann braucht sie ein Geschenk für ihre neue Schwägerin. Und sonst? Vielleicht ein Paar Schuhe, irgendwas Schönes. Auf jeden Fall genügend Geld mitnehmen.

Frau Äbersold vom Quartierladen ist schlecht aufgelegt. «Nur drei Eier?» fragt sie. «Ja, nur drei.» Warum muss sie sich von dieser Äbersold schikanieren lassen? Meint die eigentlich, sie sei die Königin dieser Strasse, könne für ihr Gemüse einen überrissenen Preis verlangen, nur weil sie, Emilie Äbersold, innerhalb von hundert Metern Umkreis die einzige Anbieterin ist? Eigentlich sollte sie längst zur Migros gewechselt haben. Mit ihrem Budget, das bei der derzeitigen Auftragslage nicht mehr ist, was es war, müsste sie vermehrt die Günstigangebote in den Familienmagazinen studieren und entsprechend handeln. Aber eben. Äbersolds Laden ist ein Quartierladen, gleichsam unter Denkmalschutz. Zudem hat sie gehört, dass der Umsatz seit der Rezession markant zurückgegangen sei – ja, dass Emilie Äbersold sich gar überlege, den Laden mit den ausgebleichten, blau-weiss gestreiften Storen zu schliessen.

Sie drückt der Äbersoldschen Hilfskraft mit einem wütenden Blick eine Fünfzigernote in die Hand. Nun mach schon, denkt sie, ich habe nicht alle Zeit auf der Welt, und beobachtet, wie die stille Frau, die in den letzten Monaten gleichsam in sich zu versenken schien, sorgfältig das Rückgeld aus der Kasse klaubt. Das Huhn, leider nur bei Emilie Äbersold direkt vom biologischen Bauernhof zu beziehen, kommt auf die Tomaten, und die vollbepackte Einkaufstasche in ihre gegenüberliegende Wohnung. Praktisch ist er schon, der Laden von Emilie Äbersold.

Nun schnell zum Kiosk. Zigaretten zur Entspannung und ein Heftli gegen den Frust. Die Verkäuferin hat sie seit einigen Wochen nicht mehr gesehen. Stattdessen schenkt ihr ein Mann, ein Türke, das obligate Lächeln. Er lobt den Job und den Umsatz und bestätigt in gebrochenem Deutsch, was die Besitzerin, die Merkur AG, selbst verkündet: satte Gewinne, guter Umsatz. Die Arbeitslosen würden bei

den Zeitungsabos sparen und die Zeitungen mit den Stellenanzeigen vermehrt am Kiosk kaufen. So jedenfalls hat es Ursi Urech, Gewerkschaftssekreterin beim VHTL (Gewerkschaft Verkauf Handel, Transport Lebensmittel), aus berufenem Munde vernommen. Dass einer Verkäuferin mit einem Lohn von Franken 4100.– gekündigt und an ihrer Stelle Personal zu Franken 3300.– angestellt wurde, wusste der freundliche Kioskverkäufer nicht. Er ist zufrieden, wenn er im Sommer einen Monat Ferien nehmen darf. Für die Miete seines Zimmers an der Langstrasse und zweimal einen Billigflug nach Istanbul pro Jahr reicht sein Verdienst allemal.

«Die Gewerkschaften haben bis jetzt für uns Verkäuferinnen nie etwas gemacht»

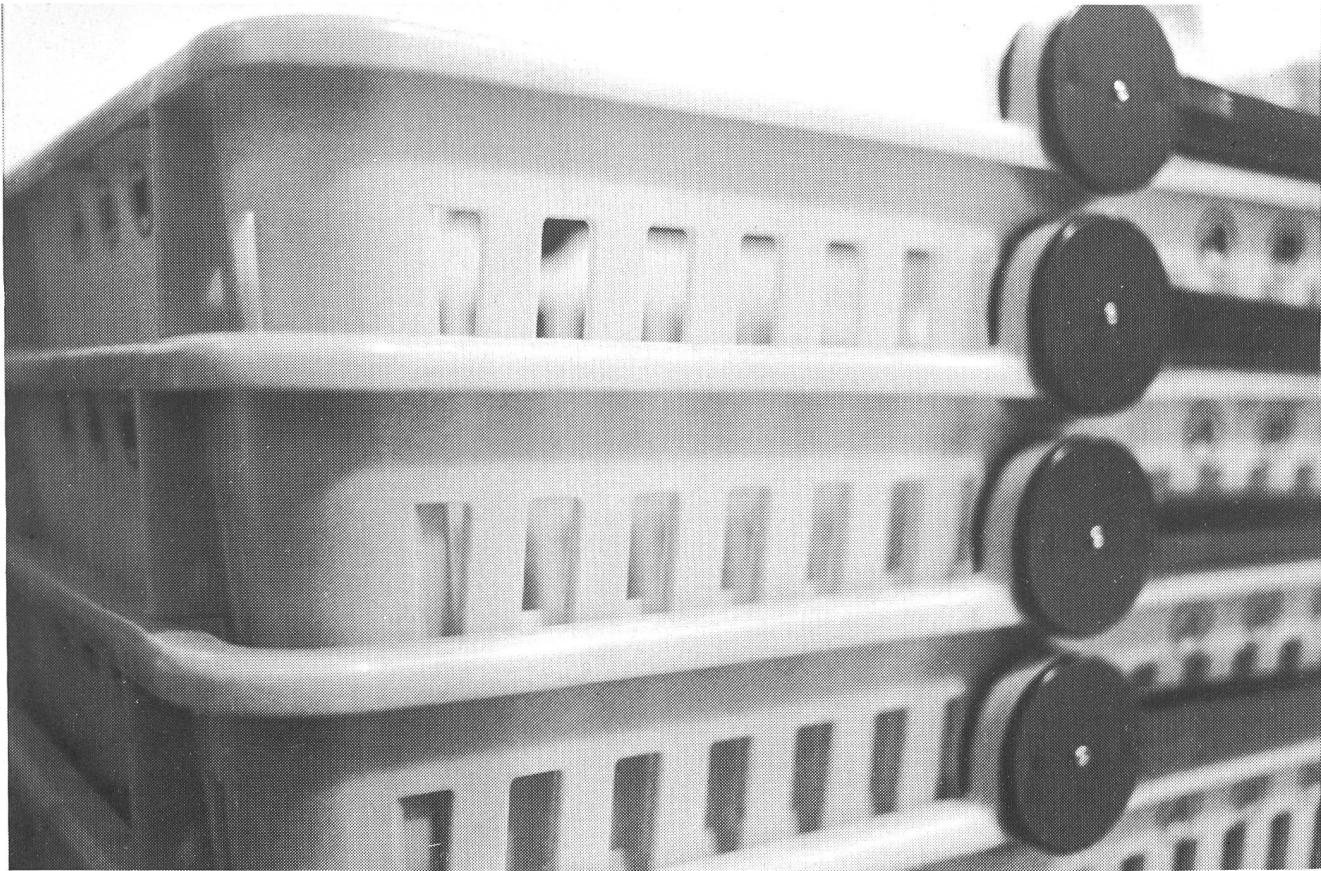
«Einen Stuhl kann ich Ihnen leider nicht anbieten. Wie sollte ich? Mein Kiosk ist knapp über einen Meter breit. Am besten setzen Sie sich auf eine der herausziehbaren Schubladen. Wir haben übrigens auch keine Toilette, das ist ein alter Kiosk. Was ich mache, wenn ich muss? Verklemmen, ganz einfach. Ein Verkaufstrainer hat uns einmal empfohlen, einen Topf mitzunehmen. Ich weiss nicht, was er sich dabei dachte. Vielleicht meinte er, er sei witzig gewesen. Ich finde das gar nicht lustig. Am Nachmittag bin ich immer allein. Jeden Nachmittag das Wasserlassen verklemmen gibt Nierenschäden, eine typische Krankheit von Kioskverkäuferinnen. Seit der Rezession erzählen die Typen an der Verkaufsschulung, die einmal jährlich während eines Tages stattfindet – übrigens in einem teuren Hotel – noch ganz andere Sachen. Wir müssten mehr Umsatz machen. Mehr Umsatz, das heisst: auf der einen Seite sparen, auf der anderen Seite mehr verkaufen. Wie ich sparen kann? Ganz einfach. Wir Frauen hätten, so der Verkaufstrainer, doch alle zu Hause Seife. Seifenresten könnten wir mitnehmen in den Kiosk und auch Handtücher, die wir zu Hause nebenbei waschen könnten. Dies sei ja kein grosser Aufwand für uns. Die vom Gesundheitsinspektorat vorgeschrriebenen Papiertücher hingen so oder so neben dem Lavabo, so dass der Inspektor, falls er vorbeikommen sollte, nichts zu reklamieren habe. Dann könnten wir Briefmarken sparen, indem wir alle Briefe in ein grosses Couvert stecken, und Telefongespräche nach Basel, zur Zentrale der Merkur, könnten wir einsparen, indem wir

alle Gespräche auf einmal erledigen usw. Sparen müssen wir auch Überstunden, egal, ob wir dabei durchdrehen oder nicht. Ich muss jede Überstunde begründen. Ohne Begründung wird keine Überstunde ausbezahlt. Steigt der Kassenccomputer aus und mit ihm das Telefon und muss ich deswegen während vier Stunden zwischen Computer und einer Telefonkabine hin- und herrennen, um die telefonisch übermittelten Anweisungen auszuführen, muss ich diese vier Überstunden begründen.

Andererseits haben sich die Herren Verkaufstheoretiker überlegt, wie wir die Kundenschaft vermehrt zum Kauf motivieren können. Ihr Rezept: Süßes nach vorne, Zeitschriften zusammenwürgen. Die haben keine Ahnung. Seither habe ich viel weniger Zeitschriften verkauft. Doch dies ist ihnen egal. Hauptsache, ich erfülle den von oben budgetierten Umsatz. Der wird so hoch angesetzt, dass man fast nicht herankommt, womit die Umsatzprovision von selbst entfällt. Die Lotto-Provision, also die Provision, die wir auf Anzahl verkaufter Lottoscheine erhalten, hat die Merkur selbst abgeschafft.

Wissen Sie, ich muss mich zu alledem glücklich schätzen. Ich gehöre zu den wenigen, die festangestellt sind. Heute stellt die Merkur fast nur noch Ablöserinnen ein. Dadurch können Ferienentschädigungen und Sozialausgaben gespart werden. Die Ablöserinnen mucken so wenig wie die langjährigen Angestellten. Die alten Frauen sind zufrieden, dass sie auch nach der Pensionierung arbeiten dürfen, die jungen mit Kindern haben zu sehr Angst. Sicher, der VHTL gibt sich Mühe mit seinem Kioskprojekt, das er vor drei Jahren lancierte. Eine Gruppe Kioskverkäuferinnen aus der deutschen Schweiz trifft sich regelmässig, und sollten wir unser Ziel, einen Gesamtarbeitsvertrag, erreichen, wäre das wirklich super.

Aber die Gewerkschaften haben zu lange gewartet, die haben für uns Frauen nie etwas gemacht. Und dann fehlt es bei uns an Solidarität. Ich weiss nicht warum, unter Frauen habe ich das am Arbeitsplatz immer erlebt. Dabei hätten wir genügend zu erkämpfen. Nur schon der Lohn ist jenseits von Gut und Böse. Ich verdiene 2920 Franken brutto pro Monat. Wie ich meine beiden Kinder nach der Scheidung mit noch weniger Lohn durchgebracht habe? Mit Alimenten und Einschränken. Aufstehen um fünf, Putzen bis sieben,



Kinder versorgen, Kiosk, Putzen am Abend.
Ja, so habe ich mich durchgeschlagen.»

**«Kann ich Ihnen helfen?»
«Was darf's denn sein?»**

Im Globus will sie nur die Strümpfe und das Geschenk für die Schwägerin kaufen. Doch die preisgünstige Unterwäsche, dargeboten gleich beim Eingang, verlockt zum Näherhinterreten. Die Verkäuferin entknotet sofort ihre Arme und legt in die Augen eine Aufmunterung. Nein, doch nicht. Zu rosa, das Gummibündchen. Während sie den Rayon der Düfte, Salben und Puder durchschreitet, bespritzt von rechts und links, vernebelt sich der Blick der Eingangsverkäuferin, die wie eine Galionsfigur auf dem Bug des Waren Schiffes Globus thront, wieder in diffuser Langeweile. Dosiert allerdings, wie alles in diesem Haus, denn sie darf sich kein Gefühl ausser das Globusgefühl anmerken lassen, keine Öde, keine Hetze, keine Müdigkeit, und schon gar keinen Stress. Eine lebendige Schaufensterpuppe. Sekundenschnell muss sie schalten, on und off, off und on, und immer unter Strom. Sie gehört zur Ausstattung wie der Lautsprecher, aus dem Musik ins Unterbewusstsein tropft und eine Männerstimme, die zwischen den

Pfützen aus Klängen auf samtigen Pfötchen herumtigert, «für unsere modebewussten Damen haben wir heute etwas ganz Spez.», doch die Strumpfverkäuferin Irma drängt sich unbeirrt an einer Horde Strumpfsüchtigen vorbei, die die zarten Dinger unerlaubterweise aus der Hülle reissen und über die Finger halten, wie wenn es die eigenen Beine wären. «Würden Sie bitte nicht, bitte» – «Fräulein, wo sind die Socken mit den herzigen Elefantenmustern, die mit den hellblauen Rüsseln?» «Du, Irma, die Frau möchte bezahlen», ruft eine Kollegin hinter der Strumpfsüchtigenhorde, und die Irma bahnt sich ihren Weg zurück, an die Kasse, wo bereits zehn warten, darunter auch sie. Ausgerechnet, als sie an die Reihe kommt, muss die Couponrolle gewechselt werden.

Aber sie ist diesmal nachsichtig. Sie weiss, dass Globus 400 Stellen abbaute. Weniger Verkäuferinnen müssen für mehr Umsatz sorgen und eine grössere Verkaufsfläche betreuen. Die Verkäuferinnen, von denen 60 Prozent teilzeitarbeiten, werden von einem fast ausschliesslich aus Männern bestehenden Kader in Schach gehalten, und zwar laut Anton Moos vom Kaufmännischen Verband Zürich (KVZ) dergestalt, dass «die Frauen sehr geschickt gegeneinander ausgespielt werden.» Dies sei einfach, da die Frauen die unter-

schiedlichsten Interessen hätten. Die einen seien alleinerziehende Mütter, andere Zweitverdienerinnen, die dritten ungelernet, die vierten möchten Karriere machen. «Viele Verkäuferinnen sind zudem den Arbeitgebern gegenüber loyal, verstehen sogar, wenn der Gürtel enger geschnallt werden muss.» Dies liege auch an der Firmenkultur, die gerade von Globus und Jelmoli sehr gepflegt werde. Die Verkäuferinnen würden richtiggehend in einen Schönheits- und Konsumkult eingebunden, der sich zu einem vielschichtig gebundenen Schleier verdichte und die Sicht aufs Wahre (hinter der Ware) verhindere. Die Worte von Anton Moos laufen mit ihr in den Jelmoli, wo sie das Geschenk für ihre Schwägerin zu finden hofft. Dort werden ihre Sinne durchdrungen, dass ihr Hören und Sehen vergeht, und somit reagiert sie exakt, wie es Carlo Magri, Direktionspräsident Jelmoli Konzern, gern hätte. Am diesjährigen Schweizerischen Verkaufsförderungs-Forum befasste sich Magri mit dem Kern einer jeden erfolgreichen Verkaufsstrategie: den Emotionen. «Die packen wir in unsere Nutzenpakete und deren Darstellung ein.» Aber noch wichtiger als diese seien im Angebot die Beratung und die Bedienung: «Sie führt zu Begegnungen, zu persönlichen Gefühlen. Sie ist der Kernpunkt der Erlebniswelt.» (...)



potential liegt darin, dass die 45 Prozent der Besucher unserer Geschäfte, die nicht einkaufen, zu Käufern gemacht werden.» (...) Dies ist eine der Hauptaufgaben der Verkaufspersönlichkeiten.»

Sie selbst taumelt als typische hybride Kundin, – «verhält sich beim Einkauf mal so, bei einem andern eben anders» – durch die Geschenkabteilung, einem sogenannten Modul, kauft ein von der Modulleiterin wärmstens empfohlenes Seidenfoulard mit aufgedruckten Matterhornspitzen (die Schwägerin ist Japanerin) und bestätigt Magris These. «Im laufenden Wettbewerb hat der Schnelle die Chance, den Grossen zu schlagen.» Jelmoli war schneller. Bei Globus waren keine Matterhornspitzen zu finden.

«Sie haben ja einen Mann zu Hause!»

«Ich bin seit zehn Jahren im Verkauf tätig. Eingestiegen bin ich zufällig. Meine Freundin, die wie ich zwei Kinder hat, eröffnete vor einigen Jahren ein Secondhandgeschäft für Kinderkleider. Damals eine ausgefallene Idee, Sie wissen schon. Die Kinder wachsen so schnell aus den Kleidern, dass es sich manchmal kaum lohnt, etwas Neues zu kaufen. Jedenfalls fragte sie mich, ob ich nicht im Laden aushelfen möchte. Ich sagte zu und bekam Spass an der Sache. Dann kam ich via einer unserer Stammkundinnen zu dieser Stelle in der Damenkonfektionsabteilung eines Zürcher Warenhauses. In diesem Rayon

arbeitete ich nun bereits seit sieben Jahren. Ich durfte mich am Anfang wirklich einarbeiten. Als wir Hochkonjunktur hatten, waren die Zeiten allerdings lockerer. Mittlerweile ist die Chef-in gestresst. Sie muss das Umsatzsoll unseres Rayons erfüllen. Da ich nur zwei Tage pro Woche arbeite, merke ich zum Glück wenig vom erhöhten Stress, und als mich der Chef bat, einen unregelmässigen Dienst zu übernehmen, sagte ich sofort zu. Was sollte ich machen, er sagte von Anfang an, ich hätte ja einen Mann zu Hause, also sei es für mich nicht so schlimm. Ist es tatsächlich nicht. Ich brauche das Geld nicht wirklich. Es gibt mir vor allem ein gutes Gefühl. Ich verdiene selbst etwas, kann Dinge kaufen, ohne meinen Mann zu fragen. Aber eigentlich hätte ich es nicht nötig, mein Mann ist sehr grosszügig. Irgendwie verstehe ich die Verkäuferinnen nicht, die alles auf einmal wollen. Mehr Lohn, Arbeitszeiten nach ihren Vorstellungen usw. Für meinen Geschmack übertreiben die mit ihren Forderungen. Frauen wie ich, die nichts lernten, können doch dankbar sein, in der heutigen Zeit überhaupt etwas zu finden.»

Aufbruch der Verkäuferinnen?

Wie sie das Niederdorf erreicht hat, weiß sie nicht mehr. Überall Schaufenster, Sonderangebote, Paare, die Preise vergleichen, zu packen, einzupacken. Von der Nervosität, die laut Anton Moos bei den Zürcher Detailhandelsgeschäften seit einiger Zeit «enorm

gross» ist, spürt sie wenig. Noch scheinen auch die meisten Verkäuferinnen zu spuren – trotz zunehmendem Druck – und in der Papeterie, wo sie endlich den Notizblock im gewünschten Format findet, wird sie ausgesucht höflich bedient.

Doch langsam zeigen sich Risse auf den glänzenden Fassaden. Bereits über 30 Verkäuferinnen aus den verschiedensten Betrieben haben sich innerhalb des ZKV zu einer Gruppe zusammengeschlossen, um gegen ausbeuterische Löhne und Arbeitsverhältnisse anzutreten. Anlässlich der stadtzürcherischen Ladenöffnungsabstimmung traten sie an die Öffentlichkeit, formulierten Thesen, schrieben Flugblätter. Anton Moos ist zuversichtlich: «Unter diesen Verkäuferinnen hat sich eine Verbundenheit entwickelt, die hält.» Auch Ursi Urech vom VHTL glaubt an ein langsames, aber stetes Vorwärtskommen. Seit dem Frauenstreik und der Bundesräten(nicht)wahl habe sich auch unter Verkäuferinnen einiges bewegt. «Die Frauen treten selbstbewusster auf, fordern von den Gewerkschaften, die arbeitende Frauen viel zu lange nicht ernstgenommen haben, endlich etwas zu unternehmen.» Angesichts des empörenden Vorschages des Verbandes Zürcher Handelsfirmen, den Mindestlohn von 2800 auf 2650 Franken brutto zu senken und angesichts der Verdoppelung der Arbeitslosenzahlen innerhalb des Verkaufs, sei dies auch höchste Zeit.

...und ja nicht reklamieren

«Das Selbstwertgefühl muss jede selbst aufbauen»

«Eigentlich wollte ich Graphikerin werden. Doch mein Vater meinte, dies sei ein brotloser Job. So lernte ich Papeteristin. Nach meiner Scheidung fand ich sofort eine Stelle, das war damals, während der Hochkonjunktur, kein Problem. Sie haben mich mit Handkuss genommen. Seit einiger Zeit spüren allerdings auch wir die Rezession. Unsere Chefs sprechen von einem Umsatzzugang von mehreren Millionen. Was sie dagegen tun werden, ist uns nicht bekannt. Wir werden bei solchen Entscheiden nicht gefragt. Entscheide werden oben gefällt, und wir haben sie dann umzusetzen.

Viel zu klagen habe ich allerdings nicht. Wahrscheinlich liegt dies daran, dass wir Verkäuferinnen untereinander sehr solidarisch sind. Wir haben eine gute Stimmung, und als unser Chef Mitte dieses Jahres so unterschwellige Drohungen auszusprechen begann, hörte er

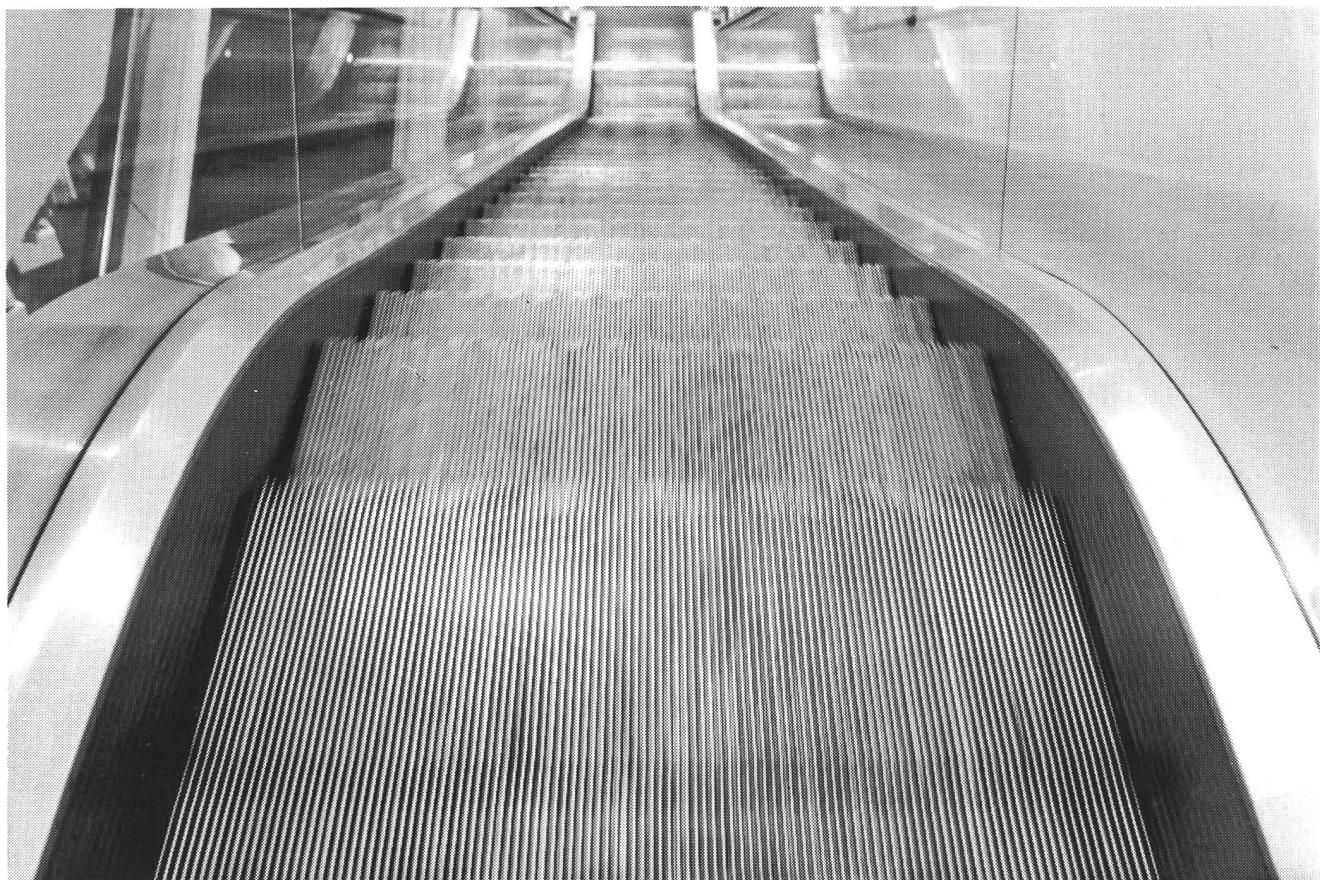
irgendwann von selbst auf. Was er uns sagte? Naja, wenn wir reklamierten, kritische Bemerkungen machten, hieß es schnell: Sie können gehen, wenn es Ihnen nicht passt. Passen Sie auf, sonst werden Sie gekündigt. Ich hab meinem Chef jeweils ins Gesicht gelacht und erwidert, dass mir seine Worte gar keine Angst machen. Wahrscheinlich wollte ich mir die Angst nicht eingestehen, ich konnte sie mir gar nicht leisten, denn als alleinstehende Mutter wäre ich prädestiniert, Existenzängste zu haben.

Die Rezession spüre ich vor allem beim Verhalten der Kundschaft. Diese hat sich verändert. Früher kamen Büroangestellte mit langen Listen, das war anstrengend, aber auf einer sachlichen Ebene. Heute kommen wirklich mühsame Typen, die sich arrogant verhalten und bei uns ihre Zeit vertrockeln, sich stundenlang beraten lassen, ohne etwas zu kaufen. Wahrscheinlich brauchen sie Zuwendung und wollen ihre Frustrationen loswer-

den. Das braucht mich viel Kraft, fast mehr als das Herumschleppen der schweren Ware. Aber ich lasse mir nicht alles gefallen, wenn es mir zuviel wird, hole ich den Chef oder eine Kollegin. Ich weiß schon, wie ich mühsame Kunden wieder in den Senkel stellen kann. Als Verkäuferin bist du sowieso nichts wert, ja weniger als eine Hilfskraft im Büro, obwohl gerade mein Beruf sehr anspruchsvoll ist. Ich habe mit ztausend Artikeln zu tun, muss die verschiedensten Auskünfte geben können und auch jene Kunden verstehen, die sich unklar ausdrücken. Dazu ist viel Feingefühl und Spürsinn nötig. Dass man mir als Verkäuferin trotzdem keinen Wert zugesteht, ist mir klar. Doch ich habe eines gelernt: Das Selbstwertgefühl schenkt mir keiner, das muss ich mir selbst geben. Jeden Tag von neuem.»

Cristina Karrer lebt in Zürich und arbeitet als freie Journalistin

Diese Reportage wurde ermöglicht durch einen finanziellen Beitrag des Autonomen Frauenzentrums Zürich (AFZ).



Fotos: Silvia Luckner