

Zeitschrift: Historischer Kalender, oder, Der hinkende Bot
Band: 276 (2003)

Artikel: Loeb - das Berner Warenhaus
Autor: Benz, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-655831>

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: 09.01.2026

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

Loeb – das Berner Warenhaus

Ein Gebäude, durch dessen Pforten im Durchschnitt täglich rund 13 000 Menschen ein- und ausgehen – damit kann fast nur ein Bahnhof, ein Flughafengebäude oder etwas Ähnliches gemeint sein, würde man denken. Aber nein, es ist das Berner Warenhaus Loeb, das es auf diese stolze Zahl bringt, und in der Adventszeit dürfte sich diese Menschenmenge locker verdoppeln. Man nimmt an, dass die Hälfte der Besucher tatsächlich auf einer der sieben Etagen etwas kaufen, die andere Hälfte

hingegen flaniert am riesigen Angebot der verschiedenen Abteilungen vorbei und geniesst die spezielle Atmosphäre, mit der Warenhäuser Menschen seit langem in ihren Bann ziehen. Brockhaus ortet die Entstehung erster Warenhäuser in Frankreich und in England bereits im 18. Jahrhundert. Fest steht die Gründung von «Au bon marché» im Jahre 1852 in Paris, wo zu Stoffen Mercerieartikel, Wäsche, Strümpfe, Taschen, Schuhe, Haushaltartikel und Spielwaren hinzukamen.



Spitalgasse mit offenem Stadtbach, Ende des 19. Jh.

Grundideen des Warenhauses

Bis heute halten Warenhäuser an einigen Grundideen fest, auf denen ihr Geschäft seit Anbeginn beruhte: alles unter einem Dach, freie Besichtigung ohne Kaufzwang, ange- schriebene Preise. Der Name «Au bon marché» deutet ausserdem darauf hin, dass ursprünglich auch niedrige Kaufpreise ein Merkmal des Warenhauses waren. Heute gilt die Faustregel, dass ab einer Verkaufsfläche von 2000 Quadratmetern von einem Warenhaus gesprochen werden kann.

In Bern gab es im Laufe der Zeit verschiedene warenhausartige Betriebe, wie etwa Kaiser, an den noch der Name «Kaiserhaus» an der Marktgassee erinnert. Seit über 120 Jahren besteht hier Loeb – in der Branche unbestritten als erstes Haus am Platz zu bezeichnen.

Die Beziehungen der Familie Loeb zu Bern

haben bereits Mitte des 19. Jahrhunderts ihren Anfang genommen. Die Vorfahren der gegenwärtigen Besitzer betrieben in Freiburg im Breisgau ein Geschäft, von dem aus sie damals die gegenüber heute viel bedeutenderen Frühjahrs- und Herbstmärkte bereisten. Die

Inhaberin eines Korsettladens räumte ihren Verkaufsraum Ecke Kreuzgasse/Gerechtigkeitsgasse für die Zeit der Märkte und stellte ihn Moses Loeb zur Verfügung, der hier seine Waren an den Mann bzw. an die Frau brachte. Dieser Moses Loeb muss sich ein wenig in Bern verliebt haben, schaffte es jedoch selber nicht, in unserer Stadt sesshaft zu werden. Auf Anraten ihres Vaters eröffneten seine vier Söhne 1881 an der Spitalgasse einen Laden mit vorerst eher bescheidenem Angebot. Einer von ihnen, David, blieb endgültig hier und gründete eine Familie. Seine beiden Söhne, Eugen und Arthur, vollzogen 1899 den entscheidenden Schritt zum eigentlichen Warenhaus und errichteten am heutigen Standort zwischen Spital- und Schauplatzgasse ein dreistöckiges Gebäude. Offensichtlich gab es zu jener Zeit in Bern keinen Denkmalpfleger, der sich gegen den Bau mit den für die damalige Zeit überdimensionierten Fensterflächen hätte wehren können.

Etwa 60 Angestellte waren in den Abteilungen Haushalt, Spielzeug, Schuhe und Lederwaren, Parfümerie und Stoffe beschäftigt, die sich zu den bisherigen Textilien gesellten.

1905: der erste Lift

Dieser Lift war anfänglich noch mit Wasser betrieben worden. Man musste im Parterre warten, bis zuoberst der gegenläufige Kessel mit Wasser gefüllt war und damit genügend Gewicht hatte, um die Kabine in die Höhe zu ziehen. Die Reise bis zum dritten Stock dauerte drei Minuten!

1910 konnte das Haus am Bubenbergplatz übernommen werden. Damit war der

Loeb-Egge

geboren, wo Bernerinnen und Berner sich bis heute treffen, bevor sie in der Stadt gemeinsam etwas unternehmen wollen. Ein steinerner Löwe am östlichen Ende des Warenhauses erinnert noch an das Hotel «Löwen», das 1929



Fassade des Warenhauses um die Jahrhundertwende

abgebrochen worden war und auf dessen Platz sich das Loeb-Gebäude ausdehnte. In jenen Jahren scheint der Denkmalpflege-Gedanke Bedeutung erlangt zu haben, denn die Fassade bekam damals ihre heutige Form, mit der sie sich ins Gesamtbild der Altstadt einfügt.

Jahrelang teilte das zwischen den beiden Loeb-Besitzungen liegende so genannte Stäfe-Hus das Warenhaus in zwei Teile, bis es schliesslich ebenfalls erworben und integriert werden konnte. Noch heute ist von aussen gut ablesbar, dass der ganze Loeb-Komplex aus drei Teilen besteht. Im Innern wird man auf diesen Umstand aufmerksam, wenn man unvermittelt auf der gleichen Etage einige Stufen

überwinden muss, um den etwas tiefer gelegenen Boden des nächsten Hauses zu erreichen.

Mit einer wahren Sensation warteten die Warenhäuser in der Nachkriegszeit als Erste in allen Städten auf: mit Rolltreppen. Auch in Bern war dies nicht anders. Loeb baute 1955 ein solches Wunderwerk ein.

Filialen

Am S. 63 abgebildeten Gebäude war noch zu lesen gewesen, dass es das Warenhaus Loeb auch in Lausanne, Basel und Luzern gebe. Diese Sitze waren im Laufe der Zeit aufgegeben worden. Hingegen entstand bereits 1912 eine Filiale in Thun, zu der sich 1966 Bethlehem, 1975 Shoppyland Schönbühl, 1978 Biel, 1979 Interlaken, 1994 Avry/Freiburg und 1996 Brig und Visp gesellten, und ab kommendem November wird Loeb auch in Solothurn präsent sein. Absicht ist es, die Geschäftstätigkeit in einem Umkreis von 100 Kilometern zu halten.

WETTBEWERB

Bedeutende Schweizerinnen und Schweizer

Heinrich Federer

ist der Autor unserer Titelgeschichte. Er kam 1866 im Berner Oberland zur Welt, wuchs am Sarnersee auf, wurde Priester und war als solcher in der Ostschweiz tätig. In Zürich war er Redaktor an den «Neuen Zürcher Nachrichten» und später freier Schriftsteller bis zu seinem Tod 1928.

Siehe Wettbewerbsfragen auf Seite 83.

Familien-Aktiengesellschaft

Loeb ist bis heute eine Familien-Aktiengesellschaft geblieben, an der sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Partizipations scheinen beteiligen können. Als Geschäftsleiter folgten auf Eugen und Arthur Loeb Fritz und

Loeb schenkt

**Wenn Sie dieses Inserat bis Ende Februar
2003 am Kundendienst eines der Loeb-
Warenhäuser abgeben, schenken wir Ihnen
eine 10%-Tages-Rabattkarte.**



LOEB
www.loeb.ch

Victor. 1974 übernahm François Loeb die Führung des Unternehmens. Ein ehemaliger leitender Mitarbeiter erinnert sich in der Loeb-Zytig 2/01, dem Personalorgan der Firma, dass sich mit seinem Eintritt die Geschäftsführung grundlegend und schlagartig geändert hat.

Wohl hatten die Gattinnen der früheren Geschäftsführer im Hintergrund immer eine gewisse Rolle gespielt. Nicole Loeb ist jedoch das erste weibliche Familienmitglied, das vor kurzem direkt in die Geschäftsleitung Einsitz genommen hat.

Im Unternehmen arbeiten heute nicht weniger als 900 Personen, wenn auch bei weitem nicht alle zu 100 Prozent. Die meisten von ihnen sind Verkäuferinnen und Verkäufer, aber auch kaufmännisch geschultes Personal, Handwerker, Chauffeure, Dekorateurinnen und Dekorateure machen einen guten Teil aus. In den Bereichen Verkauf, KV und Dekoration stehen zurzeit 60 Lehrtöchter und Lehrlinge in der Ausbildung. Loeb bietet seinem Personal intensive Weiterbildung an.

Die einzelnen Verkaufsbereiche sind so genannte Profit Centers, d.h., sie haben auf der ihnen zur Verfügung gestellten Verkaufsfläche ein gutes Ergebnis zu erwirtschaften. Über die Art und Weise, wie sie das schaffen, entscheiden ihre Verantwortlichen weitgehend selbstständig. Die Verkaufsflächen haben unterschiedliche Preise: Am teuersten ist der Platz im Parterre, wo die meisten Spontankäufe über die Bühne gehen. Im Geschäftsjahr 2001/2002 betrug der Umsatz des Warenhauses und seiner Filialen über 232 Millionen Franken.



Blick in die heutige Warenhauswirklichkeit

Die Hälfte der Waren, die man bei Loeb kauft, stammt aus der Schweiz, die andere Hälfte vorwiegend aus Europa, und hier wiederum steht Deutschland an vorderster Stelle auf der Lieferantenliste.

Spezialbereiche

In jüngerer Zeit ist Loeb wie andere Warenhäuser dazu übergegangen, gewisse Spezialbereiche wie etwa Unterhaltungselektronik nicht mehr selber zu führen, sondern dazu Spezialisten im Haus anzusiedeln. Das augenfälligste Beispiel im Hause Loeb ist die Buchhandlung Jäggi in den beiden Untergeschossen. Zum Ärger der Buchhandlungen hatten die Warenhäuser einst angefangen, eigene Buchabteilungen zu führen. Sie mussten in der Folge einsehen, dass sie auf diesem besonderen Gebiet wenig erfolgreich waren. Loeb wählte nach dieser Erkenntnis einen andern Weg: Den Kunden steht nun ein nach allen Regeln der Kunst geführtes Spezialgeschäft

zur Verfügung, wo sie in grosszügigen, angenehmen Räumen den Blick auf Tausende von Titeln haben.

Schaufenster

Etwas ganz Besonderes am Berner Warenhaus sind seine Schaufenster. Damit nimmt es seine einzigartige Lage im Herzen der Stadt auf ganz spezielle Weise wahr. Es beschränkt sich keineswegs darauf, seine Waren publikumswirksam auszustellen, vielmehr ist das, was da unter den Spitalgasslauben die Blicke der Passanten anzieht, meistens eine Art kulturelles Ereignis. Peter A. Knuchel, der Altmeister in Sachen Schaufensterdekoration, hat 1995 aus den 30 Jahren seiner Tätigkeit eine Fülle von Realisationen in einem Buch zusammengestellt. Einmal gestalten Kunden die Fenster, einmal Künstler, besondere Schweizer Volksgruppen, benachbarte und entlegene Länder kommen zum Zuge... Aber auch heute noch bleibt die erstaunliche Tradition unvermindert lebendig. Alle drei Wochen von neuem überraschen Schaufenster, deren Thematik irgendeinen Bereich aus dem täglichen Leben ins Rampenlicht rückt.



Märchenhafte Schaufensterdekoration

WETTBEWERB

Bedeutende Schweizerinnen und Schweizer

Dällebach Kari

eigentlich Karl Tellenbach, kam 1877 auf einem Bauernhof zur Welt. Er machte in Worb eine Lehre und eröffnete 1900 an der Neuengasse 6 einen «Haarkunstsalon». 1901 erwarb er das Meisterdiplom. In Bern ist er bis heute als Inbegriff von Witz und Spottlust bekannt geblieben. Ein Geburtsgebrechen und eine unglücklich verlaufene Liebschaft haben ihm wohl hart zugesetzt. 1931 setzte er seinem Leben ein Ende, nachdem er unheilbar krank geworden war.

Siehe Wettbewerbsfragen auf Seite 83.

Zukunft

Wie es denn mit der Zukunft eines Warenhauses stehe, wollten wir von Madeleine Elmer, der stellvertretenden Direktorin der Loeb-Gruppe, wissen, ob nicht das Internet etwa das Kaufverhalten der Menschen zu verändern beginne. Darüber macht sich Frau Elmer keine Sorge. Man könne schon heute über Internet bei Loeb einkaufen – die Nachfrage sei aber eher bescheiden. Sie ist überzeugt, die Menschen wollen auch in Zukunft «lädele», Tuchfühlung zu den Verkäuferinnen behalten, die spezielle Atmosphäre eines Warenhauses auf sich wirken lassen.