Zeitschrift: Mitteilungen der Antiquarischen Gesellschaft in Zürich
Herausgeber: Antiquarische Gesellschaft in Zürich
Band: 74 (2007)

Artikel: IKEA : (Dietlikon, 1997)
Autor: Leonhard, Martin
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1045502

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

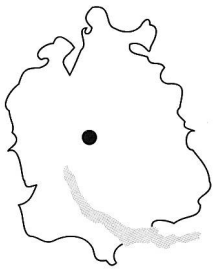
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 30.11.2025

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

Ikea

(Dietlikon, 1997)



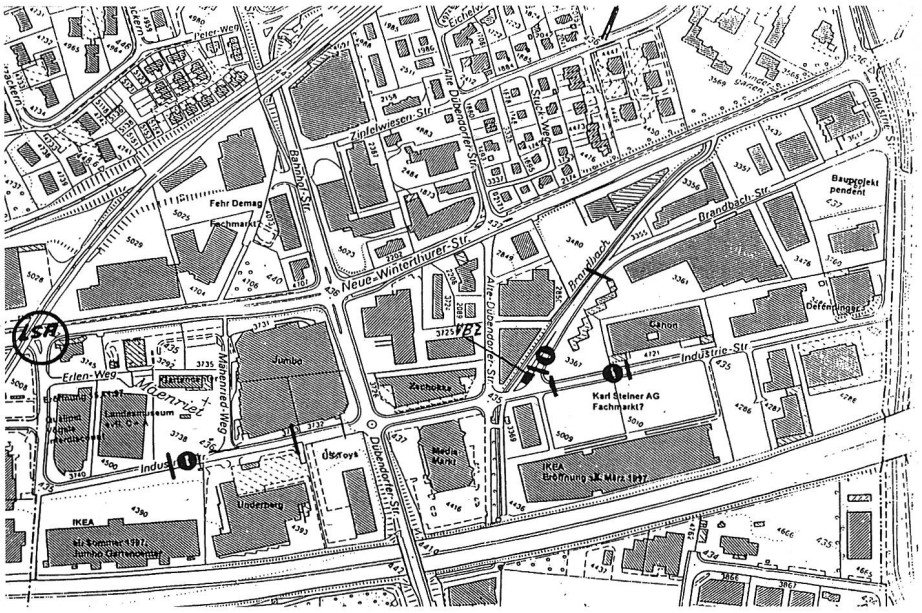
Das Angebot ist breit: von Carl Spitteler über Gottfried Keller, Charlie Nordbloms «Krieg i Fredstid» zu Klaus Schmidt-Koenigs «Rätsel des Vogelflugs» oder gleich dutzendfach aneinandergereiht der Registerband zur Goethe-Gedenkausgabe aus dem Artemis-Verlag. Doch in der jährlich von mehr als 1 Million Personen bestbesuchten «Bibliothek» Dietlikons spielen Second-Hand-Bücher nur eine Statistenrolle, denn die in der Ikea versammelten Bücher haben eine rein dekorative Aufgabe – zur Belebung der zum Verkauf stehenden Regale.

Im Industriequartier zwischen Autobahn und Kantonsstrasse, der grössten Ballung von Einkaufszentren und Fachmärkten der Schweiz, ist die Ikea seit 1992 mit einem Provisorium, seit 1997 mit einer vollwertigen Filiale vertreten. Auf einer Fläche von 20'300 Quadratmetern werden rund 8000 Artikel verkauft. Damit ist sie unter den sechs Schweizer Filialen zwar nicht die grösste, doch von den rund 8 Millionen Besuchen, die das «bekannte schwedische Einrichtungshaus» 2005 verzeichnete – statistisch gesehen also mindestens einer von allen Einwohnerinnen und Einwohnern der Schweiz –, fanden die meisten in Dietlikon statt. Und dies ist an Samstagen und vor Feiertagen auch kaum zu übersehen. Auf ihrem Weg zu Ikea, den Lebensmittelgrossmärkten «Carrefour» und «Waro», dem Elektronikdiscounter «Mediamarkt» und dem Baumarkt «Jumbo» behindern sich ungeachtet des 1997 angepassten Verkehrskonzepts der Gemeinde jeweils Tausende von Fahrzeugen gegenseitig, lassen bisweilen den Verkehr zusammenbrechen und setzen die Taktfahrpläne der beiden Buslinien ausser Kraft. 2002 traf das Unternehmen mit dem Verkehrsclub der Schweiz VCS, der seit 1994 wiederholt gegen das Projekt rekurriert hatte, eine Vereinbarung: die Zahl der Parkplätze wurde reduziert und Parkgebühren wurden eingeführt, deren Ertrag seither in einen Fonds zur Förderung des öffentlichen Verkehrs fliesst. Doch das Verkehrsaufkommen liess nicht merklich nach.

Die Erfolgsgeschichte der Ikea begann 1973 in Spreitenbach mit einer kleinen Filiale, der ersten ausserhalb Skandinaviens, in der Nähe des ältesten Einkaufszentrums der Schweiz. Das Konzept war so einfach wie genial. Möbel in modernem Design mit hohem Wiedererkennungswert wurden kostengünstig in Polen, später auch in Fernost produziert und als Bausatz in platzsparenden Flachpaketen angeliefert. Die Kundschaft kannte die Produkte aus den flächendeckend in alle Haushaltungen verteilten Hochglanzkatalogen, konnte diese in den familienfreundlich gestalteten Ausstellungsräumen prüfen und nach ihrer Wahl eigenhändig in den Lagerräumen abholen, an der Kasse bezahlen, nach Hause transportieren und gemäss der beigelegten Anleitung montieren. Diese neue Arbeitsteilung zwischen Anbieter und Kundschaft und die rationalisierte Produktion in hoher Stückzahl brachte Ikea wie den Käuferinnen und Käufern einen Kostenvorteil. Zielpublikum waren Singles wie Paare, die ihren ersten Haushalt gründeten, ebenso junge Familien mit Kindern, die hier alles fanden, was es zu einem Haushalt braucht: vom Mobiliar über die Salatschleuder bis zu den Papierservietten, dem Bambusbäumchen und der Babyrassel. Und erstmals wurden die Möbel auch nicht mehr für das ganze Leben gekauft, sondern waren Modeartikel auf Zeit.

Nach dem Erfolg in der Schweiz expandierte Ikea 1974 nach Deutschland und weiter von West- nach Osteuropa (1991), von Kanada (1976) in die USA (1985), Australien (1991), China (1998) und 2006 im zweiten Anlauf auch nach Japan. Ende 2006 stand in Dietikon das gleiche Angebot im Regal wie in den übrigen 236 Filialen weltweit – ausser in den 27 US-Filialen, wo Produkte und Marketingstrategie an die lokalen Besonderheiten angepasst werden mussten.

Martin Leonhard



Die Ikea-Filiale im Dietliker Industriegebiet zieht grosse Besucherströme an. Seit der Eröffnung eines Multiplexkinos mit zehn Sälen und über 2300 Sitzplätzen im Frühjahr 2004 (links im Bild) wird das Gebiet auch in den Abendstunden und am Wochenende frequentiert. Das Verkehrskonzept von 1997 musste wiederholt angepasst werden, um den öffentlichen Verkehr im Fluss zu halten. (Fotos Martin Leonhard, Plan Zürcher Unterländer, 17. 2. 1997)