

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 75 (1997)
Heft: 9

Rubrik: Lesermeinungen : die Stimme der Hauptkundschaft

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: 11.01.2026

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

Die Stimme der Hauptkundschaft

Der Alltag steht uns am nächsten! Das hat auch das Thema «Einkaufen» mit den vielen Leserbriefen dazu gezeigt. Was uns dabei am meisten freut: dass offenbar viele Leserinnen und Leser bewusst und kritisch konsumieren und auch das Einkaufserlebnis als solches geniessen. – Um wenigstens nur einen Teil der Erfahrungen und Anregungen zu publizieren, mussten wir oft stark kürzen.

Seniorenfeindliche Verpackungen

Immer braucht man eine Schere, um das knapp und straff darüber gespannte Plastik aufzuschneiden. Ganz schlecht für uns ältere Frauen sind auch die Grosspackungen. Und wie wohl soll ein altes Mütterchen Grossmineralwasserflaschen zu Fuss heimschleppen?

M. und H. Lenz-Gurtner, Thun

(K)ein Platz zum Ausruhen

Weil in den grossen Einkaufsläden alles so weitläufig ist, wird man rasch müde. Doch nirgendwo ist eine Sitzgelegenheit für alte und gehbehinderte Leute da. Für Leute, die an einem Stock gehen müssen, sind auch die Selbstbedienungsrestaurants nicht günstig.

Frau H. Brechbühler, Unterseen

Unbezahlbare Migroswagen

Die Ausnahme in dieser schnelllebigen Zeit: die Migros-Verkaufswagen. Dort kann man fast alles haben. Und obwohl man sich manchmal bücken und strecken und mit schmerzenden Knien Hüenerstägeli zum Einsteigen und zum steilen Aussteigen in Kauf nehmen muss, kaufe ich doch viel lieber im altmodisch-nostalgischen Migros-Wagen ein als in den anderen nahen Migros-

Geschäften, denn das besondere Zusammengehörigkeitsgefühl mit den anderen Kundinnen und die Hilfsbereitschaft des Chauffeurs und der Kassiererin sind einfach unbezahlbar.

Heidi Häusermann, Zürich

Teures Alleinreisen

Bei diesem Thema denke ich auch an den Einzelzimmerzuschlag, der in Hotels zu bezahlen ist. Je länger je mehr möchten auch Alleinstehende und Einzelreisende Ferien geniessen, ohne horrende Zuschläge bezahlen zu müssen.

Rita Haefliger, Wilen

Nett zu dir, nett zu mir

Ich bin Single, 79 Jahre alt und mache beim Einkaufen eigentlich gute Erfahrungen: Ich habe das Gefühl, dass man auch mit uns rechnet. Sehr viele alte Menschen sitzen ja zuhause, wo sie mehr und mehr vereinsamen, doch Einsamkeit ist wie eine Krankheit. Wenn ich einkaufe, so lege ich darauf Wert, dass man mich ganz normal bedient, als ob ich noch 30 Jahre alt wäre.

Frau R.L.W. in R.

Miserable «Beratung»

Als 75jähriger Mann fahre ich recht oft mit dem Auto zum Einkaufen, weil man in unserem Dorf nur gerade das Allernotwendigste kriegt. Doch bei vielen Grossverteilern sind Kundenberatung und Warenhinweise miserabel. So sehe ich unter dem Hinweis «Toilettenartikel» zwar Damenbinden und Klosettrollen zuhause, nicht jedoch das von mir gesuchte Toilettenwasser, Rasiercrème und Rasierklingen. Die seien «dort drüben», wird mir kurz und schnurz beschieden. «Dort drüben» finde ich dann tatsächlich mein Toilettenwasser, direkt unter der grossen Hinweistafel, auf der «Waschmittel» steht. Weitere Beispiele, die einem heutzutage als Kunde zuteil werden können: Als ich einmal mein gewohntes Toilettenwasser im gewohnten Gestell nicht finde und mich deshalb an der Kasse an die einzige in diesem Laden anwesende Angestellte wende, tönt es:

«Fragen Sie mich etwas anderes!» Und als ich einmal dringend ein weisses Hemd brauche und in ein entsprechendes Geschäft gehe, wird mir eines für Fr. 29.50 und ein anderes für 49.50 vorgelegt. «Und was ist nun der Unterschied?» frage ich. Antwort: «Das für 49.50 ist halt das Teurere ...»

Willy Kull-Häslü, Niederlenz

Warum keine Hinweistafeln?

Den Supermärkten schlage ich vor, in den Gängen auf grossen herabhängenden Plakaten zu vermerken, welche Produkte in den Gestellen zu finden sind. Oder steht hinter den fehlenden Hinweistafeln vielleicht der Gedanke, die Kunden beim suchenden Umherziehen zu möglichst vielen ungeplanten Nebenkäufen zu verlocken?

Sonja Brun, Rotkreuz

Kundin, nicht Seniorin!

Ich kaufe gerne ein. Dabei kontrolliere ich die Preise automatisch. Ich werde auch meistens freundlich bedient und bin selbst auch immer freundlich. Hier dennoch einige Verbesserungsvorschläge und etwas ganz Grundsätzliches:

Wenn ich einkaufe, so will ich nicht als «Seniorin» angesprochen werden. Ich bin Kundin, bezahle, was ich kaufe, und erwarte dafür, dass meine Wünsche als Kundin erfüllt werden. Und das gilt natürlich für alle Lebensalter. So ist es auch besonders gemein, Kinder zu unkritischen Einkäufen zu verführen.

- Die Lesbarkeit der Deklarationen müsste unbedingt verbessert werden. Eine am Verkaufsgestell befestigte Lupe wäre sehr nützlich.
- Für Frischprodukte will ich eine klare Erzeugerdekларation wie die «Bio»-Knospe und nicht irgendwelche anderen Phantasiebezeichnungen.
- Bei der Lancierung von neuen Produkten müsste die Werbung genau beschreiben, worum es sich handelt.
- Produzenten und Anbieter sollten mit Konsumentenorganisationen die Kundenwünsche abklären. Und nicht vergessen: Wer zahlt, befiehlt!

Rosmarie Trüb, Uster

Ewig langes Warensuchen

«Kundenpflege» ist in den grossen Einkaufszentren sicher nicht möglich. Was dabei sicher nicht nur mir arge Mühe macht, ist die ewig lange Sucherei nach gewissen Artikeln. Dabei denke ich speziell an das Volkiland in Volketswil, das kürzlich umgebaut wurde. Dennoch hat dabei niemand an eine gute Warenmarkierung gedacht. – Ganz anders sind meine Erfahrungen in den Einzelhandelsgeschäften. Dort nennt man mich beim Namen, fragt nach meinen Wünschen, berät mich und gestattet mir auch einmal einen Umtausch – richtig aufstellend!

Ursula Dennler, Zumikon

Kein Stuhl zum Absitzen

Seit meiner Unfallbehinderung brauche ich drei- bis viermal soviel Zeit, um einzukaufen. Oft wäre ich froh, wenn ich einige Minuten absitzen könnte, doch nirgendwo steht ein Stuhl bereit. Oft ist auf den Packungen selbst kein Verkaufspreis angegeben, nur ganz klein auf der Schmalseite des Gestells.

Frau L. Läng-Flückiger, Schwerzenbach

Seit 25 Jahren gut bedient

Ich bin blind, besorge seit 25 Jahren alle Einkäufe allein, nur in Begleitung meines Blindenhunds, und bin deshalb wirklich auf Hilfe angewiesen. Doch es gibt sehr viele freundliche Verkäuferinnen und Verkäufer, die mich wirklich gut bedienen. *Hedy Sniezek, Niederwil*

Guter alter Quartierladen

Etwas wehmütig erinnere ich mich noch daran, als in Stosszeiten hinter den Supermarktkassen noch jemand den Kunden, die wirklich Kunden waren, beim Einpacken half. Und wohl dem, der noch einen dieser guten alten Quartierläden in seiner Nähe hat, wo der Ladeninhaber

- bereitwillig ein abgepacktes Produkt öffnet, um die gewünschte Menge und nicht mehr der Kundin zu verkaufen;
- sie gratis etwas Neues aus der Feinkostabteilung probieren lässt;
- ihr Flaschen an der Kasse direkt in die Tasche stellt oder auch einmal nach Hause liefert;

- etwas, das im Moment nicht vorrätig ist, in Kürze besorgt.

Dann wird einkaufen zum Vergnügen und nicht zum Stress. Und wenn es manchmal auch etwas teurer ist, so verdirbt doch nichts, weil es immer in der richtigen Menge abgepackt worden ist.

Leopoldine Galgg, Bottenwil

Fast alles im Dorf

Als Seniorin fühle ich mich beim Einkaufen sehr wohl. In unserem grossen Dorf haben wir fast alle Geschäfte an derselben Strasse. Ich schätze diese Auswahl, denn ich kaufe kritisch und gezielt dort ein, wo ich wirklich bekomme, was ich will.

Madeleine Hartmann, Seon

«Es ist noch nicht offen!»

Kürzlich betrat ich um fünf vor neun ein Schuhgeschäft, um Schuhe zu kaufen, die ich im Schaufenster sah. «Es ist noch nicht offen!» beschied mir die noch staubsaugende Verkäuferin. Wie, wenn sie mir, die ich am Stock gehe, einen Stuhl angeboten hätte? So aber werde ich nun dieses Geschäft meiden.

Anne Weber, Winterthur

Freundliche Beratung

Ich ziehe meistens den Detailladen vor, vor allem, weil ich etwas schwerhörig bin. Im Detailladen finde ich stets denselben Verkäufer, dessen Mimik und Gestik ich verstehe. Ich schätze auch eine fachmännische, freundliche Beratung, besonders bei Textilien. Da viele Produkte (vor allem Lebensmittel) ihren festen Preis haben, ist es auch kaum teurer als bei Grossverteilern.

Marie Tinner-Knüpfl, Romanshorn

Lieber in kleinen Geschäften

Warum haben so viele ältere Menschen so wenig Zeit zum Warten? Mit einem freundlichen Gesicht wird auch gleich die Bedienung besser. Ich gehöre selbst zur älteren Generation und kaufe am liebsten in kleineren Geschäften ein, wo der Inhaber noch am Umsatz interessiert ist.

Rosa Graf, Schaffhausen

Es darf auch etwas kosten

Ich gehe gerne in kleinen Geschäften einkaufen, weil ich dort noch persönlich bedient werde und keine Nummer bin wie in Supermärkten. Dafür bezahle ich auch gerne etwas mehr.

Hedi Zürcher-Bolliger, Frutigen

Hineingeschleudert ...

Weil mir kurze Einkaufswege wichtig sind, kaufe ich meistens in der Migros ein, weniger im Coop oder einigen Klein- und Spezialgeschäften. Dabei schätze ich es, die Produkte immer am üblichen Platz in nicht allzu überladenen Gestellen zu finden, zwischen denen ich mich bequem bewegen kann. Es stört mich, wenn die Kassiererin meine Einkäufe nach dem Tippen einfach ins Einpackfach schleudert und das Retoungeld als schwer überprüfbares Häufchen aushändigt. Dann räume ich schleunigst das Feld ... *Frau M.A. in K.*

Wo sind Dienstleistungen?

Einkaufen heisst, Waren gegen Geld eintauschen. Es heisst aber auch, Dienstleistungen gegen Geld beziehen. Für Dienstleistungen geben wir mehr Geld aus als für Lebensmittel. Doch wie steht es damit in Wirklichkeit? Ist die Bedienung freundlich, zuvorkommend und prompt? Werden wir Alten von Versicherungen, Krankenkassen, Banken usw. bedient, wie wir es gerne hätten, und erhalten wir auf Anfragen prompte und klare Antworten? Sind wir nicht oft Kunden zweiter Klasse, weil unser Geschäftsvolumen abnimmt?

Ernst Meienhofer, Ittigen

Berichtigung: 55, nicht 68

In unserem Leitartikel «Forderungen an den Markt der Zukunft» (Zeitlupe 7-8/97, S.4) ist ein bedauerlicher Fehler passiert: Klaus Sieber, auf dessen Vortrag der Text beruht, ist nicht 68 Jahre alt, sondern erst 55. Wir entschuldigen uns dafür, den Unternehmensberater etwas frühzeitig zum Senior gemacht zu haben.

Redaktion Zeitlupe