

Das Christmas-Shopping-Feeling in Berns City

Autor(en): **Däpp, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **56 (2000)**

Heft 6

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-421795>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Das Christmas-Shopping-Feeling in Berns City

Von Walter Däpp

Eigentlich hätte ich nur ein bisschen christmas-shoppen wollen, doch es war mehr – und es weihnachtete sehr. Ich verbrachte, wie ein Poster bei Ochsner-Schuhe es eben grad verheissen hatte, a real cool time. Und ich fühlte mich in Berns festlich gestylter City so richtig daheim.

Ein Flugblatt für Body-Forming und Aerobic hatte mich zwar grad ein bisschen abgelenkt, und beinahe hätte ich das herannahende Tram nicht als solches erkannt: Es war nämlich rot statt grün und offensichtlich nicht primär für Fahrgäste, sondern für Coca-Cola unterwegs. Catch the taste – Fahr away, stand deutsch und deutlich drauf. Und: Coca-Cola on tour. Und während ich all die Werbespots las, merkte ich nicht, dass es schon wieder wegfuhr.

Ich tscheggte also meine Checklist, hielt Ausschau nach dem nächsten Credit-Suisse-Cash-Service – ein persönlicher Cashflow bei UBS oder Bankverein schien mir derzeit zu ungewiss. Unten im Bahnhof fand ich ihn, neben dem Plattenladen City-Disc, wo auf einem Poster gross «it's music» und «it's X-mas» hingeschrieben ist. Ich liess mich vom Sound, der aus dem Shop kam, nicht beirren. Die Aufschrift über dem Durchgang zum RBS-Bahnhof, fand ich hingegen, könnte Ortsunkundige wohl ein bisschen verwirren: Come to Marlboro Country steht gross da – statt über dem Dentenberg oder dem Bantiger über der Wüste von Arizona.

Doch: McClean ist ja schliesslich auch da – samt safe and clean toilets; der B&H Sound Media Shop offeriert hier nicht schlicht billige Preise, sondern The Best Price in Town; Philipp Morris verheisst a New Dimension in Ultra Light American Taste; der Bahnhof-Coiffeur wäre upstairs; der Print Shop oben heisst Copy Quick; und Stimorol verspricht mit dem New Taste Apple and Cinnamon nicht nur frischen Atem, sondern – was? Merry Christmas!

Nicht Merry, sondern White Christmas wünscht Gübelin, oben neben dem Hotel Schweizerhof – notabene einem der Leading Hotels of the World. Omega ist hier auch James Bond's Choice. Irgendwo steht Michel Jordi für The Spirit of Switzerland. Und in der Nähe, neben dem Take Away, wäre ab 17 Uhr Strip-Apéro-Showtime. Doch es war erst Lunchtime.

Bei McDonald's gäbe es Milkshakes, Big Mac oder Chicken Nuggets. In der Spaghetti-Factory kosteten Buffalo Chicken Wings nur 9.80

und Mixed Salad gar nur 6.80. Im Apple-Shop neben Pizza Hut gibt's offenbar keinen Apfelkuchen, aber im Café Black könnte man ja mal Tuna Fish Toast oder einen Fitness-Teller versuchen. Doch ich entschied mich dafür, den Snack-Corner im Kerzenzieh-Zelt auf dem Waisenhausplatz zu besuchen.

Zwischenverpflegung hätte es zwar auch bei Vaucher gegeben: Sportler-Food, Energy-Drinks, Isostar oder Power-Bars. Doch ich durfte das Christmas-Shoppen nicht vergessen (und hatte ja eben grad schon gegessen). Ich erkundigte mich also nach neuen sportlichen Trends und wäre dabei fast zum Fan des Snowboardens geworden. Doch ich wollte mich weder auf Soft- noch auf Plattenbindungen fixieren lassen, werde deshalb wohl auch in den nächsten Skiferien vor allem jassen. Auch Ice Skates, Big Foots oder andere modische Sporting Goods schienen – wie zuvor schon die Young Fashion bei Maikler Schuh-Self – einfach nicht so recht zu mir zu passen.

Oder hätte ich doch vielleicht auf Carving-Ski setzen sollen? Müsste ich nun aber Race Carve, Extreme Carve, Free Carve oder irgendein billiges Allround-Set-Angebot kaufen? Oder halt doch weiterhin langlaufen? Auch hier gäbe es in den Sparten Classic, Touring oder Skating heutzutage ja allerhand. Nun: Ich bin froh, dass ich letztlich all den Verlockungen widerstand und ansonsten immerhin ein viel versprechendes Skiwachs-Sortiment fand: Toko – the Magic Snowtouch from Switzerland.

Im Vorbeigehen erstand ich bei H+M ein T-Shirt-Double-Pack und achtete dabei genau auf das Label of Graded Goods (L.O.G.G.). Den Crazy Prices im Rahmen des Bata-Christmas-Shopping konnte ich dann problemlos widerstehen. Und auch die Super-Price-Angebote von Dosenbach versuchte ich zu übersehen. Obschon auch hier guter Rat hochaktuell und leicht verständlich war: Don't stay cold. Und: Winter is calling. Stimmt – draussen war der erste Schnee ja längst schon falling.

Auch die Action-Leggings bei Charles Vögele waren nicht nach meinem Geschmack. Auch nicht der Top-Hit Let's talk about love von Céline Dion. Auch nicht der herabgesetzte Lambswool-Pullover bei United Colors of Benetton. Und auch nicht, in Franz Carl Webers Spiel-Dreamland, Barbie-Girl oder Game-Boy, Lego-Technic oder Fisher-Price, Playmobil-System oder Playtime-Kitties. Auch nicht Gabriela Sabatinis Parfum Bolero, the rhythm of life. Auch nicht Rhythmen aus den Charts. Und auch nicht einen der vielen Bestsellers über Diana, die Queen of Hearts.

Im Migros-Do-it-yourself vermochte mich dagegen das Painting by numbers anzusprechen, denn das sei perfect for beginners. Nach einem Bud Beer im RoadHouse währte ich mich angesichts eines Swatch-Werbespots mit Blick auf die eigene Uhr endlich mal unter den winners: The time is, what you make of it. Diesen Satz fand ich ein Hit.

Zeit, dachte ich sogleich, ist ja auch money. Und weil man sein tägliches Leben scheint's per PC effizienter gestalten und dank Internet und E-Mail flugs der grossen, weiten und vernetzten Welt teilhaftig werden kann, erkundigte ich mich im Gigashop und bei Interdiscount nach der erforderlichen Hard- und Software. Doch mit dem Kauf tat ich mich schwer, denn statt mich zu informieren, irritierten mich die Verkäufer mit ihrem Computer-Slang fast mehr. Und überhaupt: Statt des Providers fürs Internet interessierte mich plötzlich ein supergünstiges Christmas-Memories-3-CD-Set. Und beinahe hätte ich auch eine 9 Meter lange weihnachtliche Intertonic-Deco-Flexi-Light-Lichterkette gekauft – samt Befestigungsclips für nur 59 statt 99 Franken. Damit, dachte ich, liesse sich doch die Pappel vor dem Haus mal festlich umranken.

Die Zeit lief mir, Swatch hin oder her, allmählich davon. Sie reichte nicht mehr aus, um im Oldie-Shop eine CD oder im Body-Shop ein Peach-Bath oder ein Shower Gel zu kaufen. Der Weg zum Kitch'n cook-Bazar und zur Star Gallery (unten an der Kram- oder Gerechtigkeitsgasse?) war eh zu weit, und der schon vor dem offiziellen Sale herabgeschriebene Pullover, den ich im Hosen-Saloon noch rasch probierte, war mir oben, um den Hals, zu weit. Und mangels Handy hauchte ich halt in der nächsten Swisscom-Kabine ins Telefon, mein Christmas-Einkaufsbummel sei ein bisschen abverheit.

Vielleicht, dachte ich, hätte ich diesen Nachmittag doch lieber die Ausstellung A walk on the wild side im Historischen Museum besucht oder im Kino mit Ice Storm, Turbulence, Tango Lesson, Double Team oder Sleeping Man nach Zerstreuung gesucht. Oder, was ich mir auch noch vorgenommen hatte, am SVB-Informationdesk nach dem scheint's so praktischen Gratis-Pocket-Fahrplänchen für den neuen Night-Shuttlebus namens Moonliner (the safe way home) gesucht. Oder beim Bund-Ticket-Corner ein Theaterbillett gebucht.

Verflucht. Vielleicht sollte man nächstes Jahr dem Vorweihnachtsrummel halt doch zu entrinnen versuchen – mal einen Last-Minute-Charterflight buchen und per London-Christmas-Shopping-Trip nach einem wirklich vertrauten, stimmig-besinnlichen Weihnachtseinkaufsbummelfeeling suchen. Oder wärs wohl angezeigt, mal einen Englischkurs zu besuchen?