

REPORTAGE



LIFESTYLE

“Do gitt der zrêck, well dir kritt eppes zrêck”

Text: Renée Wagener; Fotos: Patrick Galbats

In der Radio-Reklame fordert Bonny, das Eichhörnchen, zu den Klängen von „De Jangeli fiirt den Houwald erop“ die Kundschaft auf, „aktiv an der Kopperatiiv“ zu werden. Zugegeben, nicht gerade taufrisch, das Werbekonzept. Aber beim „Eisebunner-Konsum“ lockt gerade der biedere Charme vergangener Jahrzehnte. Ode an einen Supermarkt.

Ein Nachmittag in Bonneweg Nord. Energisch schiebt eine Frau einen Einkaufswagen der „Coopérative“ aus einem Hauseingang. Beladen ist er mit Altpapier, ihr Ziel ist wohl der Papiercontainer. Die kreative Nutzung von Supermarkt-Caddies ist seltener geworden, kommt aber in dem populären Viertel immer noch vor.

Ich bin auf dem Weg zu eben diesem Supermarkt, dem ich seit mehr als einem Jahrzehnt die Treue halte. Von der Rocade aus ist der Bau nicht zu übersehen - ein architektonisches Juwel der Siebzigerjahre, mit klarer Kastenform. Erst auf den zweiten Blick sichtbar: die Rampe am Ende des Gebäudes, hinter der langen Reihe von Parkplätzen an der Längsseite, die zum Dachparking führt. Wo sonst gibt es heute noch ein Dachparking?

Grünes Plastikdekor, auf dem ein Rieseneichhörnchen prangt, und darunter zwei Schlangen mit geparkten Caddies markieren den Eingang an der Ecke. Das Spalier bildet der nach draußen verbannte Verkaufsstand für Blumen und Pflanzen. Ihm gegenüber, integriert in den Gebäudebestand, die Hamburgerbude - Ver-

suchung für manche auf dem Weg zum eigentlichen Ziel, für viele aber das Ziel selbst. Mittags, aber auch zu anderen mehr oder weniger schicklichen Zeiten stehen sie hier Schlange: eilige Banker, Schüler, Arbeiter, Alkis, meist männlichen Geschlechts. Die Fleischessünden sollen zu den verlockendsten in der Stadt gehören.

Der Bratduft schwebt mit, als sich die gläserne Schiebetür öffnet und ich eintrete. Gleich hinter der Tür sitzt die Wächterin über die Pforte des Konsumtempels, die Dame von der Getränkeabgabe. Von kräftiger Statur, im pastellgrünen Kittel - neuerdings mit Namensschildchen - gibt sie auf Anrede ein breites „Moien“ von sich. Beim Abzählen der Flaschen und Berechnen des Pfands konzentriert sie sich auf das Wesentliche, wenn sie nicht

gerade mit einem besonders treuen Klienten plaudert. Ich akzeptiere ohne Murren, dass ich diesen Status noch nicht erreicht habe, nehme die letzte Hürde in Form einer selbstöffnenden Metallsperre und stehe endlich vor den signalroten Plastik-Einkaufskörben. Kein Caddie, nein, mir sind die Körbe lieber, auch wenn die Jahre sich als schwarze Patina auf dem Plastik niedergeschlagen haben.

Nun beginnt das Einkaufserlebnis. Das Auge wird sogleich gefangen von den Sonderangeboten: Weinflaschen, Mehltüten und farbige Dosen aller Art. Doch halte ich mich hier nicht auf, sondern strebe der Milchwaren-Theke entgegen. Seit ich hier einkaufe, wurde noch kaum ein Regal umgestellt, die Gänge sind stets die gleichen, die Suppenwürfel, Klo-

REPORTAGE



Publikumsmagnet Fleischtheke. Das Angebot ist bekannt für seine gute Qualität.

papierrollen und und Bierkasten haben ihren festen Platz. Nun gut, der Einzug der Bioware ist eine akzeptable Neuerung. In manchen Regalen schlagen sich neue gastronomische Vorlieben nieder - phantasievolle Varianten von Chips und Oliven und Fertigmahlzeiten aller Art. Hier und da ringen Produkte unterschiedlicher kultureller Herkunft miteinander um die Vorherrschaft. An der Käsetheke etwa haben italienische Käsesorten schon seit langem ihren Platz neben dem obligatorischen Gouda und Emmenthaler - der manchen in Luxemburg immer noch als der Käse schlechthin gilt - erobert und erhalten

nun ihrerseits Konkurrenz von Produkten aus Portugal.

Am Hamburger-Stand der „Coopérative“ stehen sie Schlange: eilige Banker, Schüler, Arbeiter, Alkis, meist männlichen Geschlechts.

Ein mit Verspätung geleisteter Tribut an die sozialen Veränderungen im Viertel Bonneweg: Früher waren die Arbeiterhäuschen der oberen Rue des

Trévires und der angrenzenden Querstraßen wohl fest in der Hand luxemburgischer Eisenbahnerfamilien, für die in puncto Konsum nichts anderes als „ihre“ Coopérative in Frage kam. Als sie und ihre Kinder die Vielfalt der Cactus, Concorde und schließlich Auchan entdeckten, war das Häuschen im Grünen ebenfalls erschwinglich geworden. In die leergewordenen Wohnungen zogen zunächst italienische, später portugiesische und capverdianische Familien ein. Die Veränderungen machen sich auch beim Personal des Supermarkts bemerkbar. Während früher luxemburgische Reinkultur regierte, haben sich die Namensschildchen der Verkäuferinnen und Verkäufer diversifiziert.

Ich pilgere am Frischeregal vorbei und decke mich mit Biojoghurt ein. Zwei Verkäuferinnen sind dabei, die Regale aufzufüllen. Während sie mit raschen Handgriffen Milchflaschen, Butter und Frischkäse einräumen, plaudern sie über ihre Lieblings-Tele-novela. Fließend wechselt die Sprache zwischen Französisch und Portugiesisch hin und her.

Nun steuere ich den Publikumsmagnet, die Fleischtheke an. Nicht nur die Hamburger haben einen guten Ruf; das gesamte Fleischangebot der Coopérative ist bekannt für seine gute Qualität - kein Wunder, dass hier ohne Anstehen meist nichts geht. Dafür kennt der Mann in weißem Kittel und Mütze sich in seinem Fach bestens aus. „Ass et fir e Stroganoff?“

fragt er, als ich ihn bitte, das Rindfleischfilet in Würfel zu schneiden. Gut gelaunt schäkert er mit Verkäuferinnen und Klientel, während er hingebungsvoll das Fleisch seziert. Er weiß auch, wie lange ein dreipfündiges Roastbeef gehen darf, oder wie groß ein Lammgigot sein muss, um sechs Leute satt zu bekommen.

An der Käsetheke machen sich - neben dem obligaten Gouda und dem Emmenthaler - Käsesorten breit, die erst seit kurzer Zeit von portugiesischen Produkten Konkurrenz erhalten.

„Jambon grand-ducal ou Bauceren?“, fragt die Verkäuferin mit südländischem Akzent. In der Schinken- und Wurstabteilung geht es geschäftig zu. Junge Damen zählen die Salami-, Chorizo- und Mortadella-Scheiben ab, schneiden am Pâté oder ordnen Aspik-Schälchen mit „Fierkelsjelli“. Ihre Freundlichkeit ist antrainiert, mit den Gedanken sind sie ganz woanders...

An der Geflügel- und der Fischtheke halte ich mich nicht auf, und die Tiefkühlregale lasse ich links liegen. Mein nächstes Ziel ist das Weinregal - eher eine Weinstraße, und trotz





Entspannungspause in der „Buvette“.

verhältnismäßig kleiner Fläche gut sortiert. Hier zeigt sich der multikulturelle Supermarkt in seiner schönsten Form: Während Weine aus Übersee eher selten anzutreffen sind, erfreut sich das Auge an luxemburgischen, französischen, italienischen und portugiesischen Angeboten, bei denen das Preis-Leistungsverhältnis meist stimmt. Es ist gerade „Portugiesische Woche“, und so habe ich die Qual der Wahl.

Vorne rechts hinter den Regalen ertönt Gelächter. Nur abgeschirmt von Stellwänden, befindet sich zwischen Eingang und Kasse die „Buvette“. Unter der Gemütlichkeit der Neonleuchten trifft sich hier ein fester,

fast geschlossener Zirkel von Stammgästen: Ältere Damen sitzen hier nach dem Einkauf noch zusammen, „Krunnemécken“ trinken ihr Bierchen. Und alle zusammen beobachten sie, wer alles heute mit dem Einkaufswagen ankommt.

Nach einer kurzen Visite am Bäckereistand – wo neuerdings stadtbekanntes Biobrot bester Marke zu bekommen ist – ist es eigentlich nur noch ein Schritt bis zu den Kassen. Doch davor – es soll nicht verschwiegen werden – liegt die Tristesse der Obst- und Gemüsetheke. Das Wort Theke ist allerdings seit kurzem nicht mehr zutreffend: Wo vorher eine Verkäuferin servierte, hat sich nun auch der Self Service endgültig durchgesetzt. Und das Bioregal links in der Ecke bietet nur Abgepacktes.

Nun gut, bringen wir rasch diese lieblose, nur von Sonderangeboten aufgeheiterte Zone hinter uns und konzentrieren uns auf das Wesentliche: die Wahl der Kasse. Neben dem möglichen Erlebniswert der Gespräche zwischen Kassiererin und Kundschaft und der Ausstattung der Kasse mit Nähnadeln, Lockenwicklern oder Lakritzen spielt die Schnelligkeit der Abwicklung im Vergleich zu anderen Supermärkten eine eher untergeordnete Rolle.

Wer es sehr eilig hat, ist hier an der falschen Adresse. Hier ist persönliche und entgegenkommende Bedienung Trumpf. Und natürlich – Gewerkschaftsbetrieb oblige – die Lebensqua-

lität des Personals. Auch wenn die Kassen kürzlich modernisiert wurden: High-tech-Do it yourself-Kassen gibt es hier nicht. Immerhin wurden vor einigen Jahren die Heftchen mit den Rabatt-Marken durch Plastik-Karten ersetzt: zweifellos ein technischer Fortschritt, aber auch das Ende einer Ära. Trotzdem stellt sich spätestens hier die Frage: Kann die Cooperative überleben? Kann sie mit der Konkurrenz Schritt halten, oder ist sie nur noch ein Anachronismus im Lebensmittelhandel? Für Bonneweg ist sie aber weit mehr als nur ein Geschäft: ein Marktplatz, eine soziale Einrichtung, ein Motor des Viertels.

Neben dem möglichen Erlebniswert der Gespräche zwischen Kassiererin und Kundschaft und der Ausstattung der Kasse mit Nähnadeln, Lockenwicklern oder Lakritzen spielt die Schnelligkeit der Abwicklung eine eher untergeordnete Rolle.

Nun, welche Kasse? Ich entscheide mich gegen die Dame, die ihren Caddy mit Mineralwasser aufgefüllt hat, und für den Rentner, der nur Wein,

Salami und Brot auf den Rollteppich legt. Weshalb er die Schnellkasse verschmäht hat, wird sofort klar: Er muss der Verkäuferin das neueste Foto seiner kleinen Enkelin zeigen.

Jetzt bin ich an der Reihe: Meine Bonny-Karte habe ich schon parat, aber für die Getränkebestellung muss die nette Verkäuferin doch den Schreib-Block hervorziehen. Während hinter mir die nächsten Kunden geduldig warten, notiert sie sorgfältig meine Wünsche. Morgen werden die Rosport- und Battin-Flaschen vor meiner Tür abgestellt. Während der Kassenzettel aus der Maschine rattert, freue ich mich zusammen mit der Verkäuferin über das bessere Wetter, das für das Wochenende angesagt ist.

Das wars. Das war's? Nicht unbedingt. Ich könnte nun noch am Zeitungsstand rubbeln, Kaffee an der hauseigenen Maschine mahlen oder die Anzeigen am schwarzen Brett studieren. Oder noch schnell gegenüber zum Schuster oder zur Reinigung. Oder gar ins Haushaltswarengeschäft „Galerie“, früher „Bazar de Bonnevoie“, welches der Cooperative angegliedert ist. Doch das ist ein Einkaufserlebnis für sich.

Die Kooperative: ein Betrieb der Eisenbahnergewerkschaft

Die „Coopérative de Bonnevoie“ ist eines der letzten gewerkschaftseigenen Geschäfte, von denen es früher eine ganze Reihe in Luxemburg gab. 1919 gegründet, ist der „Eisebunner-Konsum“ in seiner aktuellen Form seit 1970 in Bonneweg implantiert. Die Kundschaft ist am Gewinn beteiligt.