

Zeitschrift: Frick - Gestern und Heute
Herausgeber: Arbeitskreis Dorfgeschichte der Gemeinde Frick
Band: 8 (2001)

Artikel: Aus dem Leben eines Marktfahrers
Autor: Picard, Heinz / Stebel, Karl
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-954933>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.05.2025

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

Aus dem Leben eines Marktfahrers

Heinz Picard im Gespräch mit Karl Stebler, Gebenstorf

Heinz Picard: Herr Stebler, Sie besitzen einen Kleiderstand. Haben Sie das Geschäft selber aufgebaut?

Karl Stebler: Ja, zusammen mit meiner Frau. Dabei war ich allerdings erblich vorbelastet. Meine Eltern haben von 1950 bis 1954 mit Textilien gearbeitet, und zwar als Markthändler. Dabei gestalteten sie den ganzen Arbeitsprozess selber, vom Stoffeinkauf über Musteranfertigungen bis zum Endprodukt. Und dann brachten sie die fertige Ware auf die Märkte. Um 1953 begannen sie mit dem Verkauf über Detailläden und dehnten ihn nach und nach auf die ganze Schweiz aus. Das war gleichbedeutend mit dem Ende des Markthandels.

P: Und Sie sind dann doch wieder Marktfahrer geworden?

S: Als mein Vater 1968 starb, kam es zu erbrechtlichen Differenzen. Meine Frau und ich hatten inzwischen drei Kinder und verfügten über geringe finanzielle Mittel; doch wollten wir allen beweisen, dass wir fähig waren, eine eigenständige Existenz aufzubauen; da bot sich halt die Marktfahrerei an. Im August 1969 reisten wir an unsern ersten Markt, es war eine Kirchweih (Kilbi) in Widnau im St. Galler Rheintal. In jener Gegend fanden damals viele Kirchweihen statt, und die waren in der Regel mit Märkten kombiniert. Diese gehörten zu den besten Absatzgebieten, der Marktbesuch war dort fast ein Muss. Am Sonntag nämlich hatten die Leute Zeit, und die Männer konnten ihre Frauen begleiten. Von Beginn weg boten wir an unserem Stand nur Eigenfabrikate an; wir kauften den Stoff ein, machten die Muster und fabrizierten die Kleider. Das ging einige Jahre ganz gut, dann änderte sich die Marktlage. Die Eigenfabrikation wurde immer teurer, und schliesslich stellten wir fest: Beim Einkauf von Fertigprodukten kostet die Ware zwar ein bis zwei Franken mehr, dafür muss man aber nicht ein



Karl Stebler,
seit 30 Jahren am
Fricker Markt.

halbes Jahr im Voraus Geld in den Ankauf des Rohmaterials stecken. Die Rechnung war schnell gemacht: Ab sofort wurden nur noch Fertigwaren eingekauft, vor allem deutsche Artikel. Die passten durchwegs besser in den Grössen; italienische Kleider wären zwar billiger, dafür sind sie viel zu klein.

P: Mit Ihrer offenen Art fanden Sie wohl schnell den Zugang zu Ihrer Kundschaft?

S: Im Allgemeinen ja. Die meisten Märkte empfand ich als sehr angenehm, «die Nase kam an», wie wir sagen.

Man wurde sofort anerkannt. An andern wiederum kam man nicht an die Leute heran. Da gab's einen Markt in X – ich will den Namen hier nicht nennen –, da schauten die Leute auch nach drei Jahren noch herein, als hätten wir die Räude.

P: Wie haben Sie die Fricktalerinnen und Fricktaler erlebt?

S: Hierher komme ich mit meiner Frau regelmässig seit über 30 Jahren und hatte von Anfang weg keine Probleme. Vor Jahren drohte wohl mal eine Käuferin, wenn sie nicht zufrieden sei, komme sie dann persönlich nach Gebenstorf; wir hatten alle erdenkliche Mühe, ihr klarzumachen, dass in Gebenstorf kein Laden existiert. Ein Verkauf auf dem Markt, und im Hintergrund kein Laden: Da konnte doch etwas nicht stimmen.

P: War dies kein Mangel?

S: Die Frage stellte sich nicht: Wir konnten nicht gleichzeitig einen Laden unterhalten und ständig unterwegs sein; und eine weitere Kraft einstellen, hätte sich nicht gelohnt. Zudem liegt Gebenstorf zwischen Brugg und Baden, ungünstig also; wer von so weit anreist, tätigt seine Kleiderkäufe gleich in der Stadt.

P: Sie verschrieben sich also der Marktfahrerei. Wie muss man sich das vorstellen?

S: Wir hatten, wie gesagt, drei Kinder und mussten uns tüchtig ins Zeug legen. Während der ersten 25 Jahre «machten wir voll Markt», d. h., wir besuchten wöchentlich sieben Märkte und mehr. Zu Beginn machten wir sogar viele «Doppelmärkte», und zwar mit nur einem Auto. Das bedeutete z. B., dass ich meine Frau morgens um halb sechs Uhr in Zofingen ab lud und dann weiter-

fuhr nach Biel, weil die beiden Märkte am gleichen Tag stattfanden. Und am Abend absolvierte ich nochmals die gleiche Strecke in umgekehrter Richtung. Und so hielten wir's mit andern Märkten auch, uns blieb keine andere Wahl; wer in unserer Branche vorwärts kommen wollte, musste da durch. Dabei konnten wir immer auf die Unterstützung meiner Schwiegermutter zählen; ohne sie hätten wir's kaum geschafft. Vor acht Jahren stellten wir dann diese Doppelbelastung ein; wir spürten, dass unsere Gesundheit zu kurz kam. Und die Folgen blieben nicht aus. Vor vier Jahren musste ich mich einer Herzoperation unterziehen; damit war klar, dass wir künftig etwas kürzer treten mussten.

P: Wie erlebten Sie den Wandel des Markts in der Zeit?

S: Wenn ich speziell an den Fricker Markt denke, fällt mir rückblickend auf, dass in den ersten 20 Jahren praktisch immer die gleichen Leute am Markttag erschienen; und zwar vorwiegend ländliche Kundinnen. Das waren durchwegs einfache, gradlinig denkende Frauen, mit denen man gut harmonierte. Wer die anständig und korrekt bediente, schaffte sich eine treue Kundschaft. Und ich darf wohl mit einigem Stolz behaupten, dass es meiner Frau und mir in all den Jahren gelungen ist, das Image des Marktfahrers etwas anzuheben. Marktfahrer gehörten früher nach Meinung der Leute einer mindern Klasse an, waren verschrien als Zigeuner. Das hat sich geändert, Gott sei Dank. Geblieben ist aber immer noch eine erhöhte Sensibilität gegenüber Markteinkäufen. «Bist selber schuld, warum kaufst du am Markt ein?», ist eine häufige Reaktion kritischer Kunden. Da ist man mit ein und demselben Artikel dem Warenhaus gegenüber viel toleranter.

P: Wie war die Zahlungsmoral der Kundschaft?

S: In der Regel wickelte sich das Geschäft gegen Barzahlung ab. Bekannten Kunden, die nicht genügend Geld bei sich hatten, weil sie gar keinen Markteinkauf geplant hatten, gaben wir Einzahlungsscheine ab; das klappte ausnahmslos. Stammkunden durften auch mal eine Auswahlendung mitnehmen, wenn sie sich am Stand selber nicht entscheiden konnten. Am Nachmittag kamen sie wieder vorbei oder schickten uns das nicht Gewünschte per Post zurück. Nie hatten wir dabei Probleme; das funktioniert auch heute noch. So liess sich denn über die Jahre hinweg ein gegenseitiges persönliches Vertrauensverhältnis aufbauen. Und der Kunde war dankbar. Zufriedene Kunden brachten auch mal ein Geschenk vorbei; eine Schokolade zum Beispiel, einen Sack Kartoffeln usw. Dieser Kundenkreis ist allerdings kleiner geworden. Die neue Generation ist sachlicher, die Beziehungen sind weniger herzlich. Man hat auch keine Zeit mehr für einen kleinen Schwatz. Die heutigen Jungen haben ja auch viel mehr Einkaufsmöglichkeiten. Warenhäuser und Läden sind allgegenwärtig. Grundsätzlich könnte man tagaus, tagein in einem überquellenden Warenangebot herumstöbern. So ändern sich die Zeiten. Wer früher einkaufte und aus einem grossen Sortiment frei auswählen wollte, der wartete auf den Markttag, da kam er voll auf seine Rechnung. Das war die einstige Stärke des Marktes. Ganz früher, noch vor meiner Zeit, kam noch das Markten hinzu. Man bezahlte nicht den verlangten Preis; der war vom Händler allerdings bereits so hoch angesetzt, dass Feilschen dazugehörte. Wer diese Kunst beherrschte, war dem schüchternen Kunden gegenüber immer im Vorteil. Das ging so lange, bis die Preisanschreibepflicht gesetzlich verankert wurde; dann war's mit dem Markten vorbei. Das hat den Vorteil, dass sich kein Kunde mehr

benachteiligt fühlt. Doch ein Stück Marktatmosphäre ging dabei verloren.

P: Man könnte sagen, dass der Markt viel von seinem ursprünglichen Charakter verloren hat. Ist er gar in seiner Zukunft gefährdet?

S: Wenn eine Gemeinde Sorge trägt zu ihrem Markt und nicht einfach die Gemeindekasse äufnen will, dann wird er sich erhalten. Sorge tragen, heisst zunächst für dessen konsequente Durchführung sorgen. In dieser Beziehung ist Frick vorbildlich. In vielen Gemeinden fällt der Markt nämlich immer wieder aus; man hat vielleicht bei der Ansetzung einen Feiertag übersehen oder gibt einem aktuellen Ereignis den Vorzug. Frick setzt die Daten rechtzeitig und definitiv fest. An manchen Orten zeigt sich der Marktkchef nur kurz bei der Einteilung oder beim Einziehen der Standgebühren. In Frick ist er darüber hinaus stets erreichbar, für den Fall, dass ein unvorhergesehenes Ereignis den regulären Tagesablauf stören würde. Ein guter Marktkchef überlegt auch, welche Art Marktfahrer «seinen» Markt bereichern könnte oder ob in einem Bereich ein Überangebot besteht, das neu strukturiert werden müsste, um es attraktiver zu gestalten. Er lässt sich auch vom Angebot anderer Märkte inspirieren. Dabei soll die natürlich gewachsene Marktgrösse nicht gesprengt werden. Manche Gemeinden denken nur an Mehreinnahmen, achten dabei beispielsweise vor allem auf zusätzliche Standgebühren und bauen ihren Markt daher immer mehr aus. Auf diese Weise schaufeln sie dem Markt sein vorzeitiges Grab: Plötzlich stimmt u. a. die Infrastruktur nicht mehr, z. B. fehlt das Postautoangebot, das neue Kunden herbeiführen könnte. Oder es mangelt an Parkplätzen. Möglicherweise bieten zu viele Stände die gleiche Ware an. Auch sollte der Parcours,

den man einem Kunden zumuten darf, nicht über ein vernünftiges Mass hinausgehen. Das Abwandern eines Marktes ermüdet, physisch und geistig. Dadurch erlahmt aber die Kauffreude.

P: Da erlebten Sie in Frick ja beinahe paradiesische Zustände?

S: Im Grossen und Ganzen waren wir sehr zufrieden. Misstöne gab's natürlich auch, vor allem bei Umstellungen. Das hatte vor allem mit Marktchefs zu tun oder mit dem Präsidenten der Marktkommission. So waren in Frick lange Zeit Verkaufsanhänger verpönt. Die Fahrer sollten die vom Dorf zur Verfügung gestellten Stände benutzen. Dabei vergass man, dass die gemeindeeigenen Stände auch Kosten verursachen. Man braucht nicht nur die Stände, sondern auch Arbeiter fürs Aufstellen und Abräumen und einen geeigneten Unterstand. Diese Lasten entfallen für Marktfahrer, die mit ihrem Anhänger aufkreuzen.

P: Etwas ganz anderes. Markt und Wetter, das ist für Markthändler sicher auch ein Thema.

S: Ja, das dürfen Sie laut sagen. Das Wetter ist für uns am Markttag das A und O. Es kam vor, dass wir am Februarmarkt unsere Waren gar nicht auspacken konnten, weil der Schnee so dicht fiel. Auch der November zeigte sich manchmal von seiner garstigen Seite. Vor zwei Jahren hätten wir um ein Haar nicht anreisen können, so hoch lag der Matsch auf den Strassen. Auch der Wind rüttelte oft gewaltig an den Ständen, hob bedrohlich das Dach und brachte die ganze Herrlichkeit beinahe zum Einsturz. Versichern können wir uns gegen solche Naturereignisse nicht. Die Versicherungssumme wäre zu hoch, und die Beweislast für eine entsprechende Windstärke als Verursacher ist kaum zu erbringen.

P: Wie wirkten sich solch missliche Verhältnisse auf die Kauflust der Leute aus?

S: Früher war man nicht so zimperlich. Die Häuser waren noch nicht überheizt, man trotzte Nässe und Kälte. Dagegen gab's gutes Schuhwerk und währschafte Kleidung. Heute spüren wir Händler jeden Wetterumschlag; kommt eine Bise oder ein Gewitter auf, bleiben viele Leute daheim. Ins Auto steigen und bis vor die Türe fahren, das ist die Devise moderner Kunden; dafür bietet sich das Einkaufscenter an, der weitere Weg ist kein Hindernis mehr, man ist heute mobil. Und der Mangel an Ambiance und Geselligkeit fällt heute nicht mehr ins Gewicht.

P: Wie steht es mit den Kaufgewohnheiten der Kunden im Wandel der Zeit?

S: Die ältere Kundschaft kaufte weniger Waren. Wer Kleider postete, trug sie auch aus. Er war auch bereit, mal etwas zu flicken, einen Saum zu machen, einen Ärmel zu kürzen, etwas abzuändern, damit es für die Kinder passte usw. Das gibt es heute nicht mehr. Wer kann heute noch flicken, eine Nadel zur Hand nehmen? Da wird lieber wieder etwas Neues eingekauft. Gut, die Ware kostet zum Teil auch nicht mehr so viel. Früher, und da war das Geld noch mehr wert, kostete ein Rock bald einmal 100 Franken und mehr. Da musste er natürlich auch eine gewisse Zeit halten. Und niemand achtete darauf, ob man ihn immer wieder trug. Und wenn er schon so teuer war, dann kann man ihn doch nicht wieder weggeben, das schickt sich nicht. So dachten die damaligen Frauen. Heute achten viele Leute nicht mehr auf die Qualität, für sie muss vor allem der Preis stimmen. Andererseits gilt es wieder als modern, alte Sachen, die für ein paar Jahre eingemottet waren, hervorzuholen. Wenn die Grösse stimmt,

zieht man sie wieder an. Das spricht natürlich für die damalige Qualität.

P: Wird einmal eines Ihrer Kinder die Nachfolge antreten?

S: Eher nicht, wie es im Moment aussieht. Alle drei haben einen Beruf erlernt; darauf legten wir als Eltern Wert. Unser Geschäft ist ja sehr krisenanfällig; wir hängen immer etwas in der Luft. Auch vom BIGA her sind wir nicht geschützt, weil unsere Tätigkeit nicht als eigentlicher Beruf gewertet wird. Gut, wenn wir einmal zurücktreten, springt vielleicht doch noch eines ein. Viele Leute wechseln ja heute den Beruf. Aber wir lassen alles offen.

P: Können Sie uns noch etwas über die finanzielle Seite Ihres «Berufes» erzählen?

S: Es gibt viele ältere Markthändler, die sich ein gutes Auskommen sichern konnten, es gar zu einem gewissen Wohlstand brachten. Sie mussten sich aber auch entsprechend dreinlegen, um voranzukommen. Die hatten noch kein Auto, man war auf den Zug angewiesen; noch früher auf Ross und Wagen. Dann nahmen sich Transportunternehmen wie Holenstein in Aarau speziell der Marktfahrer an, sie transportierten mit Lastwägelchen deren Waren in Schachteln und Koffern an die verschiedenen Markttorte. Der Marktfahrer benutzte dann den Zug. Und grosse Ansprüche stellte man nicht. Alte Händler berichten, an kalten Tagen seien sie nachts im warmen Abteil mit dem Generalabonnement ins Welschland gefahren, um die Kosten fürs Übernachten zu sparen und sich in den geheizten Wagen warm halten zu können. Nun, der Einsatz ist auch heute noch enorm: Tagesbeginn meist um fünf Uhr wegen der jeweiligen Anfahrten; Arbeitsschluss erst spätabends, wenn

wieder eingeladen und nachgerichtet ist für den nächsten Tag.

P: Welche Märkte sind für Sie die ertragreichsten?

S: Die Monatsmärkte. Wer jeden Monat am gleichen ersten Dienstag oder Donnerstag aufkreuzen kann, und dies zwölfmal im Jahr, hat den besten Kontakt zur Kundin. In einem solchen Fall kann er die Frau mit Namen anreden, weiss, ob sie weite Sachen vorzieht oder lange etc. Bezüglich Jahreszeit sind es Mai und November. Im Mai ist der Winter vorbei, man braucht in der Regel etwas Neues für den Frühling oder Sommer. Im Sommer selber braucht man nicht unbedingt neue Kleider. Zudem herrscht im Sommer oft schlechtes Wetter, das ist der Kauflust abträglich. Und im November braucht man wiederum etwas Neues für den Winter. Diesem Rhythmus gehorcht das Kaufgebaren vor allem der «älteren» Marktbewohner. Aber wenn ich das noch sagen darf: Natürlich ist der Markt ein Geschäft, von dem wir leben wollen, und dies möglichst gut. Doch das Schönste an meiner Arbeit ist die Freiheit in vielen Dingen und die Möglichkeit, voranzukommen, wenn ich mich tüchtig ins Zeug lege.

P: Herr Stebler, ich danke Ihnen für dieses offene Gespräch. Mögen Ihnen die Freude am Marktleben und die Schaffenskraft noch viele Jahre erhalten bleiben!