

Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'894
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 17
Fläche: 117'807 mm²

Im Niederdorf boomt Bio

In der Zürcher Altstadt hat Nachhaltigkeit Hochkonjunktur: Auf knapp 300 Metern sammelt sich eine Vielzahl von Kleider-, Lebensmittelläden und Restaurants, die alle auf Bio setzen.

Martin Sturzenegger, Text
und Urs Jaudas, Fotos

Für Freunde der Nachhaltigkeit befindet sich das Tor zur Hölle beim Central. Die Strasse, die von dort ins Niederdorf führt, ist gesäumt von Fast-Food-Ständen, Billig-Kleiderläden und 24-Stunden-Shops. Es sind die Tankstationen der partyfreudigen Wegwerfgesellschaft. Doch im Dörfli wächst eine Gegenbewegung heran: Mehr als ein Dutzend Kleiderläden, Restaurants, Bäckereien und Lebensmittelläden, die für sich beanspruchen, äusserst umweltfreundlich zu sein.

Die Zürcher Bio-Meile beginnt beim Hirschenplatz. Wer auf dem Weg zum Grossmünster in die Schaufenster blickt und die Seitengassen nicht ausser Acht lässt, bekommt Slogans wie «Grüne Kosmetik mit einem Schwung Ethik», «Kauf Dir eine bessere Welt» oder brachialer «Healthy as fuck!» zu lesen. Hier appellieren die Anbieter an das Konsumentengewissen. Etwa Sebastian Lanz. In seinem Geschäft Rrrevolve. Er verkauft modische Accessoires: «Die Nachfrage ist weit grösser als das Angebot», sagt Lanz. Im August eröffnet er am Hirschenplatz eine zweite Filiale. Die gut frequentierte Lage im Niederdorf hat ihren Preis. Die Mietpreise liegen zwischen 400 und 2000 Franken pro Quadratmeter und Jahr. Lanz hingegen hat Glück.

Für sein Geschäft in der Stüssihofstatt bezahlt er 3500 Franken monatlich. «Meine Vermieterin hat den Zins seit zwanzig Jahren nicht mehr erhöht.»

Gutes Verkaufsargument

In anderen Fällen stehen hinter den Bio-Lädels potente Geldgeber. Das Mymuesli-Geschäft etwa, das demnächst eröffnet, kann auf einen deutschen Mutterkonzern zurückgreifen, der schon mehr als 40 Filialen eröffnet hat. «Wir vermuten im Niederdorf grosses Potenzial und viele Müsli-Freunde», sagt Firmenchef Stephan Schwartz. Trotz der teuren Altstadt-Miete glaubt er an den Standort: «Wir profitieren vom Bio-Cluster, das sich im Niederdorf gebildet hat.»

Mymuesli erntet nun, was Nachhaltigkeitspioniere vor Jahren gesät haben: «Wir wurden noch als Körnli-picker belächelt», sagt Susanne Kenel, die seit über zwanzig Jahren die Biomarkthalle Vitus betreibt. Sie freut sich, dass Bio nun so gefragt ist, verweist aber auch auf Marketingtricks gewisser Anbieter, die wissen: Wenn Bio draufsteht, verkauft es sich gut. «Die Kunden müssen in jedem Fall sehr genau hinschauen, wie nachhaltig die versprochene Nachhaltigkeit tatsächlich ist.»



Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'894
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 17
Fläche: 117'807 mm²

Die Zürcher Bio-Meile

Rrrevolve Niederdorfstrasse 17
Im August eröffnet Besitzer Sebastian Lanz am Hirschenplatz die zweite Rrrevolve-Filiale.
Punkt 1 (siehe Grafik)

Good to go Spitalgasse 12
Das Zürcher Paar Nuria Furrer und Sergio Rodriguez bietet vor allem Sandwiches aus lokalen Produkten und ohne Zusatzstoffe. Das Brot wird mit dem Bike geliefert. **2**

Läbis 1 Brunngasse 6
Das griechische Quartierlädeli hat eine breite Palette an biologischen Produkten. Darunter auch Bio-Wein. **4**

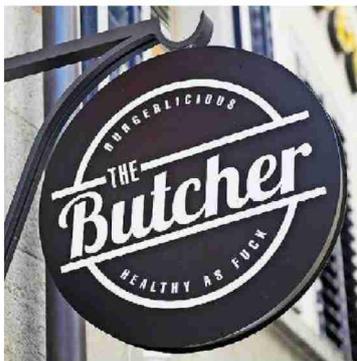
Circle Brunngasse 3
«Der anständigste Laden der Welt» bietet seit 2014 modische und nachhaltige Accessoires. **5**

Botanifique Marktgasse 8
Mischt seit diesem Jahr im Markt für nachhaltige Kosmetikprodukte mit. Die US-Kette betreibt Läden auf der ganzen Welt. **12**

Restaurant Schlauch Münstergasse 20
Die Besitzer des Traditionslokals setzen seit 1989 ausschliesslich auf Bio-Kost. **16**

The Butcher

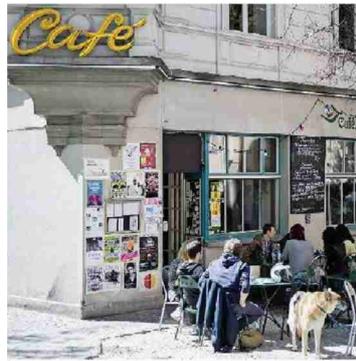
Stüssihofstatt 15



The Butcher eröffnete im letzten Jahr und setzt auf einen aktuellen Trend: Burger. Seine sind ganz ohne Konservierungsmittel und aus lokalen Produkten. Das soll gesund sein, sehr gesund sogar: Gemäss Betreiber «healthy as fuck». **8**

Café Zähringer

Zähringerplatz 11



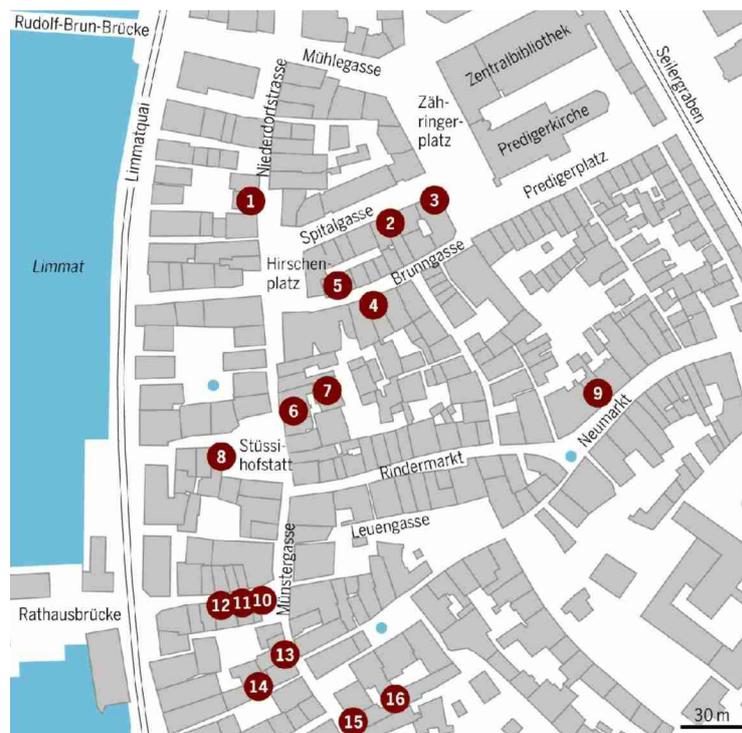
Das Restaurant am Zähringerplatz setzte schon auf Nachhaltigkeit, bevor der Begriff trendy wurde. Ein wechselndes Kollektiv aus linken Kreisen kocht, serviert und verwaltet das Restaurant seit 1981. Ökologie und soziale Verantwortlichkeit haben sie in ihrem Manifest verankert. **3**

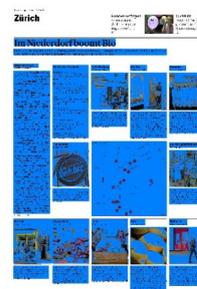
Äss-Bar

Stüssihofstatt 6



Bei der Äss-Bar ist der Werbespruch Programm: «Brot von Gestern zu stark reduzierten Preisen.» Esswaren, die in anderen Bäckereien bis Ladenschluss in der Theke liegenbleiben, werden am Folgetag in die Äss-Bar geliefert. Das Fruchtetörtli ist bis dahin vielleicht schon etwas angetrocknet, dafür auch wesentlich günstiger. Das Konzept kommt nicht nur bei mittellosen Studenten an. Die Äss-Bar startete 2013 im Niederdorf und hat seither fünf Filialen in der ganzen Schweiz eröffnet. **6**





Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'894
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 17
Fläche: 117'807 mm²

Rrrevolve Stüssihofstatt 7



Der Laden mit dem rollenden R (die drei R stehen für reduce, reuse und recycle) verkauft ökologische Accessoires, die «darüber hinaus noch richtig gut aussehen». Firmengründer Sebastian Lanz sieht in seinem Konzept eine Marktlücke: Viele Menschen wollen nachhaltige und zugleich modische Produkte kaufen, aber sie wissen nicht wo. Im Sommer eröffnet er eine zweite Filiale ausschliesslich mit Kleidern. **7**

Saftlade Münstergasse 31



Der Saftlade mit dem auffälligen gelben Anstrich gehört zu den ersten Bio-Vertretern im Niederdorf. Seit 1990 werden Smoothies, Backwaren, Salate und Mittagsmenüs angeboten. Gemäss Betreiber alles 100 Prozent Bio. **10**

Quartierladen Neumarkt Neumarkt 7

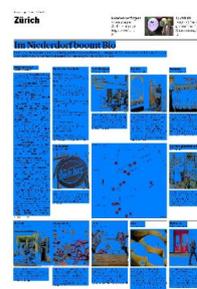


Seit Jahrzehnten eine Institution im Zürcher Niederdorf: der Quartierladen am Neumarkt. Betreiber Mabilio Ramos richtet sich ganz nach dem Bedürfnis der Anwohner: möglichst lokal, möglichst Bio. «Das spüre ich je länger, je mehr», sagt der gebürtige Portugiese. **9**

Change Maker Münstergasse 10



An der Münstergasse wird seit 2010 mit dem neckischen Slogan «Ethik küsst Ästhetik» frohlockt. Wer kauft, schlägt gemäss den Betreibern zwei Fliegen auf einen Schlag: Die Wohnaccessoires seien sowohl stylish als auch nachhaltig. Produziert werde ausschliesslich unter fairen Arbeitsbedingungen. **11**



Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'894
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 17
Fläche: 117'807 mm²

Lush Münstergasse 23



Der Kosmetikanbieter sorgt dafür, dass auch Veganer wohl parfümiert sind. Für die Produktherstellung des britischen Grossunternehmens sind Tierversuche ausgeschlossen. Für alle Flugreisen seiner Angestellten in der Schweiz entrichtet der Anbieter gemäss Website eine CO₂-Steuer. **13**

Vitus Ankengasse 7



Vitus, ehemals Bio-Dörfli, bietet in seiner Markthalle ausschliesslich biologische Produkte an. Das Sortiment ist breit gefächert und reicht von Früchten und Backwaren über Naturpflegeprodukte bis hin zu alkoholischen Getränken. Die Betreiber führen auch den benachbarten Saftladen und das Ladenlokal Justus beim Römerhof. Sie gehören zu den Bio-Pionieren der Stadt und profitieren gemäss Eigenaussage vom Bio-Boom. **14**

My Muesli Münstergasse 20



«Den Schweizern muss man nicht erzählen, was ein gutes Müesli ist», sagt Firmenchef Stephan Schwarz. Dennoch kommt das deutsche Muesli-Imperium (46 Filialen im deutschsprachigen Raum) auch in der Schweiz gut an. Die Filiale, die spätestens im Juni im Niederdorf eröffnet werden soll, ist hierzulande die vierte. Der Kunde mischt sein Müesli aus rund 80 biologischen Zutaten. **15**



Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 162'894
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 2
Fläche: 24'798 mm²



Kommentar Nicola Brusa,
Redaktor Zürich, über den
Bioboom im Niederdorf.

Gut fürs Gewissen, gut fürs Geschäft

Das Gute liegt so nah. Im Falle von Zürich im Niederdorf. Dort, an bester Lage in der Altstadt, gibt es alle paar Meter einen «guten» Laden. Zwischen Hirschenplatz und Grossmünster boomt das Geschäft mit Bio, Fair Trade und der Nachhaltigkeit. Eröffneten bis anhin vor allem Textilketten neue Filialen, ziehen heute vermehrt Anbieter in die Lokale, die mit dem Argument der Nachhaltigkeit für ihre Ware werben. In den letzten Jahren und Monaten ist so in der Zürcher Altstadt eine richtige Biomeile entstanden: In Gehdistanz finden sich zahlreiche Lebensmittel- und Kleiderläden, Restaurants und Burgergrills.

Das Angebot wächst weiter. So wünscht sich etwa die Stadt Zürich als Nachfolgemietler für den Starbucks am Rindermarkt etwas Nachhaltiges. Stichworte aus dem Inserat: gesunde Ernährung, frische, natürliche Produkte, Regionalität, Saisonalität. Die Innenstadt ist ideal für Läden mit diesem Profil. Hier haben die Menschen genügend Geld, um sich den teuren Lifestyle zu leisten - denn jedes Label, jedes Zertifikat hat seinen Preis. Positiver Nebeneffekt für die Konsumenten: Der Aufpreis ist gut für das Gewissen.

Im Niederdorf lassen sich die Ladenbesitzer grob in drei Gruppen aufteilen. Erstens die Biohipster, die einen angesagten Lifestyle in ihr Geschäftsmodell übersetzen. Zweitens grosse Ketten, die in der Schweiz Fuss fassen oder ihr Filialnetz erweitern wollen. Drittens die Pioniere, die schon lange Bio im Niederdorf anbieten: Sie profitieren nun vom Boom mit und haben ihr Sandalenimage abgelegt. Allen gemeinsam ist: Sie haben das Geschäft mit der Nachhaltigkeit entdeckt. Es rentiert offensichtlich. An dieser überdurchschnittlichen Lage sind auch die Mieten überdurchschnittlich.

Der Zeitgeist will es, dass wir Städter uns regionale Produkte wünschen, nachhaltig und fair produzierte Ware. Wir haben eine Idealvorstellung von einem guten Leben, die meist im Widerspruch zu unserem Verhalten im Alltag steht. Das Gute liegt so nah - doch es liegt an uns, zu schauen, wo Nachhaltiges wirklich nachhaltig ist. Und wo einfach Marketing im Spiel ist.