

JUBILÄUMSMARKT 1621-2021

# Waldermärt

400 JAHRE MARKT WALD 26. / 27. OKTOBER



400 GRATIS SCHÜBLIG & BIER SIND BEREIT (GEWINNER AUF S.19).

# Inhalt

## 4 Transkript der Marktverordnung von 1621



## 5 Interview mit Landvogt Hans Caspar Heidegger

## 6 Erinnerungen an den Markt in den 30er und 40er Jahren

Gespräch mit Rico Brändli (geb. 1933) Max Krieg



## 8 Drei Generationen Marktfrauen

Martin Widmer



## 10 Im Tief ein Hoch auf das Marktfahrertum

János Stefan Buchwardt



## 13 Von Plastiksoldaten und Spielzeugpistolen

Jürg Brändli



## 19 Schüblig und Bier Gutscheine



## 23 Über die Runden kommen

János Stefan Buchwardt



## 30 In der Seitengasse des Walder Märts

Nicolas Lindt



## 31 Gratulation und Dank

Schweizerischer Marktverband  
Präsident Jürg Diriwächter

# Im Tief ein Hoch auf das Marktfahrertum

Von Eigenarten des Warenaustausches zu sprechen heisst,  
Not, Hoffnung und neu belebtem Glück auf die Spur zu kommen

*Ein Essay von János Stefan Buchwardt  
Bilder von Romeo Polcan (2021)*



Es sei nicht mehr das Gleiche heute, seufzt ein alter Marktfahrer. Die Leute hätten keine Freude mehr am Billigen Jakob. Als ob die Zeiten so viel besser gewesen wären, als es weder Einkaufszentren noch Online-Handel gab und «Shoppen» in der Schweiz noch ein Fremdwort war. Von einem ausgebauten privaten und öffentlichen Verkehr ganz zu schweigen. Dennoch scheute der Landmann keinen noch so weiten Fussmarsch, um kirchliche Andacht, Marktstand, Wirtshausbank und alle möglichen Lustbarkeiten zum ersehnten Höhepunkt des Jahres werden zu lassen. – Oder ist Letzteres auch nur Schönrederei?

Das Stück Mittelalter, als Arm und Reich unter freiem Himmel herbeiströmten, um sich mit allem Nötigen zu versorgen, ist den offenen Märkten längst abhandengekommen. Selbst ihre «trostgeplasternten» Niedrigpreisangebote stossen auf grelle Konkurrenz. Neu finden Rabattjägerinnen und Geizhalse ihre Billigware in festen Bauten an der Peripherie, um Verdichtungsräume herum. Von der ironischen Bezeichnung eines Jahrmarktvertreters als «Billiger Jakob» mögen sie noch gehört haben. Alles nur verstaubtes Zeug, dass der Terminus auf den Heiligen Jakobus zurückgeht? Verblasste Historie, dass zum Gedenktag des Apostels, Sohn des Fischereiunternehmens Zebedäus, sogenannte Jakobimärkte abgehalten wurden und noch werden?

Es mag rührselig stimmen: Der bewährte Marketing-Mix der einstigen Marktschreier scheint ausgestorben zu sein. Nicht erst seit gestern wird Unmittelbarkeit auf dem Altar digitaler Performance geopfert. Die Kunst dickmäuliger Umwerbung mit greifbarem Auftritt eines Visavis hat sich ins Elektronische verlagert. Tauscht man Waren gegen politische Versprechen zur Wohlfahrt, sind viele ebenso glattzüngig darin, mit vorgespielter Qualität und minimierten Kosten zu bluffen. Immerhin, wo der Populist der Redewendung «Den billigen Jakob abgeben» zyklisch Ehre erweist, wird der Bilderbuchgestalt zu ewigem, wenn auch zweifelhaftem Leben verholfen. So oder so: Der Stimulus mindester Güte samt Preisdumping-Allüren ist schwerlich totzukriegen.

## Parolen der Scharfmacher

Was im Lauf der Geschichte nicht alles der Einfalt oder zumindest der fragwürdigen Grundanlage des Menschen geschuldet ist! Gut, den greifbar für sich einnehmenden Vorzeigeverkäufer aus dem fliegenden Kaufhaus gibt es kaum mehr. Tröstlich, dass irgendwann auch der polternde Staatsmann über sein Aufschneiderturn stolpern muss. Jakobs «billige» Praktiken zu romantisieren, hiesse, ihm Narrenfreiheit zuzusprechen. Mit seiner Fabulierlust mache er sich der Verführung schuldig, könnte man ihm vorhalten. Rhetorik, ein Schmähwort? Handkehrum: Die Schöpfungsidee



an sich lebt davon. Manipulation, Berückung, aufgeblähtes Balzgehabe. Der Frauenschuh zum Beispiel, diese raffinierte Betrügerpflanze, die potenziellen Bestäubern reichlich Nektar vorgaukelt.

Es erstaunt wenig, dass sich parallel und spöttelnd auch die Redensart «Das ist der wahre Jakob», also der richtige Mann, halten konnte. Sehr wahrscheinlich handelt es sich hierbei um eine höhnische Umkehrung, die auf die Frage zurückgeht, wer eigentlich die authentische Grabstätte des Apostels für sich reklamieren durfte. Hat, wer laut und penetrierend genug krakeelt, schon gewonnen und überzeugt? Wohl nur vorderhand. Vermeintlich Wahres erscheint billig vermittelbar, Billigkeit versteckt sich hinter den trivialen Parolen der Scharfmacher und Aufwiegler. Der bäuerische Hofnarr auf dem Marktplatz – personifiziertes Pendant zum Weltstadtwarenhaus – war immer schon ein zumutbarer, ein nicht selten liebenswerter Stimmungsmacher. Von seiner Anziehungskraft wollte auch die Standkollegenschaft profitieren.

Inzwischen haben Discounterbestrebungen und im World Wide Web agierende Versandunternehmen die grundsätzlich selbstbewusst umherziehende Händler-schaft zu Vertretern nostalgischer Freizeitevents degradiert. Sich unbeugsam durchschlängelnd ist sie in Nischen vorgedrungen. Zuckerwatte, Kuschtierchen, Ballone. Der Anteil beliebter «Rummelplatz-Fressbuden» hat den der Handelswarenstände bei weitem überholt. Befriedung des Magenknurrens steht zu oberst. Confiseriewaren und Megaraclette anstatt Hosen-träger und Messerklingen. Allerlei Nützliches, viel Überflüssiges. Den Märkten droht Irrelevanz, auch wenn man auf volkstümlich hübsche Sortimente setzt. Unterdessen ködert multifunktionales Geschäftstreiben Kundinnen und Kunden mit omnipräsenten Zugangstechnologien.

## Rammsteine der Natur

Wie auch lässt sich in einer überbevölkerten und hungernden Welt an uniformer und effektiv verbreiteter Massenware vorbeikommen? Blicken wir auf eine kleine, aufgeräumte Gemeinde im Zürcher Oberland, südöstlich des Bachtels. Wie überall droht eigenständiger Einzelhandel auch im beschaulichen Wald in Agonie zu verfallen. Letzte Frohnaturen setzen auf Outlet, günstige B-Ware oder Handelsrückläufer. Für erlesene Einkaufserlebnisse lassen Betuchte die Kassen in der Limmat-Metropole Zürich klingeln. Ob gehobener Standard oder angenagtes Hungertuch, erwarten möchte man, dass sich zumindest das soziale Element des Sehens und Gesehenwerdens als Garant direkten merkantilen Tuns behauptet.

Im Jahr 2021 gedenkt das Dorf – es umfasst Wald, Laupen sowie über hundert Weiler und Einzelhöfe – eines starken Geschichtsmoments. Im Oktober 1621 war das verbriefte Recht verliehen worden, alle Donnerstage einen Markt abhalten zu dürfen. Ein Ereignis, das einen Meilenstein auf dem Weg zur Autonomie markiert. Vierhundert Jahre später wird alles von einer unvermittelt hereingebrochenen Pandemie überschattet. Ein neuartiges Coronavirus bewirkt diese beklemmende Zeitem-furche. Um noch Berufsstolz und Freude unter dem in summa betretenen und betroffenen Marktfahrer- und Schaustellertum aufkommen zu lassen, braucht es viel. Auf breitester Front durchkreuzen lokale wie globale Existenzbrüche ausgelassenes Gedenken.

Unbeschwertheit ist Ansteckungsgefahren und radikalen Lockdowns gewichen. Schliessungen, Verschuldungen und Hilfsmassnahmen sind an der Tagesordnung. Einschnitte, Betroffenheit und Protest bis hinauf zur internationalen Wirtschaft. Die Bedrohung des Lebensalltags geht weit über die prioritär gesetzte medizinische Optik hinaus. Mit Fokus auf die Tradition der einst so regen Flecken gesprochen: Es imponiert, dass die Handeltreibenden wiederkehrenden Untergangsprognosen stets zu trotzen wussten. Vor Virenmutanten einzuknicken, ist allerletzte Option. Unter Umständen erwächst Hilfe aus Solidaritätsaktionen. Auf dem Weg zu Neuem können Bruchstellen zu Schnittstellen werden. Bleibt zu hoffen, dass Marktfahrerinnen und -fahrer weiterhin kämpfen und den auf die Zivilisation niederprasselnden Rammsteinen der Natur etwas entgegenzusetzen: Dynamik, Überlebenswillen, Mumm.

Zurück zur Geschichte: Für die ehemals grösste Oberland-Gemeinde Wald war es fast schon epochal, freier und offener Wochenmarkt zu sein, ergänzt um zwei um 1801 erwähnte Jahrmärkte im Frühling und Herbst. Ob im 15. oder 21. Jahrhundert, Obrigkeitshörigkeit war gesetzt, im Nagelfluhland wie anderswo. Zürich hatte die Gunst erwiesen, es war untätig darum gebeten worden. Nun also Nahrungsgüter und sonstigen Verzehr mühselig herankarren? Schnell wurde das Murren der Bauern aus den umliegenden Ortschaften zum ausgemachten Protest. Bussen folgten, ein Zollhaus wurde eingerichtet, die Marktordnung verschärft.

## Waches Sprachrohr

Längst vorbei sind die Tage, als besagte Gegend ökonomisch florierte. Noch im 18. Jahrhundert gehörte sie zu Zürichs führenden Textil-Regionen. Gegenwärtig wollen nicht einmal kleinräumiges Markttreiben und Effizienz zusammenpassen. Alles nur noch ein weinerliches Festhalten an Überkommenem? Derzeitigt setzt



sich der Berufsverband des Schweizerischen Markt-handels für Fruchtbarkeitsschübe ein. Die für das «Zürichbiet» verantwortliche Sektion betreut mehr als 200 Mitglieder, umfasst Teile der Kantone Aargau und Schwyz und die Kantone Schaffhausen und Zürich.

Um der Branche, konkret den sechzig Marktgemeinden der Zürcher Abteilung, kommunikatives Geleit durch Wind und Wetter zu sichern, existiert nicht zuletzt ein offizielles Publikationsorgan. Ein Philipp Widmer steht dieser schweizerischen Marktzeitung vor – in waschechem Gleichgewicht zwischen unpräzise und passioniertem Einsatz. Den unermüdeten Blattmacher als viften Fürsprecher mit Herzblut zu bezeichnen, liesse den Engagierten prüfend schmunzeln. Ihn einen «wahren Jakob» zu nennen, wäre rundum verdient, quasi das schiere Gegenteil von Hohn. Wo denn gibt es ein wacheres Sprachrohr?

Monatlich und in deutscher Fassung herausgebracht, darüber hinaus in intakter Liaison mit der Schausteller-Zeitung, erfreue sich, so heisst es, das Verbandsblatt zunehmender Nachfrage. Widmers Vermögen liegt darin, populäre Ansprache, Sachkenntnis und Kritikfähigkeit zweckdienlich unter einen Hut zu bringen. In seinen Editorials spricht der schreibende Autodidakt etwa unverblümt von «den vielen Zombietuch-bewehrten Gestalten im Corona-Winter». Den umsatzstärksten Monaten im Detailhandel und aller weihnachtlichen Besinnlichkeit müssten die Zwangsmaskierten unweigerlich den Garau machen. Einerseits ist auch Resignation am Werk, andererseits gewöhnen wir uns wohl oder übel an den Corona-Lifestyle.

Seit über 40 Jahren steht der unerschrockene Redaktor selbst an der Front. Freud und Leid seiner Berufsgattung sind ihm nicht fremd, ist er momentan doch ebenso von Unbill, sprich Einkommensausfall und fehlender Planungssicherheit bezüglich seines Currysaucen-Angebots oder der mit Elvis oder Marilyn bedruckten Spiegel betroffen. Gegen Lobhudelei scheint er immun zu sein, wahren Lob entkommt er nicht: einer, der in den Untertönen immer auch sein Herz und das seiner Sparte ausschüttet – mit spitzer Feder, solidem Humor und gebührender Sachlichkeit. Einer, bei dem Einfühlungsgabe und gesunder Eigennutz ausgewogen am Werk sind. Nicht anders lebt man die Verwandlung des Katastrophennarrativs zur Verantwortungskonstellation.

## Unlust und Verlust

Den Billigen Jakob mit dem «teuren Philipp» zu kontrastieren, ist mehr als selbstverliehtes rhetorisches Spiel. In der Tat ist es vorbildlich, Härtefallregelungen zur Pandemie aufzubereiten und gleichzeitig in Mitleidenschaft gezogen zu sein. Die Argumentation des ausgebildeten Juristen Widmer leuchtet ein: Es sei schwer auszuhalten, das Paradox, dass Waren- und Jahrmärkte, die laut Bund stattfinden dürften, von politisch Verantwortlichen in den Gemeinden nach Abwägung der Lage mehrheitlich abgesagt werden. Wie viele vermeidbare Löcher mag Corona so schon in die Kassen gerissen haben? Wie viele harte 14-Stunden-Arbeitstage mögen die Betroffenen schon unfreiwillig entbehrt haben?

Schlimmer noch: Nach heiss begehrten Öffnungsschritten vollzieht sich «Shopping» vorerst nur mit angezogener Handbremse. Unlust zieht weiteren Unternehmensverlust nach sich. Prognosen spriessen, Gemüter bersten, Ungewissheiten grassieren. In vielen Branchen wird schon historisch genannt, was sich erst noch vollziehen muss. Die Vehemenz viraler Massenbedrohung belegt sich über permanente Absagen von Publikums-magneten: kein Albanifest, keine Basler Herbstmesse oder St. Galler Olma, kein Berner «Zibelemärit» oder Zürcher Knabenschieszen. Forfait für Adventsmärkte, für «Chilbi», Kirmes und Kirchweih. Überhaupt: Ein Weg zurück zum Status quo der Vor-Corona-Zeiten böte ja schon genug Stoff für Endzeit-Erzählungen.

Über die Pandemie hinausgedacht gilt es zu realisieren, dass es zum dramatischen Weltentrott gehören wird, schmerzliche Einbussen hinnehmen zu müssen. An die Adresse der Marktbegeisterten gerichtet: Nicht alles, was erlaubt ist, ist auch sinnvoll. Nach wie vor tragisch bleibt, dass das Gros der Hoffenden einen Korb bekommt und nur wenige profitieren. Dass ausbleibende Verdienstmöglichkeiten zum expandierenden Albtraum werden, Erwerbsausfallentschädigungen und Kurzarbeit schlecht oder gar nicht greifen, droht unweigerlich zum Lichterlöschen beizutragen. Jeder weiss: Erst mit Abflauen der unseligen Virustätigkeit sind die Handicaps mit Physical und Social Distancing, mit Raumaufteilern und Masken beseitigt. Ob Kultursektor, Reise-, Transportgeschäfte, Sport oder Gastronomie, flehentlicher Wunsch aller wäre, dass alles bald einmal der Vergangenheit angehöre.

## Kulturgut Markt

Schaden ist genug angerichtet, der Klagen sind viele. Pandemie ist auch Schuldenfalle. Lieferketten stocken, Fabriken stehen still, Jugendliche randalieren. Ausnahmezustand, so oder so! Die darbenenden Marktfahrerinnen und Marktfahrer sind nur Ausschnitt, stehen vielleicht stellvertretend für das Ganze. Wer vorausschauend und gewieft genug ist, findet eventuell zusätzliche Standbeine. Dem längst schon hundertjährigen Schweizerischen Marktverband mag es gelingen, eine national breit abgestützte Lobby für sich zu gewinnen. Präsident und «Öpfelchüechli»-Unternehmer Jürg Diriwächter beruft sich auf Daseinsvorsorge. Sein Berufsstand halte eine Service-Public-Leistung bereit, liest man in Interviews.

Diesem obersten Markthändler wollte es gefallen, würde die Erhaltung des «Kulturgutes Markt» unser aller Anliegen werden. Was spräche dafür? Soziale Bedürfnisse absichern, Vorfreude entwickeln zu können; einen Ort zu erhalten, an dem gesellschaftliche Unterschiede wegfallen? Freilich und wiederholt gesprochen: In unseren Breiten dient die Urform des Handelns kaum mehr der Grundversorgung. Aber: Erst Mischgenutztes schafft ein gemeinnütziges Umfeld. Der offene Markt ist lebendiges Aushängeschild einer Stadt, er zieht Entstrukturierung nach sich. Die Liebe zum Marktgetümmel scheint genetisch verankert. Eine Offline-Sonderrolle des angehauenen, aber ehrwürdigen Konsumparadieses unter freiem Himmel würde immer wieder bestechen, mit Tuchfühlung und gepflegtem wie deftigem Unterhaltungsangebot.

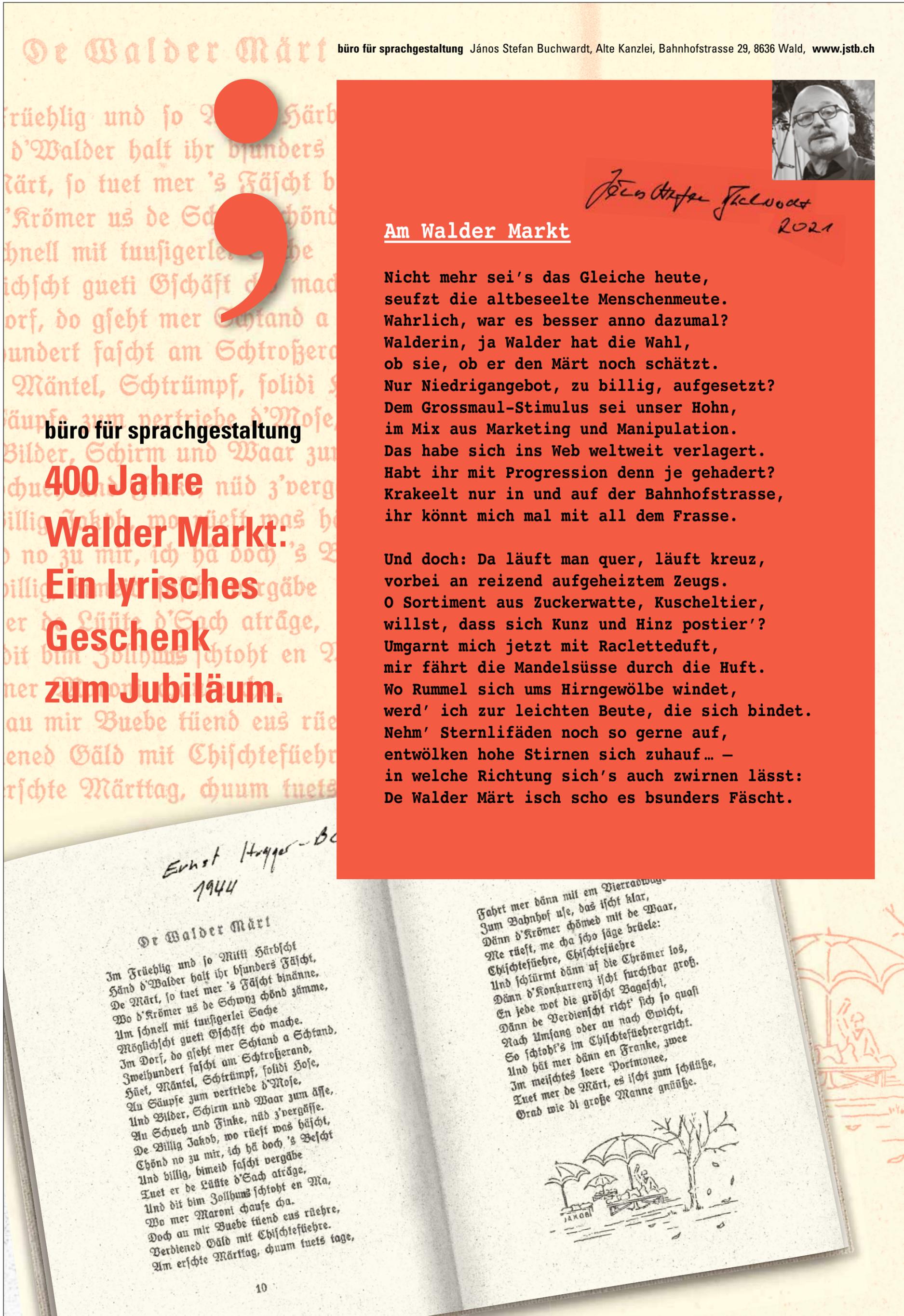
Wer wollte widersprechen? Ohne Aderlass ist unsere Welt nicht mehr denkbar. Noch dreht es sich, das gesellige Karussell. Es reisst Verschwörungstheorien und Pragmatismus mit sich. Das Verständnis von Wirklichkeit wird zum Roulette. Wer will schon die Frischebe-reiche des Alltags offenen Mundes ausdörren lassen müssen? Es lebe die Marktatmosphäre! Hautnahe Plaudereien und spürbares Wohlgefühl lösen augenblicklich Sympathie aus. Einem ausschliesslich virtuellen Handelstreiben stünde die Zwei auf den Rücken geschrieben. Richtig oder falsch? Neue Geschäftsmodelle und technologische Umwälzungen mögen Segen und Verhängnis sein, alte Zauberworte aber haben Berechtigung: «Zusammenspiel» – um innerem und äusserem Ödland vorzubeugen und den Fluch epidemischer Digitalisierung zu relativieren.

## Munggä-Fett und Sternlifaden

Zweifelsohne haben die Ausprägungen des Handels und Gewerbes wenig mit Kontinuität am Hut. Immerzu ist Anpassung und Zähigkeit gefragt. Tatsache ist, dass es allezeit ein Märktersterben gegeben hat. In der Regel stehen wirtschaftspolitische Regulationen dahinter. Die Zusicherung der Gewerbefreiheit um das Jahr 1800 herum war ein solcher Einschnitt. Der Marktzwang wurde aufgehoben, der Einfluss des Zunft-, aber auch des Staatswesens zurückgeschraubt. Die Geburtsstunde der Dorfläden, die Niederkunft der Wanderhändler und Krämer bahnte sich an, aber auch das Aufkommen exquisiter Warengeschäfte. Dem alten Markt blieb nur noch Ramsch und Trödel.

Die Geschichte des Wandels der Märkte respektive Kundenbedürfnisse ist lang und heftig. Korn wird durch Pferd, Vieh und Milch ersetzt. Diverse Wirtschaftskrisen führen zum grossen Wundenlecken. Weg vom Warenmarkt, hin zur Leistungsschau, zur Gewerbeausstellung. Das unentbehrliche Gut gelangt zum Grossisten, zum Detailhändler oder regionalen Supermarkt. Kuriosa eingeschlossen: Städtische Wochenmärkte erfahren unerwartet Zulauf. Geballt treibt es liberale Heerscharen in die Zürcher Stadthausanlage. Am «Bürklimärt»-Tag wird schlechtes Gewissen eingewaschen, der Umwelt-, der Gesundheit, dem Prestige zuliebe. Pasta, Antipasti, Landesprodukte.

Unser Jahrhundert weist sich über Vorzügliches aus: kostenfreie Preisvergleichsdienste im Internet, die Kenntnis über Vorgänge des Marktes hinsichtlich des Gebarens anderer Wirtschaftssubjekte und über Marktbedingungen. Das Zauberwort hier: «Gleichgewicht». Doch von Übereinstimmung zwischen Angebot und Nachfrage haben wir noch nicht gelebt. Wer sehnt sich nicht nach Friedfertigkeit und Farben? Nach beherrschbaren Viren? Und insgeheim sogar nach den legendären Marktschreierinnen und -schreierinnen und ihrem Flair haltloser, aber wohlmeinender Verheissungen und Hoffnungen; kurz und übertragen, nach dem aufrichtigen und wahren Jakob?



# De Walder Märt

büro für sprachgestaltung János Stefan Buchwardt, Alte Kanzlei, Bahnhofstrasse 29, 8636 Wald, [www.jstb.ch](http://www.jstb.ch)

Frühlig und so Mitti Härbscht  
 d'Walder halt ihr bsunders  
 Märt, so tuet mer 's Fäscht b  
 'Krömer us de Schwyz händ  
 hnell mit tuusigerlei Sache  
 ichtsch gueti Geschäft ho mache  
 orf, do gseht mer Schtand a  
 ndernt fascht am Schtroßerand  
 Mäntel, Schtrümpf, solidi Hofe,  
 Säupfe zum vertriebe d'Mose,  
 Bilder, Schirm und Waar zum  
 chue, und Finke, nüd z'vergässe  
 illig Jakob, wo rüeft was häsch  
 no zu mir, ich hä doch 's Bescht  
 illig, bimeid fascht vergäbe  
 er de Lütke d'Sach aträge,  
 dit bim Zollhaus schtoht en Ma,  
 ner Maroni chaufe cha.  
 au mir Buebe tüend eus rüehre,  
 ened Gald mit Chischtefuehre,  
 rschte Märttag, chuun tuets tage,

büro für sprachgestaltung  
**400 Jahre**  
**Walder Markt:**  
**Ein lyrisches**  
**Geschenk**  
**zum Jubiläum.**

Ernst Hoyer - B  
 1944

De Walder Märt  
 Im Frühlig und so Mitti Härbscht  
 Händ d'Walder halt ihr bsunders Fäscht,  
 De Märt, so tuet mer 's Fäscht binänne,  
 Wo d'Krömer us de Schwyz händ zämme,  
 Um schnell mit tuusigerlei Sache  
 Möglichsch gueti Geschäft ho mache.  
 Im Dorf, do gseht mer Schtand a Schtand,  
 Zweihundert fascht am Schtroßerand,  
 Hüet, Mäntel, Schtrümpf, solidi Hofe,  
 Au Säupfe zum vertriebe d'Mose,  
 Und Bilder, Schirm und Waar zum ässe,  
 Au Schueh und Finke, nüd z'vergässe.  
 De Billig Jakob, wo rüeft was häsch,  
 Chönd no zu mir, ich hä doch 's Bescht  
 Und billig, bimeid fascht vergäbe  
 Tuet er de Lütke d'Sach aträge,  
 Und dit bim Zollhaus schtoht en Ma,  
 Wo mer Maroni chaufe cha.  
 Doch an mit Buebe tüend eus rüehre,  
 Verdiened Gald mit Chischtefuehre,  
 Am erschte Märttag, chuun tuets tage,



János Stefan Buchwardt  
 2021

## Am Walder Markt

Nicht mehr sei's das Gleiche heute,  
 seufzt die altbeseelte Menschenmeute.  
 Wahrlich, war es besser anno dazumal?  
 Walderin, ja Walder hat die Wahl,  
 ob sie, ob er den Märt noch schätzt.  
 Nur Niedrigangebot, zu billig, aufgesetzt?  
 Dem Grossmaul-Stimulus sei unser Hohn,  
 im Mix aus Marketing und Manipulation.  
 Das habe sich ins Web weltweit verlagert.  
 Habt ihr mit Progression denn je gehadert?  
 Krakeelt nur in und auf der Bahnhofstrasse,  
 ihr könnt mich mal mit all dem Frasse.

Und doch: Da läuft man quer, läuft kreuz,  
 vorbei an reizend aufgeheiztem Zeugs.  
 O Sortiment aus Zuckerwatte, Kuscheltier,  
 willst, dass sich Kunz und Hinz postier'?  
 Umgarnt mich jetzt mit Racletteduft,  
 mir fährt die Mandelsüsse durch die Huft.  
 Wo Rummel sich ums Hirngewölbe windet,  
 werd' ich zur leichten Beute, die sich bindet.  
 Nehm' Sternlifäden noch so gerne auf,  
 entwölken hohe Stirnen sich zuhauf... –  
 in welche Richtung sich's auch zwirnen lässt:  
 De Walder Märt isch scho es bsunders Fäscht.

Fahrt mer dann mit em Vierradweg  
 Zum Bahnhof use, das ischt klar,  
 Dann d'Krömer händ mit de Waar,  
 Me rüeft, me cha scho säge brüele:  
 Chischtefuehre, Chischtefuehre  
 Und schürmt dann uf die Chrömer los,  
 Dann d'Konkurrenz ischt furchtbar groß.  
 En jede wot die grösch Bagaschi,  
 Dann de Verdienst richt' sich so quast  
 Nach Umfang oder au nach Gewicht,  
 So schtoht's im Chischtefuehrergricht.  
 Und hä mer dann en Franke, zwee  
 Im meisches leere Portimonee,  
 Tuet mer de Märt, es ischt zum schütze,  
 Grad wie di große Manne gnüefe.





# Über die

# Runden

# Kommen

**Picken wir uns drei Vertreter mit engem Bezug zu Wald heraus: Markus Buri, Rolf Wälle mit Minh Chau Luu und Käthi und Walti Hanselmann. Was sie umtreibt, wo sie hindenken, sei aufs Tapet gebracht. Und die Ehre gilt einem Vierten: dem auch an anderer Stelle im Blatt erwähnten Philipp Widmer aus Sissach.**

*János Stefan Buchwardt*

Was Walti Hanselmann (links) und Markus Buri blind unterschreiben: Das Schöne an den Märkten ist, du bist überall zu Hause und doch nirgendwo.



Läuft irgendetwas schief, dann steigt er ein. Markus Buri ist selbsternannter Joker. Beliebt ist der beleibte Mega-raclette-Anbieter für seine «Daumen hoch»-Mentalität. Unterwegs mit insgesamt sechs Anhängern, die oft parallel im Einsatz sind, strahlt er struppige Volksnähe aus. Wenn in guten Zeiten drei Teilzeitkräfte noch so gerne für ihn anpacken, er wendig ein Dutzend Begeisterte auf Abruf hinzuorganisieren kann, beruft er sich auf Umsicht, aber auch auf pure Lebenslust. Jahrzehntlang war der einstige Lastwagenfahrer als Speditionsmitarbeiter für regionale Druckereien tätig. Heute steuert er gelbe Wagen durch die Schlaufen der Oberlandstrassen. Buri ist mit vielen Fahrgästen des öffentlichen Verkehrs per Du. Neben Postauto-Lenk-rädern kurbelt er gezielt am vielfältigen Getriebe seiner Marktstand-Ambitionen herum. Das Marktfahrtum sei sein Kind, sein Leben, auch wenn es ein Knochenjob ist.

Und weil der Chef sich mit Fug und Recht zum Walder Urgestein zählen darf, gehört seine Heimat zu den Standplatz-Flecken, an denen er selbst zu 90 Prozent persönlich anzutreffen ist. Mehrgleisigkeit ist Buris Lebensprinzip. Der Fulltime-Job als Chauffeur hält ihn nicht davon ab, neben dem gut portionierten Raclette-Angebot auch als Crêpes- und Slush-Unternehmer aufzutreten. Halbgefrorenes Trinkeis eben, etwas für die Jungen in der warmen Hochsaison der Rummelplätze. «Aus Dummheit», gesteht Buri vergnüglich, «bin ich vor fast zwanzig Jahren ins Geschäft der Käseverarbeitung eingestiegen.» Am Anlass der Pensionierung seiner Mutter stand er für die Verköstigung gerade. «Chäs» ward auf den Speiseplan gesetzt, er kam nicht wieder los davon. Patzig wirft er hin: «So etwas wie Corona ist Höchststrafe für mich.» Bleibt zu wünschen: Im Zwist zwischen Zermürbtsein und seinem gern nach oben ausschlagenden Stimmungsbarometer wird Letzteres das Rennen machen.



Der früher im Maschinenbau tätige Rolf Wälle und seine mit viel Restaurant-Erfahrung ausgestattete Partnerin Minh Chau Luu haben sich längst an wichtigen Märkten etabliert.

## Zuversichtliche Späteinsteiger

Werkzeugmechaniker, Maschinenbau, Auslandsaufenthalte – irgendwann musste der in Wald aufgewachsene Rolf Wälle etwas anderes anfangen. Seine neue, ebenfalls geschiedene Partnerin Minh Chau Luu brachte viel Gastronomieerfahrung mit. «In Stäfa führten wir ein Restaurant; nicht ganz so erfolgreich, wie wir uns das vorgestellt hatten», erzählt Wälle. «Thailändisch, vietnamesisch, chinesisch, auch bürgerlich – nach zwei Jahren bot es sich an, unsere Küche zugunsten eines Imbisswagens einzutauschen.» Langsam wuchsen die Powerfrau und er in die Marktfahrerszene und fanden ihre Nische: «Piadina». Ein weiches Fladenbrot als Snack mit verschiedensten Füllungen. Selbst gemachter Teig, Ehrensache. Ein Genuss, der nach Italien schmeckt. Partyservice gehört zum Angebot. «Wir sind zuversichtliche Späteinsteiger und richtig glücklich, dass man unser Produkt mag und schätzt», freut sich Wälle.

Inzwischen kann sich das Paar ein bisschen aussuchen, an welche Anlässe es gehen will. Stadt- und Seefestbeispielsweise seien ein Muss. «Ich kann das noch machen, wenn ich 65 bin, und mir dann die Rosinen herauspicken», erhofft sich Wälle. Der «Walder Märt» sei sowieso speziell: «Das sind Klassenzusammenkünfte, man sieht sich wieder.» Als eingespieltes Team und gleichberechtigte Partner halten sich die beiden trotz der Corona-Misere passabel über Wasser. Rechnungen aber wollen bezahlt sein. Lagerkosten für jede Menge Maschinen, für Wagen und Anhänger oder ein zerlegbares Marktstandhaus. Um den Unterhalt abzusichern, brauchte es schon früher weitere Standbeine wie etwa die Arbeit in einem Bistro. Wälle: «Sporadisch mal einen Hydraulikpressen-Service oder meinen Handel mit Jagdbekleidung. So finden wir halt unsere Erfüllung und lassen uns nicht unterkriegen.» Dem Nachwuchs gibt er mit: «Behalte deinen Hauptberuf und mach den Marktjob nebenbei.»



**«Der erfolgreiche Marktfahrer muss überzeugt sein von seinem Artikel und von sich selber. Vor allen Dingen braucht es Durchsetzungsvermögen», sagt Philipp Widmer.**





# Gratulation und Dank

## Schweizerischer Marktverband

Präsident Jürg Diriwächter

Ich möchte der Gemeinde Wald im Namen des Schweizerischen Marktverbandes zum 400 Jahre Marktrecht herzlich gratulieren!

Gerade in dieser schwierigen Zeit zeigt sich einmal mehr, wie wichtig kulturelle Anlässe, wie traditionelle Märkte, für die Bevölkerung sind. Früher als Grundversorger, sind Märkte heute ein „Ort der Begegnung.“ Sie erfüllen damit eine soziale Komponente des dörflichen Zusammenlebens. Ich wage mal zu sagen, dass Märkte einen „service public“ Auftrag erfüllen.

Der Schweizerische Marktverband mit seinen 650 Mitgliedern setzt sich für die Erhaltung der Märkte und ihre Arbeitsplätze ein. Die fünf zuständigen Sektionen in der Schweiz pflegen regional die Kontakte zu den Markorten. Gerade in der Gemeinde Wald ist die Zusammenarbeit mit unserer Sektion Zürich und den Marktverantwortlichen der Gemeinde sehr gut. Dies ist leider nicht immer selbstverständlich. Bei Veränderungen, sei es wegen baulichen Massnahmen oder bei Änderungen im Marktreglement, werden wir im partnerschaftlichen Verhältnis in diese Schritte miteinbezogen, um so die Zukunft des Marktes gemeinsam zu gestalten.

Wir freuen uns auf weitere Jahre der guten Zusammenarbeit mit der Gemeinde Wald. Herzlichen Dank für das Engagement zugunsten der Bevölkerung und unseres Berufsstandes.

# Impressum

**Auflage:** 6000

(An alle Haushalte in der Gemeinde Wald)

**Herausgeberin:** Gemeinde Wald

**Idee und Chefredaktion:** Andreas Honegger

**Redaktion:** Claudia Honegger

**Recherchedesk und Historische Analysen:** Martin Illi (martil)

**Fotorecherche im Gemeidearchiv/  
Heimatmuseum Wald:** Max Krieg

**Reporter:** Martin Widmer, Max Krieg,  
Martin Illi, János Stefan Buchwardt

**Fotografie auf dem Frühjahrsmarkt 2021:** Romeo Polcan

**Layout und Grafik:** Kai Damian Matthiesen

**Titelschrift Gestaltung:** KDM

**Zeitungsdesign:** KDM  
(Art Director Walder Marktzeitung)

**Anzeigen:** AH

**Sekretariat:** Monika Städelin

**Druck:** Merkur Druck

# Danksagung des Chefredaktors

Ein grosses Dankeschön zunächst dem Gemeindepräsidenten Ernst Kocher und dem Gemeindeschreiber Martin Süss.

Mein Dank geht zudem an alle Autoren für ihre gelungenen Beiträge: für historische Analysen, Recherchen, Interviews, Portraits, Essais.

Ich danke allen Marktfahrern und Marktfahrerinnen, die sich für ein Portrait zur Verfügung gestellt oder sonst zum Gelingen der Jubiläumsausgabe beigetragen haben.

Dank gebührt auch dem Präsidenten des Schweizerischen Marktverbandes Jürg Diriwächter sowie dem Chefredaktor der Marktverbandszeitung Philipp Widmer.

Ein spezieller Dank geht an den Marktchef Matthias Schaufelberger von der Wassergenossenschaft Wald, die seit hundert Jahren die Aufsicht über den Walder Markt ausübt.

Dem Verein <Wald rollt> danke ich für den Betrieb des Festzelts und dem Präsidenten Rolf Züger für die Organisation von Speis und Trank.

Last but not least: Herzlichen Dank an alle, die mit ihren grösseren oder kleineren, ernst- oder schalkhaften Inseraten diese Jubiläumsausgabe grosszügig mitfinanziert haben. Ohne sie gäbe es kein Extrablatt (und keine Extrawurst)!