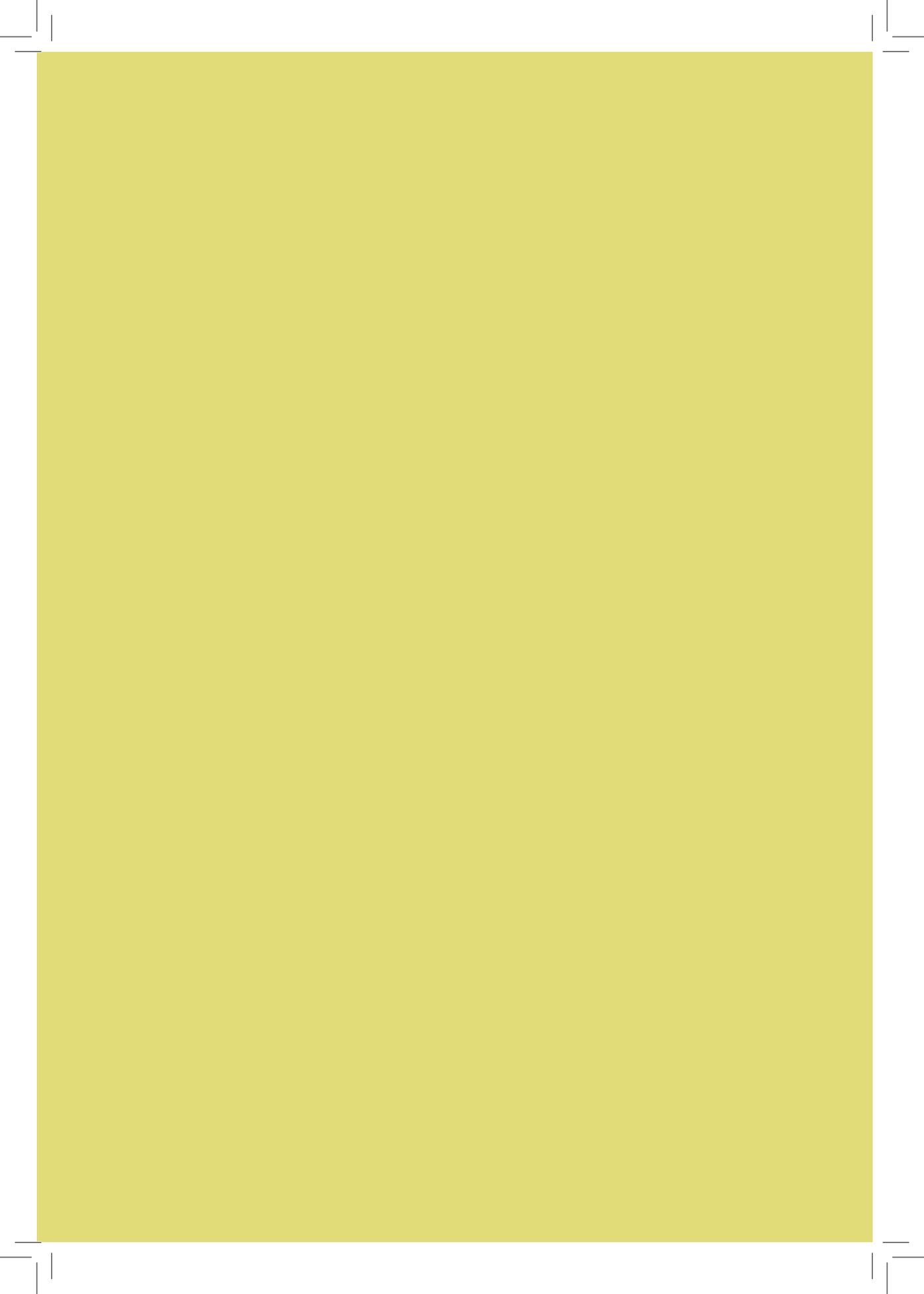
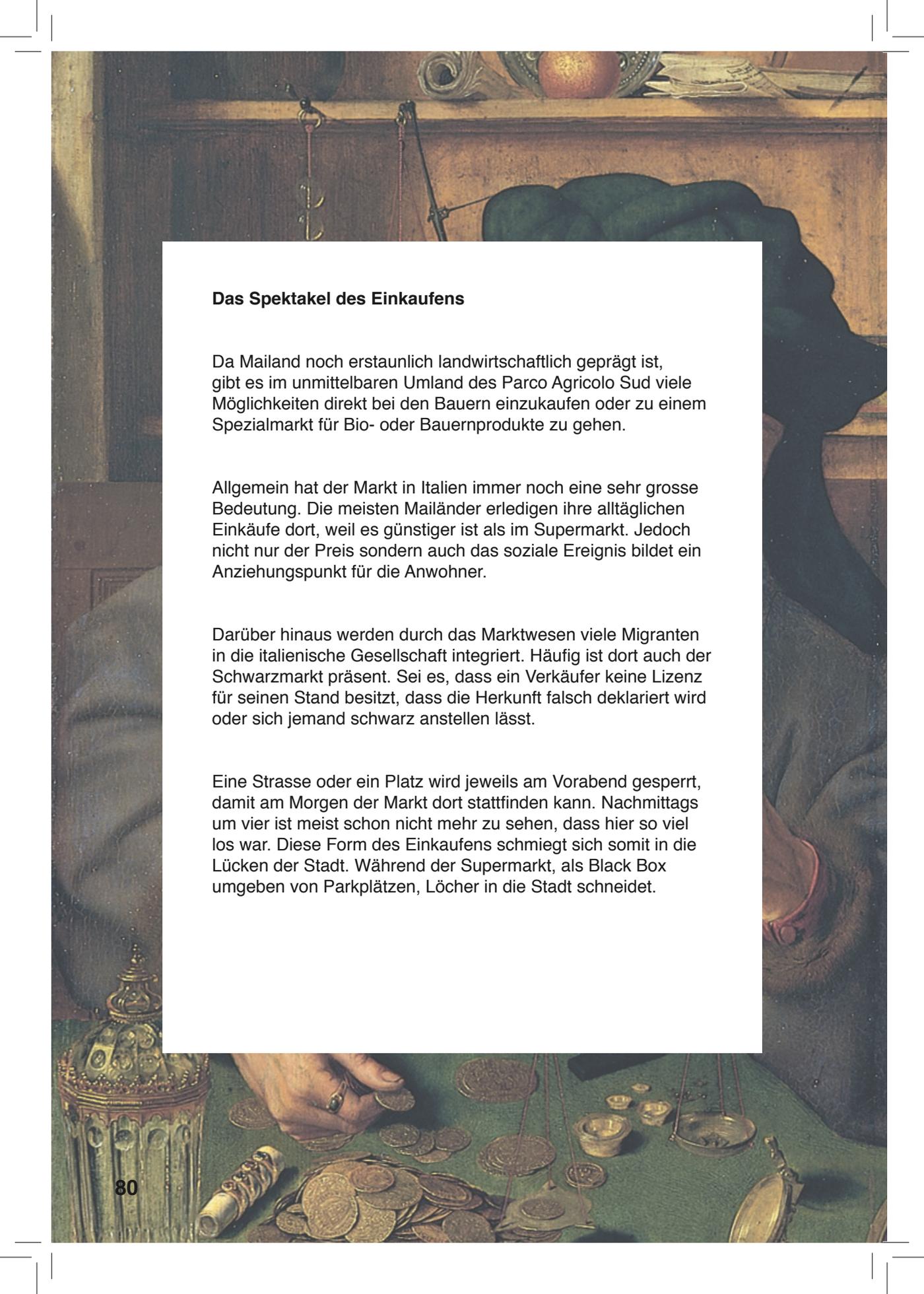


# HOW DOES MILAN SHOP FOOD?

NINA CATTANEO  
ESTELLE BALET





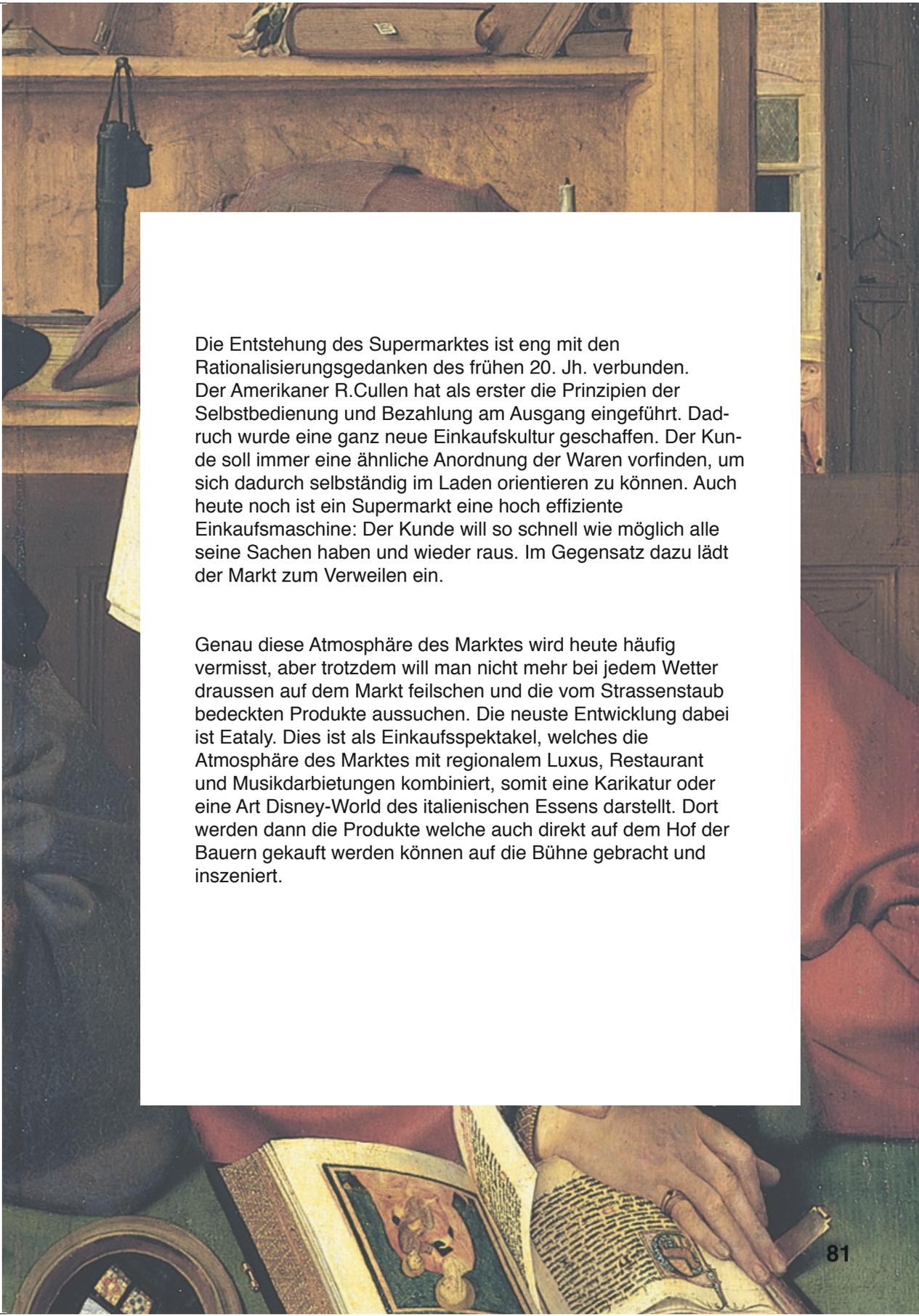
## Das Spektakel des Einkaufens

Da Mailand noch erstaunlich landwirtschaftlich geprägt ist, gibt es im unmittelbaren Umland des Parco Agricolo Sud viele Möglichkeiten direkt bei den Bauern einzukaufen oder zu einem Spezialmarkt für Bio- oder Bauernprodukte zu gehen.

Allgemein hat der Markt in Italien immer noch eine sehr grosse Bedeutung. Die meisten Mailänder erledigen ihre alltäglichen Einkäufe dort, weil es günstiger ist als im Supermarkt. Jedoch nicht nur der Preis sondern auch das soziale Ereignis bildet ein Anziehungspunkt für die Anwohner.

Darüber hinaus werden durch das Marktwesen viele Migranten in die italienische Gesellschaft integriert. Häufig ist dort auch der Schwarzmarkt präsent. Sei es, dass ein Verkäufer keine Lizenz für seinen Stand besitzt, dass die Herkunft falsch deklariert wird oder sich jemand schwarz anstellen lässt.

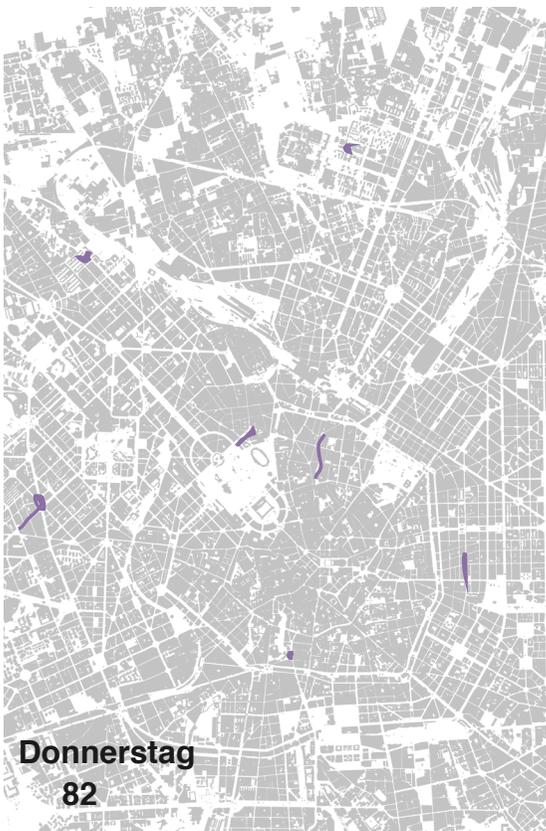
Eine Strasse oder ein Platz wird jeweils am Vorabend gesperrt, damit am Morgen der Markt dort stattfinden kann. Nachmittags um vier ist meist schon nicht mehr zu sehen, dass hier so viel los war. Diese Form des Einkaufens schmiegt sich somit in die Lücken der Stadt. Während der Supermarkt, als Black Box umgeben von Parkplätzen, Löcher in die Stadt schneidet.



Die Entstehung des Supermarktes ist eng mit den Rationalisierungsgedanken des frühen 20. Jh. verbunden. Der Amerikaner R.Cullen hat als erster die Prinzipien der Selbstbedienung und Bezahlung am Ausgang eingeführt. Dadurch wurde eine ganz neue Einkaufskultur geschaffen. Der Kunde soll immer eine ähnliche Anordnung der Waren vorfinden, um sich dadurch selbständig im Laden orientieren zu können. Auch heute noch ist ein Supermarkt eine hoch effiziente Einkaufsmaschine: Der Kunde will so schnell wie möglich alle seine Sachen haben und wieder raus. Im Gegensatz dazu lädt der Markt zum Verweilen ein.

Genau diese Atmosphäre des Marktes wird heute häufig vermisst, aber trotzdem will man nicht mehr bei jedem Wetter draussen auf dem Markt feilschen und die vom Strassenstaub bedeckten Produkte aussuchen. Die neuste Entwicklung dabei ist Eataly. Dies ist als Einkaufsspektakel, welches die Atmosphäre des Marktes mit regionalem Luxus, Restaurant und Musikdarbietungen kombiniert, somit eine Karikatur oder eine Art Disney-World des italienischen Essens darstellt. Dort werden dann die Produkte welche auch direkt auf dem Hof der Bauern gekauft werden können auf die Bühne gebracht und inszeniert.

In Mailand gibt es über hundert verschiedene Strassenmärkte, die von Montag bis Samstag durch die ganze Stadt wandern.

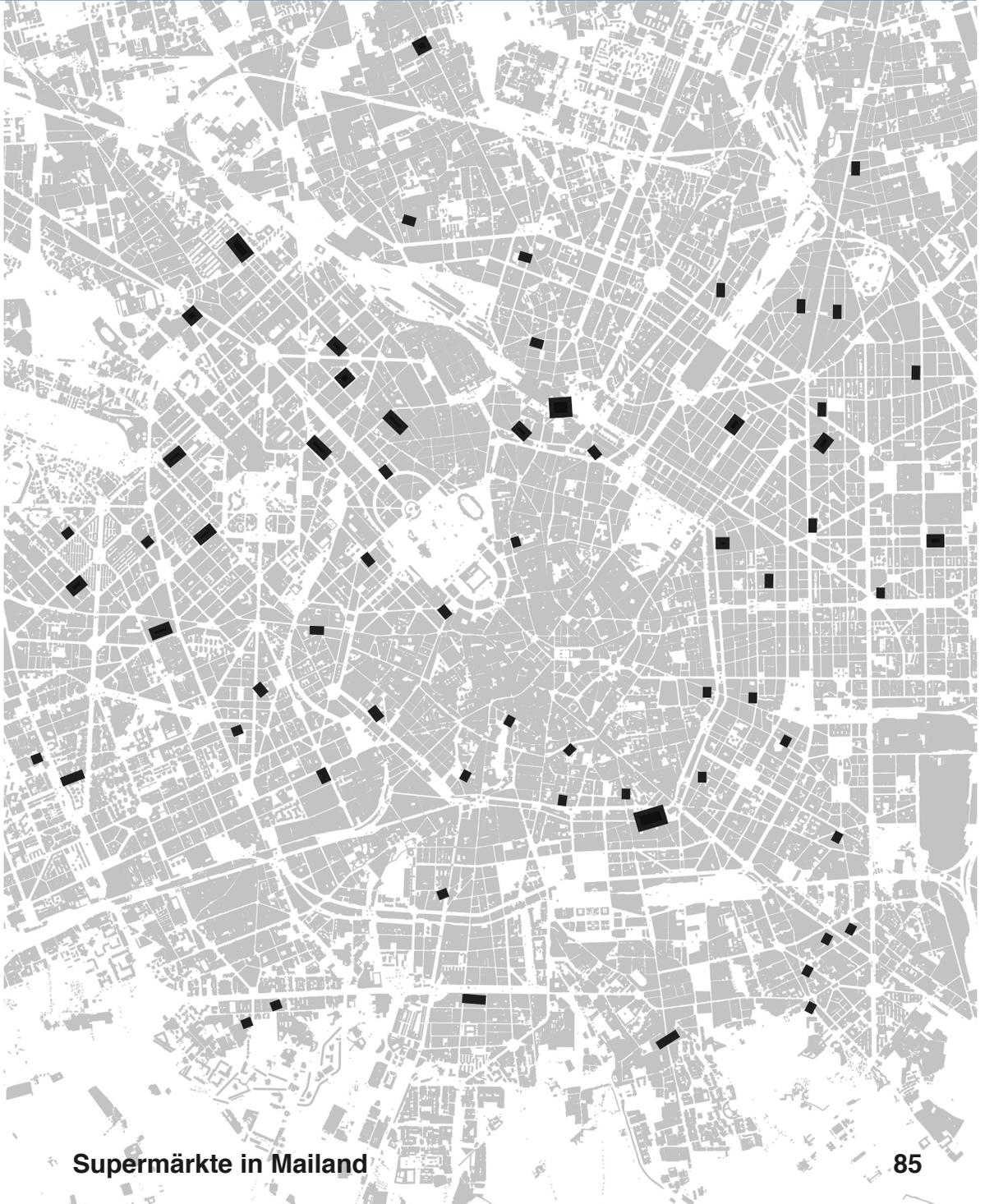




# Der Strassenmarkt schmiegt sich elegant in die Lücken der Stadt.



# Während der Supermarkt als Black Box umgeben von Parkplätzen Löcher in die Stadt schneidet.





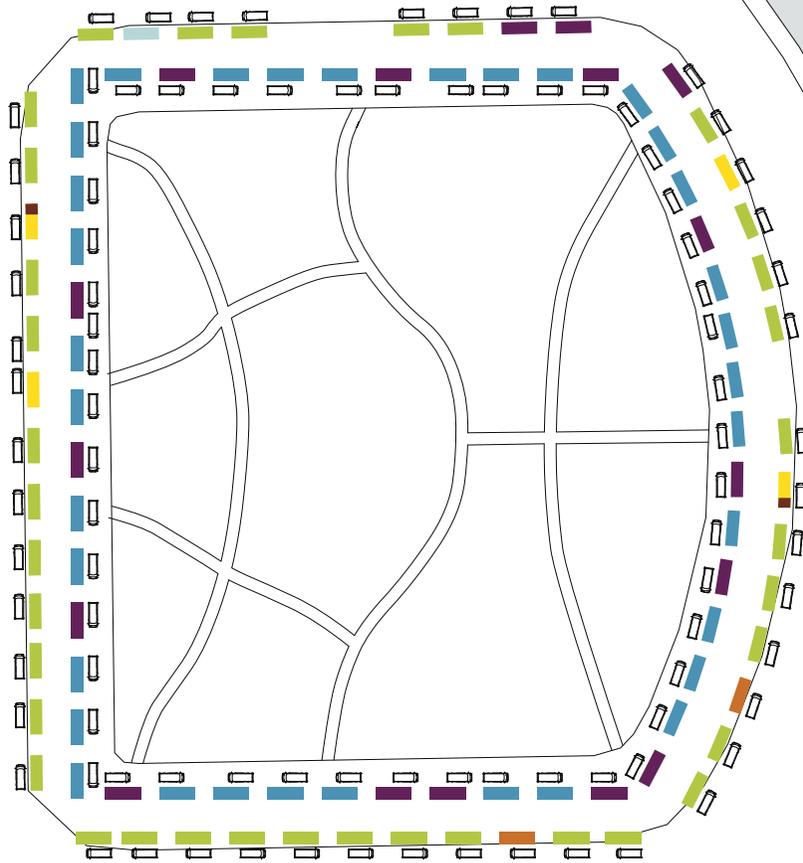
Strassenmärkte in Mailand

**Leer in der Nacht...**

# Lebendig am Tag...

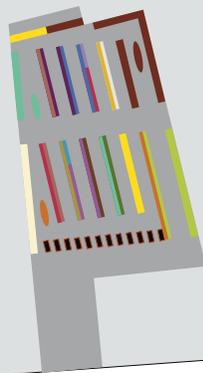


ca. 1800 m<sup>2</sup>  
Verkaufsfläche



- Haushaltswaren
- Käse
- Fleisch
- Kleider
- Früchte / Gemüse
- Brot

ca.1780 m<sup>2</sup>  
Verkaufsfläche



- |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  Mehl /Zucker                 |  Bier             |  Hygieneartikel |  Kleider        |  Tiernahrung |
|  Tiefkühlprodukte             |  Süssgetränke     |  Käse           |  Fleisch        |  Wein        |
|  Konserven / Convenience Food |  Früchte / Gemüse |  Pasta / Reis  |  |   |
|  Cerealien                    |  Medikamente      |  Brot           |  Haushaltswaren |  Süswaren    |

**spitzige Artischocke** (auch violette Artischocke genannt), unterscheidet sich von der gemeinen Artischocke durch ihre kleine Grösse und die schlanke Form. Die Blätter laufen spitz aus. Ursprünglich stammt sie aus der Mittelmeerregion, von dort wurde sie von Migranten in die ganze Welt mitgebracht. Die Artischocke gehört zur Familie der Disteln und war auch schon den alten Ägyptern bekannt.

Italien ist heut der grösste Artischockenproduzent der Welt. Dies vorzüglich auf der Albegna Ebene, welche durch ihr mildes Klima und den sandigen Boden eine speziell nährhafte Grundlage für Artischocken bietet.





Auf dem Markt gab es 25 verschiedene **Qualitäten** ein und derselben Artischockensorte.

Im Supermarkt gab es nur zwei verschiedene **Sorten** in der selben Qualität.

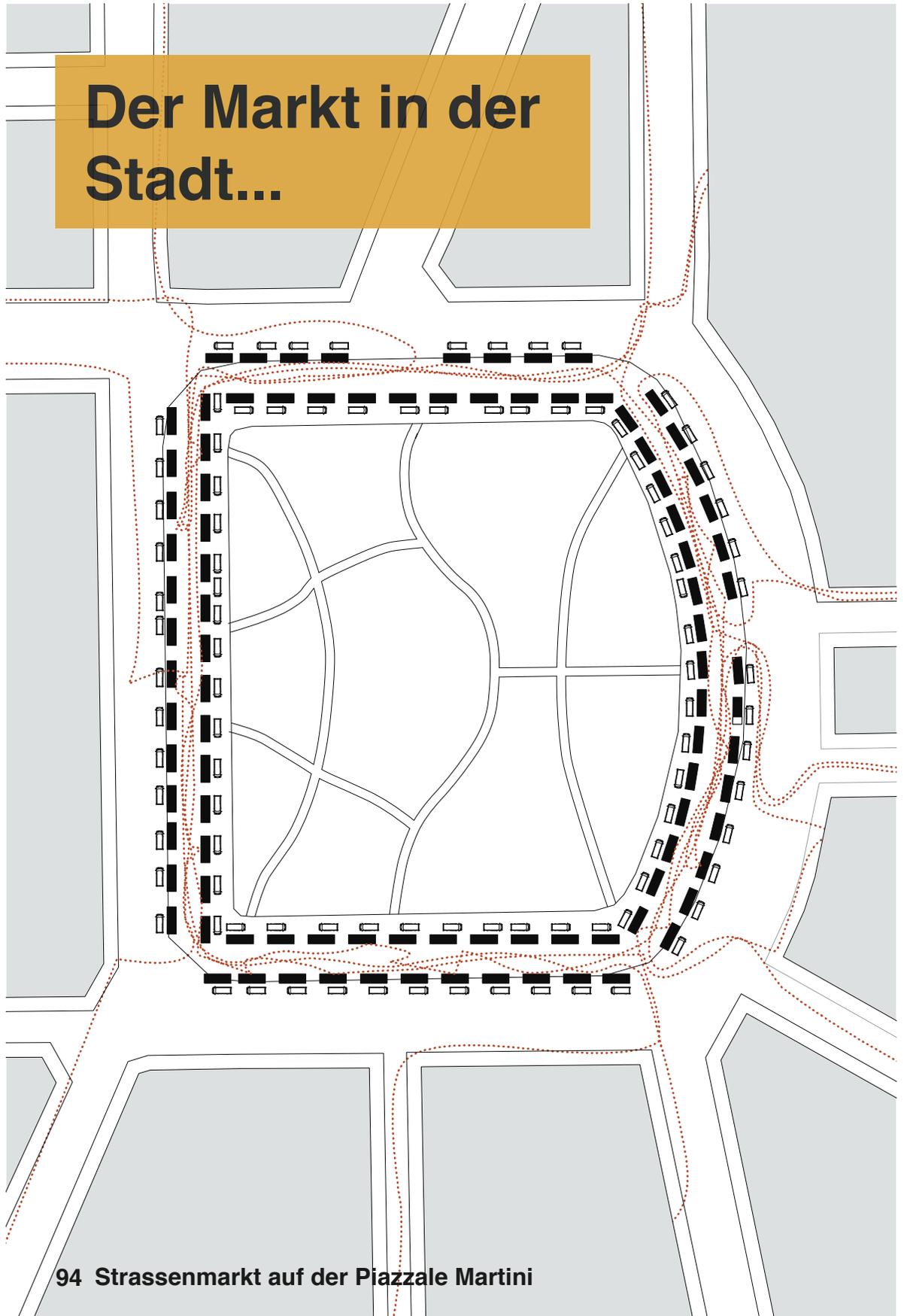


Der Supermart macht den Preisunterschied mit dem **Aktionen** wett und ist dann auch meist günstiger als der Markt.

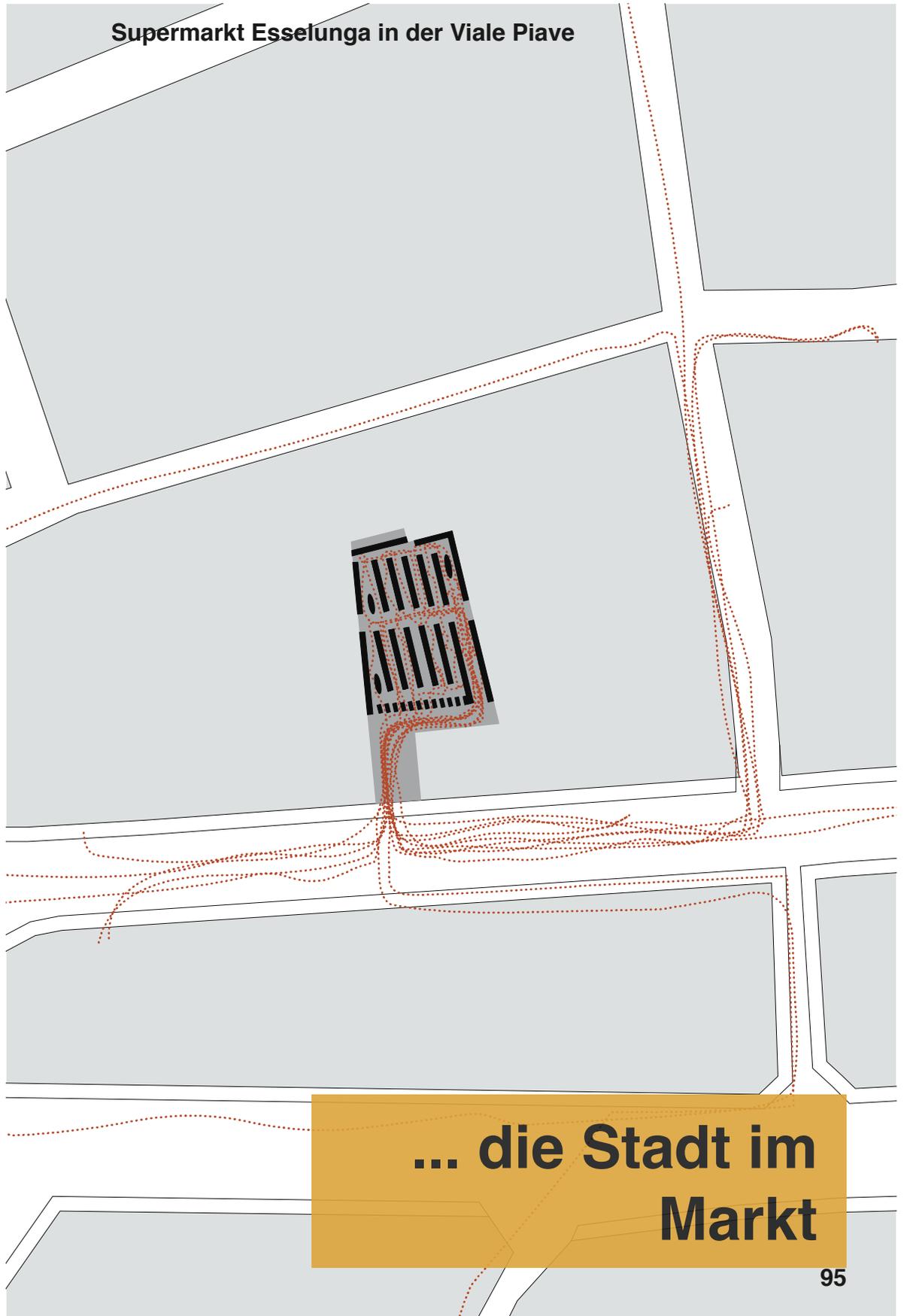
Einkaufen auf dem Markt kann **sehr günstig** sein, aber die Preise ändern sich während dem Tag und je nach Kundenandrang. Es gibt grosse Preis- und Qualitätunterschiede zwischen den verschiedenen Marktständen.



# Der Markt in der Stadt...



**Supermarkt Esselunga in der Viale Piave**



**... die Stadt im  
Markt**



Auf der Markt wird man bedient.

Die **menschliche Beziehung** bleibt zentral. Wenn der Kunde sich nicht gut empfangen fühlt geht er einfach weiter.

**Die Selbstbedienung** ist eines der Grundprinzipien des Supermarktes. Die immer gleiche effektive Organisation lässt es zu, dass der Kunde sich selber orientiert und auch in einem fremden Supermarkt die Produkte sofort wiederfindet.





Viele **Immigranten** arbeiten auf den Markt.

Einige besitzen ihr eigenes Geschäft aber **viele**  
**arbeiten schwarz**. Die Arbeit auf dem  
Markt ist eine der ersten Schritte zur Integration in der  
italienischen Gesellschaft.

Die Arbeit im Supermarkt ist meist

**schlecht bezahlt.** Eine Kassiererin verdient ca 1000 Euro im Monat, damit lässt sich im teuren Mailand knapp leben.



# Das soziale Ereignis bleibt Faktor, neben finanziellen



**beim Einkaufen ein zentraler  
und logistischer Vorteil.**



In **Eataly** kann die wohlhabende Mailänder Bevölkerung das Marktfeeling haben, ohne nasse Füße zu bekommen. Es gibt Produkte aus ganz Italien, man kann sich nahe des Landes fühlen mitten in Mailand.





Alles ist konstruiert und inszeniert. **Einkaufen als Spektakel:** Essen, Einkaufen und Konzert

Es gibt immer mehr Alternativen, um lokal einkaufen zu können.

Ganz nah zum Zentrum von Mailand gibt es den **Parco  
agricolo Sud**. Man kann die Produkte der Bauern  
direkt in den Cascinas kaufen oder auf die verschiedenen Bau-  
ernmärkte gehen die punktuell in den Satdt stattfinden.





Das Angebot ist durch das **lokale Klima und die Jahreszeit** eingeschränkt. Die meisten Produzenten erweitern jedoch ihr Angebot indem sie auch Produkte von benachbarten Cascinas verkaufen.



## Quellen:

### Literatur Verzeichnis:

S. 1/2:

Georg Schwedt: „Vom Tante-Emma-Laden zum Supermarkt“, Eine Kulturgeschichte des Einkaufens, WILEY-VCH Verlag, Weinheim, 2006

### Bildverzeichnis

S. 1/2: Der Geldwechsler und seine Frau (1514),  
Malerei von Quentin Massys

S.22 /23: Szene aus „A supermarket meet cute“, Film von Mike Lawrence, 2007

Alle anderen Bilder sind eigene Bilder von unserer Reise nach Mailand im Rahmen vom Wahlfach Urban Food im Februar 2015.