Geheime Rezepte

Ein Kaffeehaus in vierter Generation

rotz der selbstverständlich vorgeschriebenen Maske ist der feine und schokoladige Geruch von Pralinen und Baumkuchen unverkennbar. Hell leuchtet das Kaffeehaus "Cron & Lanz" mitten in der Fußgängerzone der Göttinger Innenstadt. Im Zentrum des Verkaufsraumes sind unzählige golden glänzende Pralinenschachteln säuberlich gestapelt. "Alles von Hand gefertigt, vom Champagner-Himbeer-Trüffel bis zum Mandelsplitter", versichert Ulrike Grummes-Salamon, die mit ihrem Vater das Café führt, sichtlich stolz.

Im Raum dahinter, wo im Sommer noch Menschen saßen, die Kaffee tranken und Schwarzwälder Kirschtorte oder gefüllte Baumkuchentorte aßen, ist es dunkel und leer - fast ein wenig trostlos. Trotzdem stehen hinter dem Verkaufstresen vier Mitarbeiterinnen und bedienen die teils entspannten, teils gestressten Kunden des Kaffeehauses, die ihren Weg hierher gefunden haben und die Corona-Regeln streng befolgen.

Die Infobroschüre, die auch eine Speisekarte beinhaltet, sieht aus wie fast alles in dem Kaffeehaus: edel, altmodisch und ein bisschen vergoldet. Aus ihr lässt sich entnehmen, dass das traditionsreiche Unternehmen samt Café schon seit 1876, also seit mehr als 140 Jahren existiert. Auch das gedimmte Licht der Kronleuchter und das Logo – eine goldene Krone mit zwei gekreuzten Speeren –, die einkaufenden Rentner und die vornehme Einrichtung lassen das Café ein bisschen aus der Zeit gefallen wirken. Die lange Tradition ihres Cafés ist für Grummes-Salamon von großer Bedeutung. Sie erzählt von den sieben Schichten Fußboden, die es aufgrund der Renovierungen im Haus gebe, und von den zum Teil über 100 Jahre alten Geheimrezepten für Kreationen, die das Kaffeehaus auf keinen Fall verlassen dürften. Trotzdem betont Grummes-Salamon, die das Café in vierter Generation führt, dass sie ihre Kinder keinesfalls dazu zwingen möchte, das Café als Familienbetrieb auch in fünfter Generation weiterzuführen.

Den Gesichtsmasken, die alle Beteiligten tragen, zum Trotz wirkt die Situation alltäglich. Doch natürlich ist die Lage aufgrund von Corona alles andere als normal. Schließlich geht es bei vielen Unternehmen um nichts weniger als die Existenz, und Frau Grummes-Salamon sorgt sich entsprechend um ihr Café. Corona habe zu massiven Umsatzeinbußen geführt. Vor allem, da das Kaffeehaus im ersten Lockdown im März und April komplett schließen musste. Die geltenden Regeln erlauben zumindest einen Lieferservice und die Öffnung der reinen Verkaufsfiliale. Damit das möglichst reibungslos funktionieren kann, habe, so Grummes-Salamon, das Unternehmen bereits im Frühling den vorhandenen Versandund Lieferservice ausgebaut. Aufgrund dieses Service, der Verkaufsfiliale und Rücklagen sei Cron & Lanz noch mit einem blauen Auge davongekommen, Grummes-Salamon blickt optimistisch in die Zukunft ihres traditionsreichen Cafés. Vielleicht ist es ja genau das, was wir in der Krise



Werben und verkaufen

Plastikfrei, nachhaltig, regional: Berlin direkt.

Klek-Shops: Wie Sofia von unten aussieht.

Schwindende Ausgaben: Zeitungskiosk in Bilbao.

Göttinger Confiserie in Zeiten der Epidemie.



Abgezapft und abgefüllt

Wenig ist mehr, findet der Sozialarbeiter und hat in Berlin einen Unverpacktladen eröffnet. Das zieht immer mehr Kunden an, die Gutes wollen.

eim Öffnen der Tür schwappt dem Kunden eine duftende Wolke aus Kaffee und Gewürzen entgegen. An den Wänden des "Fair-Unverpackt"-Ladens im Berliner Stadtteil Charlottenburg-Wilmersdorf reihen sich unzählige Spender und Gläser mit Getreideprodukten, Saaten und Nüssen. Auch Karaffen mit aromatischen Essigen und Ölen sind hier zu finden. Besonders stolz ist Eigentümer Florian Remmler auf seine Abfüllstation für Waschmittel. Dort können sich die Kunden das Konzentrat abfüllen und zu Hause selbst verdünnen. Das Motto lautet: "Plastikfrei, nachhaltig und

(wenn möglich) regional." Mit seiner Geschäftseröffnung im April 2020 verwirklichte sich der Sozialarbeiter einen Traum. "Mein Ziel war es schon immer, Dinge zu verändern." Nach Unzufriedenheiten im Beruf machte sich der 43-Jährige mit dem Unverpacktladen selbständig. Unterstützung erhielt er von seinen Freunden und einer Crowdfunding-Kampagne, die ihm innerhalb von zweieinhalb Monaten 27 000 Euro Startkapital zur Verfügung stellte. "Meine Eltern waren allerdings zuerst schockiert von meinen Plänen", verrät der alleinige Eigentümer schmunzelnd. "Sie haben nicht verstanden, wieso ich einen sicheren Arbeitsplatz für eine Investition ins Ungewisse aufgebe." Der Berliner hielt trotzdem fest an seiner Motivation, Gutes zu tun und sich für das Gemeinwohl einzusetzen. Zu seinen Zielen gehört viel mehr als der Verkauf von verpackungsfreien Nahrungsmitteln und nachhaltigen Haushaltsartikeln. Er möchte über die Herkunft einzelner Importartikel aufklären und anregen, regional und einheimisch, anstatt in-

ternational einzukaufen. Nachhaltigkeit liegt Florian Remmler besonders am Herzen. Statt neue Produkte zu kaufen, wertet er lieber gebrauchte Gegenstände auf und schenkt ihnen ein neues Leben. "Dinge müssen nicht neu und perfekt sein, sondern sollten Gemütlichkeit und Wärme ausstrahlen." Auch die Sitzgruppe des Minicafés im Geschäft besteht aus alten und unbenutzten Möbeln aus ganz Berlin. Neben Upcycling setzt Remmler auf Fairtrade und Wiederverwendung. Zu seinen Lieferanten gehören neben dem fairtrade zertifizierten Großhändler Bananeira und der naturbasierten Bohlsener Mühle bis zu 90 Einzelanbieter wie sein Waschmittelhersteller aus Österreich.

Doch liefern diese Hersteller wirklich plastikfrei und umweltbewusst? "Überwiegend schon. Trockene Nahrungsmittel werden oftmals in 25-Kilogramm-Papiertüten geliefert. Bei empfindlichen Produkten sind diese allerdings auch mit Plastikfolie ausgekleidet. Ansonsten erhalte ich meine Waren auch in Pfandbehältern oder

Mehrwegbehältern, welche ab einer bestimmen Menge kostenlos abgeholt werden. Diese werden dann gereinigt und wieder neu befüllt." Dennoch ist in seinem Warenlager neben einfach recycelbaren Verpackungen auch Plastikmüll zu finden. Allerdings sieht der Inhaber diesen nicht als schlecht an. "Es ist besser, wenn ich eine 5-Kilogramm-Plastiktüte Basilikum auf etliche Haushalte verteile, anstatt dass jeder Haushalt ein einzelnes Zehn-Gramm-Plastiktütchen kauft. Die Menge macht es einfach.

Die Kunden sind nicht auf die einheitlichen, oftmals zu großen oder kleinen Verpackungsgrößen der Einkaufsläden angewiesen, sondern können individuell nach ihren Bedürfnissen entscheiden, wie viel sie von einem Produkt benötigen. "Ein Singlehaushalt benötigt meist keine Familienpackungen. Bei mir können die Kunden über die Größen entscheiden und immer wieder frisch nachholen." Neben Alleinstehenden und Studenten zählen Familien, Kinder und ältere Menschen zur Kundschaft. Hinter jedem Konsumenten steht eine andere Motivation. Einige tätigen ihren gesamten Wocheneinkauf im Laden, andere kaufen nur Backwaren, Eier oder frische Milch. "Und dann gibt es noch die, die sich bewusst nachhaltig und plastikfrei ernähren möchten." Der Kundenkreis nehme weiter zu, breite sich über den Bezirk hinaus aus. So kommen die verschiedensten Menschen zusammen und tauschen sich über ihre Ziele aus. Vor allem die ältere Generation sieht in dem Laden eine Erinnerung an früher. Als Orientierung sieht Remmler die einstigen Tante-Emma-Läden nicht. "Früher konnte man die Waren nicht anders lagern und anbieten. Heutzutage bieten Supermärkte die Möglichkeit, zu jedem Zeitpunkt alles frisch zu kaufen, allerdings ist das mit viel Müll und Energie verbunden. Ich habe mich bewusst gegen die Verpackungen entschieden, um der Umwelt etwas Gutes zu tun. Mein System gleicht dem von früher, allerdings ist meine Motivation dahinter eine andere."

Die weiteren Berliner Unverpacktläden sieht er nicht als Rivalen. "Es gibt genug Menschen in der Umgebung, die zu mir kommen und hier kaufen. Ich sehe die anderen Geschäfte eher als Bereicherung und Unterstützung in unserer Bewegung für ein plastikreduziertes Leben. Wir tauschen uns aus, anstatt uns auszubooten. Das alles ist ein großes Geben unterstützt der Familienvater auch Lisa, eine Praktikantin, Die Österreicherin holt sich Tipps und Inspiration, um in ihrer Heimat ein eigenes Geschäft zu eröffnen. Helfen und Informieren ist Remmler besonders wichtig. So sieht er sich in Zukunft persönlich weniger im Geschäft, sondern möchte vermehrt in den Bildungssektor gehen. Auf Seminaren und in Workshops plant er, seine umweltbewussten Lebenswege weiterzugeben, und hofft, so etwas zu bewegen und mehr Menschen zu einem plastikfreien Alltag motivieren zu können. Das Geschäft soll bleiben. "Der Laden ist ein Treffpunkt, ein Ort für jeglichen Austausch und Kommunikation. Wir reden, diskutieren, beraten und lachen zusammen. Und manchmal sitzen wir einfach auf unserem Sofa, trinken Kaffee und essen Kuchen."

Elisabeth Preuß, Hohen Neuendorf, Marie-Curie-Gymnasium

in den Shop hineinzukommen, sondern

Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG IN DER SCHULE

Verantwortlich: Dr. Ursula Kals

Pädagogische Betreuung: IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen Ansprechpartner Norbert Delhey

An dem Projekt "Jugend schreibt" nehmen teil: Aachen, St. Ursula Gymnasium Aschaffen

burg, Karl-Theodor-v.-Dalberg-Gymnasium

Backnang, Max-Born-Gymnasium

Bad Berg-

zabern, Gymnasium im Alfred-Grosser-Schul

zentrum • Bad Kreuznach, Lina-Hilger-Gym

nasium • Bad Pyrmont, Humboldt-Gymnasi-

m

Baden-Baden Markgraf-Ludwig sium • Bergen auf Rügen, Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium • Berlin, Anna-Freud Oberschule, Droste-Hülshoff-Gymnasium, Eckener-Gymnasium, Staatliche Ballettschule Berlin und Schule für Artistik, Wilma-Rudolph-Oberschule • Bielefeld, Brackweder Gymnasium • Bilbao (Spanien), Deutsche Schule • Braunschweig, Wilhelm-Gymnasium • Cottbus, Pücklergymnasium • Dresden, Berufsfachschule für Sozialwesen Durmersheim Wilhelm-Hausenstein-Gymnasium • Eisenach Martin-Luther-Gymnasium • Emmendingen Goethe-Gymnasium • Eppelheim, Dietrich Bonhoeffer-Gymnasium • Eschwege, Oberstufengymnasium • Frankfurt am Main, Helene Lange-Gymnasium, Otto-Hahn-Schule, Zie henschule • Freiburg, Droste-Hülshoff-Gymna sium, Wentzinger-Gymnasium • Freigericht, Kopernikusschule Friedrichroda, Perthes-Gymnasium • Friedrichshafen, Claude-Dor nier-Schule • Fulda, Marianum • Geisenheim Internatsschule Schloss Hansenberg, Rheingauschule • Gelnhausen, Grimmelshausen-Gymnasium • Germersheim, Johann-Wolfgang-Goethe-Gymnasium • Göttingen Felix-Klein-Gymnasium, Max-Planck-Gymnasium • Großkrotzenburg, Franziskanergymnasi um Kreuzburg • Grünheide, Docemus Campus • Hamburg, Ebert-Gymnasium, Marion-Dönhoff-Gymnasium • Heubach, Rosenstein-Gymnasium . Hildesheim, Scharnhorst avmnasium · Hohen Neuendorf, Marie-Curie Gymnasium • Icking, Günter-Stöhr-Gymnasium • Kaarst, Georg-Büchner-Gymnasium Kaiserslautern, H.-Heine-Gymn. (Sportgymnasium) • Karlsruhe, Tulla-Realschule • Kassel Friedrichsgymnasium • Kempten, Allgäu-Gymnasium • Kenzingen, Gymnasium • Kielce (Polen), 6 Liceum Ögolnoksztalcace • Koblenz, Görres-Gymnasium • Köln, Elisabeth-von-Thüringen-Gymnasium, Fachschule für Agrarwirtschaft der Landwirtschaftskammer NRW . Koprivnica (Kroatien), Gymnasium "Fran Galovic Leutkirch im Allgäu, Hans-Multscher-Gymnasium • Linz am Rhein, Martinus-Gymnasium • Ludwigsburg, Goethe-Gymnasium • Lunzenau, Evangelische Oberschule • Mainz, Bischöfl. Willigis-Gymnasium, Rabanus-Maurus-Gymnasium • Mayen, Megina-Gymnasium München, Asam-Gymnasium, Städtisches Louise-Schroeder-Gymnasium stadt, Johann-Philipp-von-Schönborn-Gymna sium • Nantes (Frankreich), Lycée des Bourdonnières • Neumünster, Immanuel-Kant Schule Nürnberg, Johannes-Scharrer-Gymnasium • Offenbach, Albert-Schweitzer-Schule • Offenburg, Kaufmännische Schule • Ogulin (Kroatien), Gymnasium Bernardina Frankopana • Oldenburg, Cäcilienschule • Plauen, Lessing-Gymnasium • Porto (Portugal), Deutsche Schule • Ptuj (Slowenien), Gymnasiums Rheinbach, Sankt Joseph Gymnasium
 Rosenheim, Karolinen-Gymnasium • Saarbrücken, Ludwigsgymnasium • Schlüchtern, Kin-Schorndorf, Johann-Philipp-Palm-Schule • Schwäbisch Gmünd, Parler Gymnasium . Sofia (Bulgarien), Galaboy-Gym nasium • Speyer, Hans-Purrmann-Gymnasium • Stuttgart, Evang. Heidehof-Gymnasium Trier, Berufsbildende Schule für Ernährung Hauswirtschaft Sozialpflege • Trogen (AR) Kantonsschule • Weinheim, Johann-Philipp Reis-Schule • Weinstadt, Remstal-Gymnasium Wetzikon (Schweiz), Kantonsschule Zürcher Oberland • Wetzlar, Theodor-Heuss-Schule Wiesbaden, Friedrich-List-Schule • Würzburg St.-Ursula-Gymnasium • Zagreb (Kroatien), III Gimnazija Zagreb • Zürich (Schweiz), Kantonsschule Zürich Nord

Unter Druck

Ein Paar und sein Zeitungskiosk in Bilbao

s gibt immer weniger davon, aber die Zeitungskioske sind noch Teil des alltäglichen Lebens in den Städten. Auch in Bilbao gibt es noch treue Kunden, die jeden Morgen zum Pressekiosk gehen, um die Zeitung zu kaufen. 1989 eröffneten der 69-jährige Ángel Aznárez und seine Frau Ana, ehemalige Arbeiter in einem Stahlwerk, das geschlossen worden war, einen kleinen Kiosk auf der Gran-Vía-Straße im Zentrum.

Die wenigen Kioske, die es in Bilbao noch gibt, haben die gleiche klassische Ästhetik mit einem kleinen Raum, einem Ladentisch und Glasregalen. Während Ángel am Schalter steht, legt Ana die gerade angekommene internationale Presse, darunter auch einige Zeitschriften aus Deutschland, ins Regal. "Jede Woche erhalten wir Presse aus verschiedenen Ländern, da Bilbao eine touristische Stadt ist und daher eine beträchtliche Nachfrage besteht. Wir haben auch einige Kunden, die gerne aus einer internationalen Perspektive informiert werden möchten und es immer noch vorziehen, dies auf Papier zu tun", sagt

Sie haben gerade die letzten Exemplare von zwei legendären spanischen Zeitschriften erhalten, die nach fast 40 Jahren nicht mehr als Papierausgabe erscheinen werden. Es tut ihnen jedes Mal "sehr leid", wenn ein Medium schließt, aber was diese Zeitungsverkäufer am meisten beunruhigt, ist der drastische Rückgang der Verkäufe der Tagespresse in den vergangenen Jahren, "denn letztendlich ist es das, wovon wir leben, und der Rückgang hat sich im letzten Jahr enorm beschleunigt". Die Daten des Estudio General de Medios, der jährlich die Leserzahl der spanischen Zeitungen untersucht, bestätigen dies: In Spanien verloren gedruckte Zeitungen allein im Jahr 2019 mehr als 850 000 Leser. Nach diesen Angaben gibt es spanienweit 9,6 Millionen tägliche Leser, weniger als die Hälfte der Leserzahl vor zehn Jah-

"Als wir mit unserem Geschäft anfingen, konnte sich noch niemand vorstellen, dass in wenigen Dekaden das Internet die Presse völlig verändern würde. Für uns war die Eröffnung eines Zeitungskiosks eine Möglichkeit, nach dem Verlust unseres Arbeitsplatzes in der Fabrik einen neuen Anfang zu machen, und wir dachten, dass dies langfristig eine rentable Option sein würde", sagt Aznárez. Doch die Welt hat sich seitdem sehr geändert. In den 90er Jahren verkaufte er jeden Sonntag locker mehr als tausend Exemplare von El Correo, der meistgelesenen Zeitung des Baskenlands. "Jetzt, an einem guten Wochenende, sind es meistens nicht mal hundert, und es ist die Zeitung, die sich am meisten verkauft", erklärt er. "Früher gab es auch etwa fünfzehn verschiedene Tageszeitungen, die meisten sind entweder in den letzten Jahren verschwunden oder haben auf gedruckte Ausgaben verzichtet, um nur im Netz zu erscheinen", sagt er resigniert, während er ein Kreuzworträtsel der Zeitung ABC ausfüllt, mit dem er sich während der zehn Stunden, die er täglich an seinem Kiosk verbringt, amüsiert.

Im Laufe der Jahre haben sie miterlebt, wie die Papierpresse angesichts der Digitalisierung allmählich an Stärke verloren hat. Sie waren daher gezwungen, ihr Geschäftsmodell neu zu erfinden. Jetzt ist der Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften, obwohl er noch einem wichtigen Anteil ihres Gewinnes entspricht, nicht ihre einzige Einkommensquelle. Seit zehn Jahren verkaufen sie auch ein kleines Sortiment von Bestsellern und Billigausgaben von Zeitungsverlagen, Stadtsouve-

nirs und Tabak. "Ich sehe darin keine Zukunft, aber ich bleibe hier, solange der Körper durchhält", sagt Ángel, der sich daran erinnert, dass er schon ein "quiosquero" war, bevor er sein Geschäft eröffnete. "Meine Familie begann vor über hundert Jahren, in dieser Straße Zeitungen zu verkaufen. Als ich jung war, verkaufte ich sie, indem ich auf der Straße schrie, und wir hatten sie in einer Schachtel dort in der Mitte des Bürgersteigs." An Ruhestand denken sie nicht, denn obwohl sie über Ersparnisse "aus guten alten Zeiten" verfügten, mussten sie diese während der Krise ausgeben, um ihren Kindern, die arbeitslos wurden, zu helfen. "Es gibt Monate, in denen das, was wir verdienen, weniger als 800 Euro beträgt", sagt Ángel. "Ich habe immer noch einige Stammkunden, aber niemand unter 50 kommt mehr, um bei mir eine Zeitung zu kaufen, weil sie alles im Internet lesen", bedauert er. Obwohl er glaubt, dass an dem Verfall der gedruckten Presse das Internet schuld ist, glaubt er, dass auch die Zeitungen ein Fehler begangen haben, "da sie begannen, alles kostenlos im Internet zu veröffentlichen, und nun bedauern, dass sie verschwinden werden, und wir werden mit ihnen von der Bildfläche verschwinden", sagt er und zeigt auf den Stapel Zeitungen.

Pedro Liedo Echeberria Deutsche Schule Bilbao

brauchen. Ein bisschen Optimismus! Lukas Schöbel, Max-Planck-Gymnasium,

Sofias Touristen wundern sich über Kellergeschäfte

In der Wirtschaftskrise sind in der bulgarischen Hauptstadt kleine Klek-Shops in Kellerräumen entstanden. Verkäufer sehen nur die Schuhe der Passanten und lesen manchmal mehr daraus als aus Gesichtern.

asch fahren die Autos auf dem lauten Boulevard Skoblev in Sofia vorbei. Hohe Gebäude umrahmen die Kreuzung im Herzen der Hauptstadt Bulgariens. Der bekannte Duft von teigigem Frühstück an der nächsten Ecke ist zu spüren. Und da ist er. Ein bunter Teppich an der Fassade. Ein ganzes Schaufenster, verziert mit Hunderten farbigen Stückchen - lila, rot, gelb, blau. Zahlreiche auf dem Glas dicht aneinandergeklebte Vierecke sind das Erste, was ein Passant von dem Klek-Shop sieht.

Unten liegt die kleine Öffnung. Der Passant muss sich hinhocken, um durch die Öffnung zu sehen. Und erst als er nah genug an dem Schaufenster ist, begreift er, was die bunten Vierecke eigentlich sind - Verpackungen von Schokoladen, Salzstangen, Zigaretten, Süßigkeiten, Chips, Croissants, Etiketten von Bier und Alkohol. Das sind alles Güter, die der Klek-Shop anbietet. Klek-Shop heißen die Läden, denn sie befinden sich in den Kellern der Gebäude. Nur durch ein kleines Fenster auf Erdniveau können sich die Kunden etwas kaufen, indem sie sich hinhocken: auf Bulgarisch "klek". Aber immer seltener sind die Klek-Shops zu sehen. Supermärkte beginnen sie zu ersetzen. Stefan Petrov arbeitet seit zehn Jah-

ren in einem Klek-Shop. Wie der 41-Jährige erklärt, kamen die Shops auf nach dem Fall der kommunistischen Regime in Osteuropa. Nachdem der Staat alle Betriebe privatisiert hatte, vollzog sich ein wirtschaftlicher Niedergang. Viele Leute haben keine Arbeit mehr und müssen irgendwie über die Runden kommen. Weil sie nicht genug Geld haben, um einen Raum für ein Geschäft zu mieten, benutzen sie ihre Keller. "Hier bezahle ich einfach keine Miete, das ist es", sagt Verkäufer Ivan Dimitrov. Durch die kleinen Fenster der Keller verkauft der 35-Jährige lange haltbare Ware wie Schokoladen, Zigaretten und Alkohol. Heute ist die Anzahl diese Läden in Sofia unter 20 gesunken. Petrov zeigt auf einen Keller auf der anderen Seite des Boulevards. Da gibt es zwei Schaufenster, die seit langer Zeit nicht benutzt worden sind. Von den ehemaligen Klek-Shops sind nur verblasste Verpackungen geblieben.

Ivanka Stoyanova arbeitet seit drei Jahren in dem Klek-Shop in der Nähe der Vitoshkastraße. Die 65-Jährige ist gelernte Betriebswirtin. Nach der Rente fand sie in dem Klek-Shop "eine kleine Beschäftigung" und ein zusätzliches Einkommen. Freundlich lacht sie über die Frage nach dem Unterschied zu einem Supermarkt.

"Das Geschäft ist 24 Stunden am Tag geöffnet, jeder kann zu jeder Zeit kommen. Außerdem steht hier kein Kunde in der Schlange." Ein großer Mann mittleren Alters in Arbeiterkleidern beugt sich währenddessen und gibt Ivanka einige Stotinki, bulgarische Cents. Dafür bekommt er eine Flasche Bier. Die Verkäuferin lächelt und fragt ihn nach den Kindern, sie kennen sich. Danach kommt eine Frau mit teuren, hohen Schuhen und kauft Zigaretten, die sie schnell in die glänzende Tasche steckt. Eilig überquert sie die Straße. Tausende Menschen bewegen sich in aller Eile über diesen Boulevard - Kinder und Mütter, Geschäftsleute, Rentner, Künstler, Jugendliche. "Wie sieht die Welt von unten aus?" Ivankas Augen leuchten auf. Mit einem nostalgischen Blick sagt sie: "Am Anfang war es sehr seltsam für mich. Anders ist es, wenn man nur die Schuhe der Menschen sieht, aber kein Gesicht. Im Laufe der Zeit habe ich mich daran gewöhnt. Sehen Sie, die Schuhe können manchmal mehr als das Gesicht sagen." Sofia ist eine Stadt mit vielen Mischkulturen. Die Welt ist bunt wie die Schaufenster mit den Schokoladenverpackungen. "Die Touristen wundern sich immer über diese Geschäfte. Sie sind nicht daran gewöhnt, hier nicht

sich etwas aus dem Schaufenster auszuwählen. Einmal ist ein Ausländer gekommen, der in das Geschäft wollte, um sich etwas zu essen zu holen. Er war nahe daran, die Tür der Wohnung aufzubrechen!", lacht Ivanka herzlich. Für sie haben die Shops weder eine nationale Bedeutung, noch sind sie eine schamvolle Erinnerung an die Krise. "Sie sind einfach meine Arbeit." Stefan Petrov bestätigt diese Einschätzung: "Es ist nicht leicht, aber hier arbeite ich seit zehn Jahren." Einmal seien Ausländer gekommen und hätten einen Film drehen wollen. "Ich bereue es, dass ich das erlaubt habe. Sie waren nicht hier, um die Klek-Shops als kulturellen Teil unserer Hauptstadt darzustellen. Sie wollten mein Geschäft nur als Beweis für die Armut. So ist es nicht. Die Klek-Shops sind kein Denkmal. Sie sind ein Geschäft. Sie sind mein Beruf", sagt Ivan Dimitrov. "Die Klek-Shops sind ein Teil unserer Geschichte. Sie brauchen keine politische Bedeutung zu haben. Sie haben ihren Platz in der Geschichte wie alle anderen Gebäude, Stra-

Raya Moyankova, 91. Gymnasium "Prof. Konstantin Galabov", Sofia

ßen, Läden und Menschen in Sofia."