



1986 – 2023 Reformhaus

Kapitel 8:

Wir waren zuerst da!

Viele Jahre fahre ich nun schon mit der Linie 903 durch Marxlohs Hochzeitsmeile mit ihren märchenhaften Schaufenstern: Von Walsum kommend blitzt zwischen türkischen Gemüseläden mit üppigen Auslagen, grellbunten Spielhallen und türkischen Cafés mit ihren typischen Milchglasscheiben eine Glitzerwelt aus Prinzessinnenkleidern und Goldschmuck auf. Es ist wie ein Blick in Schatztruhen aus Tausendundeiner Nacht. Ich sehe Frauen, die aufgereggt miteinander im Gespräch sind und mit sechs bis acht Personen im Schlepptau Brautmodengeschäfte aufsuchen, beobachte eifrige Verhandlungen junger Paare mit ihren Familien bei Goldhändlern. Die Geschäfte scheinen zu boomen.

Mittendrin, etwa fünfzig Meter neben der Kreuzung Pollmann-Eck, im Herzen der romantischen Hochzeitsmeile, entdecke ich ein kleines Reformhaus. Hat nicht meine Oma schon dort gekauft, wenn sie etwas besonders Gutes zu einem Krankenbesuch mitnehmen wollte? Naturreine Säfte oder Diätkekse? Der Anblick des Ladens löst bei mir eine ganz bestimmte Assoziation aus: einen Geruch von früher, ein bisschen abgestanden, gesund, alte Leute. Ich gehe hinein. Im Eingang kommt mir ein Mann mit einem schwarzen Turban entgegen. Er trägt ein langes gelbes Gewand über einer schwarzen Hose und hält einen Besen in der Hand. „Nachbarschaftshilfe“, lacht die Verkäuferin, die meinen fragenden Blick sieht, „der Herr hier, ein indischer Geschäftsmann, eröffnet morgen nebenan seinen Laden und möchte noch die letzten Schönheitsfehler beseitigen. Dafür hat er sich mal kurz den Besen ausgeliehen.“ Ein angenehmer Duft steigt mir in die Nase: frisch gemahlenes Mehl und frisches Brot. Langsam bewege ich mich durch die engen Gänge. Auf kleinstem Raum ist alles sorgfältigst sortiert und einladend präsentiert. Die Produkte wecken sofort meine Entdeckerlust: die speziellen, teils exotischen Säfte in den Regalen, Marmeladen und Honige, das Bio-Gemüse und -Obst, die pflegenden Kosmetika und die vielen, auch seltenen Gewürze, Nahrungsergänzungsmittel, Informationsbücher und, und, und ...

Die Verkäuferin, so stellt sich schnell heraus, ist die Besitzerin: Anne Bliersbach. Ihr Mann Marco kommt gerade abgehetzt, aber mit vielen neuen Geschichten im Gepäck, von einer seiner Liefertouren zurück. Wie jeden Morgen hat er vorbestellte Lebensmittel zu Kunden gefahren, die nicht mehr gut laufen können oder die einfach gern den Lieferservice nutzen. Und nein, das ist kein Start-up. Der Reformhausbesitzer tut das seit vielen Jahren. Jede Woche fährt er die gleichen Strecken ab, jeden Tag eine andere Tour, heute Mattlerbusch, morgen Jubiläumshain. Man weiß, wann er kommt. Manche Kunden lassen sich immer das Gleiche liefern, andere rufen vorher noch mal

an und geben ihre Bestellung auf. Marco Bliersbach ist froh: „Die alten Kunden bleiben uns treu, und es kommen ständig neue dazu.“

Schon sind wir in ein angeregtes Gespräch über Marxloh und seine Veränderungen vertieft.

„Manchmal fragen uns Leute, die zufällig vorbeikommen, erstaunt, warum wir ausgerechnet hier einen Laden gemietet haben. Dann sage ich immer: ‚Also, wir waren zuerst da!‘“

Marco Bliersbach lacht. Das Ehepaar führt den Laden seit 1986 und erlebt seither die Veränderungen in Marxloh mit. Ihr Erfolgsgeheimnis wird mir schnell klar: Sie sind neugierig und flexibel und gestalten das Leben im Stadtteil selbst aktiv mit. Sie wollen, dass Marxloh attraktiv bleibt, für Stammkunden und für neue Laufkundschaft. Und weil sie so ein großes Fachwissen haben und ständig Fortbildungen wahrnehmen, können sie flexibel auf Kundenwünsche reagieren. Und wenn es dann doch mal stressig wird, dann hilft ihnen etwas, das man nicht kaufen kann: eine große Portion Humor.

Den Laden gibt es am Pollmann-Eck seit 1947.

Anne Bliersbach wirkt eher ruhig und gewinnt die Sympathien durch ihren speziellen trockenen Humor und ihr herzliches, ansteckendes glockenhelles Lachen. Wenn Marco Bliersbachs Augen beim Erzählen seiner Geschichten wieder einmal funkeln und ihm ein verschmitztes Lächeln übers Gesicht huscht, dann amüsiert man sich köstlich mit ihm. Gemeinsam schwelgen wir in Erinnerungen. Und ich erfahre Neues.

1947 haben Ellen und Otto Jilek an dieser Stelle ein Gemüsegeschäft eröffnet und das dann langsam in ein Reformhaus umgewandelt. Nach wie vor steht der Name Jilek über der Tür, aus Liebe zur Tradition – und aus Dankbarkeit. Denn es ist eine ganz besondere Geschichte, wie die Übergabe an das Ehepaar Bliersbach stattgefunden hat. Ganz typisch für Marxloh, wo vieles einfach von Mensch zu Mensch geregelt wird. Und diese Geschichte lief so:

Anne Bliersbach kannte Otto Jilek seit ihrer Ausbildung an der Fachhochschule in Oberstedten bei Bad Homburg. Nach ihrem enttäuschenden Studium der Lebensmitteltechnologie, das für Anne Bliersbachs Vorstellungen am eigentlichen Thema „Gesunde Ernährung und Heilen durch Ernährung“ völlig vorbeiging und viel zu mathematiklastig war, hatte sie eine Ausbildung zur Drogistin absolviert. Marco Bliersbach hatte zunächst eine Lehre zum Einzelhandelskaufmann bei einem Apotheker in Köln gemacht. Auch ihn hatte das Thema „Gesunde Ernährung“ gepackt, schon in den Siebzigerjahren, also lange, bevor es ein Trend wurde.

Die Reformhaus-Fachakademie entsprach ganz ihren Vorstellungen. Sie wollten einfach in der Lage sein, ihre Kunden in Ernährungsfragen optimal zu beraten, wollten wissen, wie man durch eine gute Ernährung den menschlichen Körper und seine Selbstheilungskräfte unterstützen und stärken kann. Natürlich haben sie davon geträumt, irgendwann einmal ein eigenes Reformhaus zu führen. Doch das schien in weiter Ferne.

Die Jileks wiederum betrieben erfolgreich ihr Reformhaus am Pollmann-Eck in Marxloh. Mitte der Achtzigerjahre dachten sie so langsam darüber nach, sich zur Ruhe zu setzen. Ihr Plan war, das Ladenlokal im Parterre ihres Mehrfamilienhauses in dem boomenden Stadtteil meistbietend zu vermieten. Tatsächlich fanden sich schnell einige lukrative Bewerber, darunter zum Beispiel die Ladenkette Douglas. Doch als die Pläne den Laden aufzugeben konkret wurden, da merkten sie an den Gesprächen mit ihrer Kundschaft, dass es gar nicht so einfach werden würde, das Reformhaus aufzugeben und dabei im selben Haus oben wohnen zu bleiben. Denn - wie würden die alten Stammkunden reagieren, die man dann doch Tag für Tag irgendwo treffen würde? Die Vorstellung, dass sie immer wieder auf ihren schönen Laden, der leider nicht mehr da sei, angesprochen würden, machte ihnen Kopfschmerzen.

„Ja!“

Und dann die unglaubliche Fügung: Eigentlich wollte Anne Bliersbach zur Feier des siebenzigsten Geburtstags ihres damaligen Chefs gar nicht hingehen. Ein Geschenk am nächsten Arbeitstag würde es doch auch tun. Denn dieser Chef einer Drogerie in Dinslaken war ein Mann, der seine Angestellten mit zweierlei Maß behandelte. Sie hätte ihm gern einmal gesagt, wie sie sich als kleine Angestellte fühlte und lieber heute als morgen gekündigt. Aber sie traute sich nicht. Sie war jung, es war ihre erste Stelle, und sie wollte nicht schnell aufgeben, auch wenn ihr in stressigen Situationen in diesem kleinen Familienbetrieb niemand zur Seite stand. Und weil sie ihren Chef nicht offen brüskieren und auch keinen Anlass für einen neuen Konflikt liefern wollte, ging Anne Bliersbach also am Sonntagvormittag mit ihrem Mann Marco zum siebenzigsten Geburtstag ihres Chefs, um zu gratulieren.

Auch die Jileks waren Gäste bei dieser Geburtstagsfeier. Gleich als sie hereinkamen entdeckte Herr Jilek die junge engagierte Frau, die er inzwischen gut aus diversen Fortbildungsveranstaltungen kannte. Der Reformhausbetreiber aus Marxloh war bester Stimmung und machte ihr aus einer übermütigen Laune heraus – ja, man kann sagen, einen Antrag: „Anne, willst du meinen Laden übernehmen?!“, rief er beinahe theatralisch vor der versammelten Gesellschaft, und sie antwortete ganz spontan und ebenso enthusiastisch mit einem lauten „Ja!“. Wenn Anne Bliersbach das heute erzählt,

dann breitet sie an dieser Stelle die Arme aus wie zu einer großen Umarmung. Es war ihr Befreiungsschlag!

Rechnet sich das?

Gesagt, getan, schon ein halbes Jahr später an Silvester machten die Ehepaare Bliersbach und die Jileks mit ihrer ganzen Familie Inventur und feierten danach gemeinsam die Übergabe des Ladens: die einen den gelungenen Abschied, die anderen den Einstieg in ein Leben als Unternehmer. Es sollte bis zuletzt ein freundliches nachbarschaftliches Verhältnis werden.

Immer mittwochs kam Frau Jilek zum Einkaufen herunter, und Herr Jilek kam noch lange regelmäßig, um die beiden Schaufenster zu dekorieren – „aber vielleicht auch, weil er hier immer ein Stückchen Kuchen und einen Kaffee bekam“, spekuliert Anne Bliersbach augenzwinkernd. Die früheren Besitzer sind inzwischen tot, aber das freundschaftliche Verhältnis zu ihren Kindern ist geblieben, und das hilft den Betreibern bis heute, den Laden überhaupt zu halten. Vor allem wegen der moderaten Miete. Ihnen ist klar: Auch wenn sie verlässliche Mieter sind – die Besitzer hätten von einer Ladenkette, einer Spielhalle oder einem Brautmodengeschäft eine weitaus höhere Miete bekommen können. Und dieses Entgegenkommen der Vermieter hat enorme Vorteile für die Kundenpflege. „Das erleichtert so manches“, erklärt Anne Bliersbach. „Weil wir nicht diese hohen Kosten haben, können wir reeller beraten. Wir müssen nicht denken, der Kunde muss jetzt für soundsoviel Euro kaufen, weil ich ihn eine halbe Stunde beraten habe. Wer als Verkäufer unter so einem Druck steht, ist schnell unglaublich. Bei uns ist das lockerer. Wir haben eine gute Rücklage, wir wissen, dass unsere Vermieter nicht einfach die Miete erhöhen, und wir haben kein Personal. Das alles gibt uns enormen Spielraum!“

Natürlich werden die beiden hier nicht reich. Und im schönsten Rhythmus eines Pingpongspiels erklären sie: „Wir sind eben nicht so materialistisch eingestellt, eher ideell. Wir haben ja alles: eine Wohnung, ein Auto ... Wir haben nur nicht so viel freie Zeit. Aber das ist ja bei vielen Berufen so. Freizeit ist halt zu knapp.“ Ein paar größere Fahrradtouren zu Ostern und zu Pfingsten, den Sonntag im Garten oder am Niederrhein, das frischt ihre Kräfte auf und reicht ihnen für ein gutes Lebensgefühl. Wichtig sind ihnen ihre Unabhängigkeit und der Alltag mit ihren Kunden, der ihnen nach wie vor Freude macht. Was sie erreicht haben, lässt sich ganz konkret in Zahlen ausdrücken:

„Früher“, weiß Marco Bliersbach, „gab es viele Reformhäuser in Duisburg, heute sind es gerade noch drei“. Früher war man Konkurrenz, heute sind die Betreiber

überregional miteinander im Gespräch. Eher kollegial. Sie kennen sich, denn etwa einmal im Monat treffen sie sich bei einer Fortbildung, die meisten werden von Firmen mit veranstaltet, die neue Produkte auf den Markt bringen. Das ist wichtig, doch im Prinzip halten sie sich bis heute daran, was Frau Jilek ihnen mit auf den Weg gegeben hatte. Ihr Tipp: „Macht die Modeerscheinungen mit, aber seid vorsichtig mit dem Bestellen. Passt einfach auf, wann die Mode vorbei ist.“ Tatsächlich bieten Anne und Marco Bliersbach im Reformhaus überwiegend das an, was sich dauerhaft gut verkauft. Und das dann in bester Qualität. Das Plus gegenüber den Ladenketten, die Bio-Produkte und Nahrungsergänzungsmittel anbieten, ist ihr fundiertes Fachwissen. Sie können wirklich beraten und dann ganz gezielt und individuell das bestellen, was sie möchten. Dabei sind sie nicht auf eine von Marketingstrategen vorsortierte Produktpalette beschränkt. Das hat sich herumgesprochen. Besonders bei den Käufern, die kulturell anders sozialisiert sind als die Deutschen. Und da kommt Marxloh ins Spiel mit der Vielfalt der Kulturen. Die Zuwanderer mit ihren verschiedensten kulturellen Hintergründen sind für die Reformhausbetreiber eine wunderbare Fügung.

„Erst gestern hat mir wieder ein Syrer staunend erzählt“, erklärt Marco Bliersbach, „dass es ihm so fremd ist, dass man hier in Deutschland bei harmlosen Krankheiten wie Erkältungen sofort zum Arzt geht.“ In anderen Kulturen weiß man in den Familien viel über die Wirkung heilender Kräuter und natürlicher Lebensmittel, und dieses Wissen wird heute noch ganz selbstverständlich von Generation zu Generation weitergegeben und praktiziert. Viele setzen zum Beispiel auf die Heilkräfte von Tees wie Schafgarbe und Frauenmantel, und die gibt es im Reformhaus Jilek noch lose zu kaufen.

Zukunft durch kulturelle Vielfalt und Junge Leute

Anne Bliersbach kennt inzwischen viele traditionelle Gewohnheiten: „Gerade in der Erkältungszeit kaufen arabische und türkischstämmige Kunden gezielt Vitaminprodukte wie zum Beispiel Cranberrysaft und basisches Pulver. Sie wissen, dass damit die Schleimhäute anschwellen und sich die Bakterien nicht weiter festsetzen können.“ Es fällt den Lieferanten schon auf, dass sich in Marxloh einige Lebensmittel extrem gut verkaufen. „Bei Honig ist das besonders interessant. Die Deutschen kennen eher den milden Honig, Rapshonig oder ‚Wiesentracht‘“, lacht Anne. „Von dieser Sorte gab es schon Sonderangebote, als ich noch ein Kind war. Wir brauchen so einen Honig nicht. Wir brauchen Edelkastanie für die Erwachsenen und Akazie für die Kinder.“ Der Honig-Vertreter kommentierte, bei Bestellungen in dieser

Größenordnung wüsste er sofort, dass ein hoher Anteil der Kundschaft einen Migrationshintergrund hat.

Anne und Marco Bliersbach fragen nach und bestellen, was ihre Kunden gerne hätten. Und es macht ihnen selbst die größte Freude herauszufinden, wo sie die beste Qualität dieser Lebensmittel bekommen. Das begehrte Schwarzkümmelöl gegen Beschwerden bei Heuschnupfen bestellen sie in Ägypten, und die Käufer bestätigen ihnen: „Das ist das Beste!“

„Was noch sehr gut geht, ist MSM. Das kaufen Türken gern, wenn jemand Rheuma hat. Das Schwefelprodukt wirkt entzündungshemmend und durchblutungsfördernd. Damit werden die Gelenke freier, die Menschen haben weniger Schmerzen, bewegen sich mehr und durchbrechen so den Teufelskreis an Beschwerden.“

Die meisten Käuferinnen und Käufer kommen ganz gezielt, darunter auch viele junge Frauen. „Die haben ja wunderbare Haare und kaufen dann die schonenderen Farben“, weiß Anne Bliersbach, „weil die Haare ihr höchstes Gut sind. Es gibt kaum Deutsche, die bei uns für zwölf Euro Haarfarbe kaufen, aber arabische und türkische Frauen, die kaufen gleich mehrere Tuben auf einmal. Die Qualität der Produkte spricht sich einfach herum.“

Mundpropaganda

„Unsere Kunden sind sehr treu“, freut sich Marco Bliersbach. „Wenn man einmal jemandem aus einer Familie geholfen hat und der sich schnell besser fühlte und bald wieder gesund geworden ist, dann sind sie dankbar und erzählen das auch weiter. So entsteht eine erfolgreiche Mund-zu-Mund-Propaganda. Auch durch die Begegnungsstätten wie der Moschee und die großen Familien, die sich regelmäßig zum Feiern treffen, haben diese Kunden viel mehr Kontakte untereinander als die Deutschen. Und so geben sie häufig große Bestellungen für die ganze Familie auf. Fünfhundert Gramm Kurkuma oder zehn Kilogramm Honig sind da keine Seltenheit. Da kann man schon mal ein richtig gutes Geschäft machen.“

„Ach, wie gut, dass Sie noch da sind!“, kommt eine junge Frau geradezu erleichtert auf Anne Bliersbach zu. „Ich bin früher hier zur Schule gegangen! Jetzt brauche ich etwas gegen meine Magenschmerzen, und ich bin froh, dass Sie mich da beraten können“, freut sie sich. Immer mehr Jugendliche werden in den letzten Jahren zur Stammkundschaft. Das Bewusstsein für gute Ernährung liegt im Trend – vegetarisch, vegan, und immer häufiger als notwendige Reaktion auf Allergien.

„Meist mischen sie sich zuerst ihre Müslis selbst, mahlen bei uns das entsprechende Mehl, auch seltene Sorten wie Kokosmehl oder Leinsamenmehl, und darüber entdecken viele dann das Kochen. Sie fangen mit Fertigpackungen an, zum Beispiel mit Grünkernburgern, versuchen es dann mit frisch gemahlenem Grünkern und merken, dass sie das auch selbst mischen können. Und dass das noch viel besser



schmeckt. So entwickeln sie einen ganz neuen Zugang zu unseren Lebensmitteln. Und wenn jemand Chia-Samen möchte, dann haben wir den auch da.“ Anne Bliersbach schmunzelt. „Könnte sein, dass ich dann sage ‚Bitte den Löffel nicht so lange drinlassen, weil man ihn dann vielleicht nicht mehr rauskriegt,‘“ aber da muss man Kauffrau genug sein und den Trend mitmachen. Doch wenn ich gefragt werde ...“

Besser als diese Entwicklung der Bevölkerung in Marxloh hätte es für die überzeugten Reformhausbetreiber kaum laufen können.

Doch um sie herum sah es anders aus. Ende der Achtziger- und Anfang der Neunzigerjahre wurden zahlreiche Geschäfte geschlossen. Anne Bliersbach begann aufzuschreiben, wann um sie herum welcher Laden aufgab. Nach kurzer Zeit hatte sie sechs Din-A4-Seiten vollgeschrieben und mit der Liste aufgehört. Sie kann sich noch gut erinnern, wie es am Pollmann-Eck Ende der Achtzigerjahre aussah.

In den 80ern

Da gab es einen beeindruckenden Branchenmix: das große Bekleidungsgeschäft Sinn, das auch noch Gardinen und Stoffe führte, ein Miederwarengeschäft, elf Apotheken, fünf Juweliere, zwei Pelzgeschäfte, ein Porzellangeschäft, ein Geschäft für Lederwaren, ein Hutgeschäft, eine Buchhandlung, Eisen-Pollmann, Möbel-Pollmann, ein Kaufhaus, Banken, Optiker, einen Gartenfachhandel, eine Heizungs- und Sanitärfirma und noch vieles, vieles mehr. Die einen gaben auf, weil sie der Konkurrenz der Angebote großer Ladenketten nicht mehr standhalten konnten. Oft hörten sie damals, dass die Betreiber aus Altersgründen aufgaben, und keine Nachfolger fanden. Ihre Kinder hatten längst in einer anderen Stadt Arbeit gefunden und sich dort niedergelassen und kein Interesse mehr, zurückzukommen und die Geschäfte fortzuführen.

Die riesigen Ladenlokale standen leer, die Häuser drohten zu verfallen. Einige Jahre lang war die Situation beängstigend, die Straßen drohten zu verwahrlosen. Bis dann Ende der Neunzigerjahre die ersten Türken hier Läden eröffneten. Ein Riesenglück!

Heute gibt es rund ums Pollmann-Eck Geschäfte, Restaurants, Cafés, Büros und Arztpraxen, Rechtsanwälte und Steuerberater. Menschen aus unterschiedlichsten Nationen. Man findet an die fünfzig Brautmodengeschäfte, Juweliere und Geschäfte mit allem, was das Wohnen schick und gemütlich macht. Und Hinzu kommen Woolworth, Saturn, Aldi, Tedi, Action, KiK, viele kleine Spezialgeschäfte, einen Fahrradladen, einen Schlosser, mehrere Herrenmodegeschäfte, eine Parfümerie, türkische und arabische Restaurants, Imbisse – es boomt! Und nach dem Zuzug der Osteuropäer gibt es im näheren Umkreis inzwischen auch bulgarische und rumänische Trinkhallen, Coffee Shops und Lebensmittelläden.

Marco Bliersbach weiß, wer kommt und wer geht. Er ist ein leidenschaftlicher Netzwerker. Das wissen rund ums Pollman-Eck alle. Mitte der Achtzigerjahre wurde er Mitglied der deutschen Werbegemeinschaft Marxloh, sie ging über in eine internationale Werbegemeinschaft unter Federführung von Migranten mit türkischen Wurzeln. Gemeinsam planen sie Werbeaktionen für Marxloh. Sie möchten dringend überregional ihr Image verbessern, aus den Negativschlagzeilen herauskommen und treten gegenüber Politik und Wirtschaft mit einer kräftigen Stimme auf.

Nachbarschaftshilfe

Marco Bliersbach kennt viele Geschichten rund ums Pollmann-Eck. Er weiß, wer das Dach am alten Jugendstil-Pollmann-Haus sorgfältig und kostspielig nach altem Vorbild restaurieren ließ, und kennt so manche Anekdote, zum Beispiel die von den Räumen, die ein Zeitungsverlag hochwertig renoviert hat. Die Redaktion ist ziemlich bald wieder ausgezogen und der Besitzer konnte die Räume teuer neu vermieten. Mit großer Bewunderung spricht er über die Familien, ihren Zusammenhalt, ihren Fleiß und den Willen, alles für die Kinder zu tun und ihnen einen guten Start in die Zukunft zu geben. Und so ein bisschen einen familiären Geist gibt es auch in der Interessensgemeinschaft der Geschäftsleute. Man vertraut sich gegenseitig, und so passiert es schon mal, dass der erfolgreiche indische Ladenbesitzer, wenn er etwas erledigen muss, seine Tageseinnahmen kurz bei Marco Bliersbach „parkt“.

Wenn die Verkäuferin aus dem Geschäft gegenüber morgens die Erste ist und den Laden nicht aufschließen kann, weil sie mit ihren Armen nicht bis ans Schloss oberhalb der Tür heranreicht, schließt Marco Bliersbach ihr auf, und wenn jemand seinen Laden neu einrichtet und renoviert, fragt er in der Regel Marco Bliersbach, wie man es

organisiert, dass der Sperrmüll abgeholt wird und wo man für Sondergenehmigungen und bei Verwaltungsfragen bei der Stadt anrufen muss.

„Wie auf dem Dorf!“

„Das ist wie auf dem Dorf“, erklärt Anne Bliersbach strahlend, „wir vertragen uns und helfen uns gegenseitig!“ Die beiden werden bald zu meiner besten Informationsquelle über den Alltag, über das wirkliche Leben in Marxloh – ohne dabei je indiskret zu werden oder schlecht über jemanden zu reden! Sie geben mir so manchen Tipp für spannende Gesprächspartner.

Und wo immer ich den Namen Bliersbach oder den „Mann vom Reformhaus“ erwähne, erzählen mir die Menschen sofort eine gute Geschichte, die sie mit ihm verbinden. Immer geht es um hilfreiche Aktionen und praktische Tipps für ein freundliches Miteinander in Marxloh.

Am 31. Dezember 2023 hat das Reformhaus seine Türen für immer geschlossen. Aus Altersgründen und weil dieser Kampf gegen das schlechte Image des Stadtteils auf Dauer zu kräftezehrend ist. Überwältigend war der tränenreiche Abschied, besonders von ihren zahlreichen Stammkunden. Denn hier ist so etwas wie Familie gewachsen. Dieser „Dorfladen“ war auch ein Informationszentrum. Es war ein kleiner Laden, aber seine Schließung ist ein großer Verlust für die Menschen in diesem Stadtteil.



Spezialmühle



Unentbehrlich: Die Waage