

Der "orange Riese" bleibt nüchtern

Autor(en): **Peter, Theodora**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer**

Band (Jahr): **49 (2022)**

Heft 4

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1052188>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Der «orange Riese» bleibt nüchtern

In den Supermärkten und Restaurants der Migros wird auch in Zukunft kein Wein, Schnaps oder Bier angeboten. Fast acht von zehn Genossenschaftsmitgliedern lehnten einen Verkauf von alkoholischen Getränken ab.

THEODORA PETER

«Oui» oder «Non»? Also Ja oder Nein. So lautete die mit zwei Biermarken – mit oder ohne Alkohol – illustrierte Grundsatzfrage. Das Verdikt fiel klar aus. Alle zehn regionalen Migros-Genossenschaften sagten «Non». Das Nein zum Alkoholverkauf fiel deutlich aus, teilweise mit bis zu 80 Prozent. Am tiefsten war die Nein-Quote in den Weinbau-Kantonen Wallis (60 Prozent), Tessin (55 Prozent), Genf (65 Prozent) und Waadt (69 Prozent). Schweizweit beteiligten sich mehr als 630 000 Personen an der Urabstimmung – das sind rund 29 Prozent der insgesamt 2,2 Millionen registrierten Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftler.

Alkohol im Online-Shop

Das Alkoholverbot in den Läden des «orangenen Riesen» – ein oranges M prägt seinen Auftritt – gilt seit bald 95 Jahren. Migros-Gründer Gottfried Duttweiler (1888–1962) liess es 1928 in den Statuten der Genossenschaft festschreiben. Obwohl er selber gerne Wein trank und Zigarren rauchte, wollte Duttweiler aus Rücksicht auf die Volksgesundheit auf den lukrativen Verkauf von legalen Rauschmitteln verzichten – nebst Alkohol auch auf Tabak. Umgangen wird dies bei der Migros aber schon länger. Die Kundschaft findet Bier, Wein und Schnaps im hauseigenen Online-Shop, in den Migrolino-Läden an Bahnhöfen und Tankstellen sowie bei der Migros-Tochter Denner. Daran ändert sich auch in Zukunft nichts.

Trotzdem sind Suchthilfe-Organisationen wie das Blaue Kreuz erleichtert über den nun bekräftigten Alkoholverzicht in den Supermärkten. Denn «trockene» Alkoholiker und Alkoholikerinnen liefen ständig Gefahr, in die alte Sucht zurückzufallen, wenn



Ein Abstimmungsresultat wird zur Marke: Das alkoholfreie «Non»-Bier kommt bald in die Migros-Regale. Bei einem Ja der Basis hätte die Migros ein alkoholisches «Oui»-Bier ins Sortiment aufgenommen. Insgesamt gingen aber nur 24,7 Prozent Ja-Stimmen ein.

Bild ZVG

sie beim Einkaufen mit Bier, Schnaps und Wein konfrontiert werden. Darüber hinaus seien alkoholfreie Einrichtungen ein Bekenntnis zur Gesundheitsprävention.

Werte wichtiger als Umsatz

Gegen den Alkoholverkauf engagierte sich auch die «Gruppe für die M-Werte» rund um den früheren Migros-Direktor Herbert Bolliger. Der 69-Jährige zeigte sich über die Deutlichkeit des Resultates erfreut: «Es ist ein klares Statement, dass gewisse Werte wichtiger sind als mehr Umsatz.» Auch mit nichtalkoholischen Getränken lasse

sich Geld verdienen und diese lägen erst noch im Trend. Tatsächlich erleben alkoholfreie Biere in der Schweiz einen wahren Boom. Mit dem «Non»-Bier stellt die Migros ab 2023 eine neue Eigenmarke ins Gestell.

Für den aktuellen Migros-Chef Fabrice Zumbrunnen ist die Alkoholfrage nun zumindest «für diese Generation» vom Tisch. Die Debatte war vor einem Jahr von den Delegierten des Migros-Genossenschaftsbundes angestossen worden. Die Befürworter sahen im Verkauf von Wein, Bier und Spirituosen Potenzial für ein Umsatzwachstum. Sie blieben schliesslich klar in der Minderheit.