

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 49 (2022)
Heft: 1

Artikel: Der orange Riese bricht mit einem Tabu
Autor: Peter, Theodora
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1052162>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der orange Riese bricht mit einem Tabu

Seit ihrer Gründung vor fast 100 Jahren verzichtet Migros auf den Verkauf von Wein, Bier und Schnaps. Das könnte sich bald ändern: Im Juni stimmen die 2,2 Millionen Genossenschaftsmitglieder über das Ende des Alkoholverbotes ab.

THEODORA PETER

Für die einen ist er ein «alter Zopf», für die anderen gehört er zur DNA des grössten Schweizer Detailhändlers: der Verzicht auf den Verkauf von Alkohol und Tabak. Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler (1888–1962) schrieb das Verbot 1925 in die Statuten der Genossenschaft. Obwohl er selber gerne Wein trank und Zigarren rauchte, verzichtete Duttweiler aus Rücksicht auf die Volksgesundheit auf den lukrativen Verkauf legaler Rauschmittel. Gleichzeitig machte er alkoholfreie Getränke wie Apfelsaft durch Eigenproduktion und massive Preissenkungen zum Verkaufsschlager. Ob der einstige Migros-Patron Wein und Bier auch heute noch aus den Läden verbannen würde, darüber lässt sich nur spekulieren. Gemäss Tondokumenten aus den 1950er-Jahren zweifelte er den Sinn einer Beibehaltung zumindest an.

Alkohol bereits im Online-Shop

Umgangen wird das Alkoholverbot beim orangen Riesen bereits heute. Kundinnen und Kunden finden Bier, Wein und Schnaps im hauseigenen Online-Shop, in den Migrolino-Läden an Bahnhöfen und Tankstellen sowie bei der Migros-Tochter Denner. Der Discounter, der vom Migros-Konzern 2007 übernommen wurde, ist schweizweit der zweitgrösste Weinverkäufer – hinter Coop. Für den Detailhandel geht es dabei um viel Geld. Im Jahr 2020 gaben die Konsumierenden in der Schweiz insgesamt rund 2,6 Milliarden Franken für Alkoholika aus – das sind rund 8,6 Prozent des gesamten Umsatzes im Lebensmittelhandel. Wie viel die Migros mit dem Alkoholverkauf in den stationären Supermärkten zusätzlich verdienen könnte, ist offen. Skeptiker weisen darauf hin, dass der Umsatz auf

Kosten desjenigen in Denner-Filialen gehen könnte. Gar nicht gut kommt die geplante Liberalisierung beim Blauen Kreuz an. Die Organisation, die sich für Abstinenz einsetzt, erachtet das Verbot als wichtigen Schutzwall für «trockene» Alkoholiker. Diese seien ständig in Gefahr, in die alte Sucht zurückzufallen, wenn sie beim Einkaufen mit Bier-, Schnaps- und Weinflaschen konfrontiert werden. Damit riskiere die Migros, ihren Ruf als soziales und gesellschaftsverantwortliches Unternehmen zu verlieren, kritisiert das Blaue Kreuz.

Alleinstellungsmerkmal

Bedenken äussert auch der Werber Thomas Wildberger, der für den Detailhandelsriesen die Image-Kampagne «Die Migros gehört den Leuten» entwickelt hatte. Der Verzicht auf den Verkauf von Alkohol und Tabak sei ein Alleinstellungsmerkmal, das die Migros populär gemacht habe, sagte Wildberger in einem Zeitungsinterview. «Die Bevölkerung liebt die Migros genau für diese Andersartigkeit.» Diesen strategischen Vorteil sollte man aus Sicht des Marketingexperten nicht leichtfertig aufgeben.

Das letzte Wort ist ohnehin noch nicht gesprochen. Die Migros lässt ihre 2,2 Millionen Genosschafterinnen und Genossenschafter im Juni an einer Urabstimmung über die Aufhebung des Alkoholverbotes abstimmen. Den Weg dazu haben die Gremien der zehn regionalen Genossenschaften freigemacht. Für die Statutenänderung ist in jeder Region eine Zweidrittelsmehrheit der Abstimmenden nötig. Sie entscheiden letztlich, ob ab dem Jahr 2023 Bier, Wein und Spirituosen ins Sortiment der Migros-Filialen aufgenommen werden.



Selber ein Geniesser und Lebemann, schrieb er das Alkoholverbot in den Migros-Statuten fest: Gottlieb Duttweiler (1888–1962), hier 1960 vor seinem Geschäft in Oerlikon (ZH).

Fast alles gibts beim grössten Detailhändler der Schweiz – ausser Alkoholika und Tabakprodukte. Fotos Keystone