

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 49 (2022)
Heft: 4

Artikel: Der "orange Riese" bleibt nüchtern
Autor: Peter, Theodora
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1052188>

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: 31.12.2025

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

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 Genossenschaftsmitgliederinnen 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 Suchtthilfe-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 Abstimmungsergebnis 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.