

1925 Die Migros, heute neben Coop der grösste Lebensmittelverteiler der Schweiz, nahm 1925 ihren Anfang mit fünf Verkaufswagen, die direkt zu ihrer Kundschaft in die Dörfer fuhren. Der Gründer, der mittlerweile legendäre Zürcher Gottlieb Duttweiler, verfolgte damit das Ziel, lebensnotwendige Güter dank Ausschaltung des Detailhandels zu günstigeren Preisen anbieten zu können.

Duttweilers Revolution



Verbandes gar nicht erst. Dafür flattert 1934 ein scharfes Protestschreiben Duttweilers in den Briefkasten des GPVZH: «Wir erfuhren durch eine Regierungsstelle, dass ihr Verein eine Eingabe zur Erhöhung der Gebühren für die Migros-Wagen gemacht hat. Dieser Schritt hat uns sehr überrascht. Bekanntlich sind Lohnabbau auf breitester Basis, Arbeitslosigkeit, Kurzarbeit, wie auch Ausfall an Vermögenseinkünften überall die Regel. Gleichzeitig haben die Lebensmittel in letzter Zeit eher aufgeschlagen. Wie ist es möglich, dass ein Gemeindepräsident dahin wirkt, dass das Leben für die Gemeindegossen verteuert werde?»

mobilisieren nicht nur die Politik, sondern auch die Gerichte gegen den unliebsamen Mitbewerber. Duttweiler wird von Prozessen eingedeckt, hin und wieder untersagt ihm eine Gemeindebehörde sogar die Eröffnung einer Filiale oder verweigert ihm einen Standplatz für seine Verkaufswagen.

Die Menschen mit knappem Haushaltsbudget jedoch sehen ihren «Dutti», wie er im Volksmund liebevoll genannt wird, als ihren Verbündeten im Kampf um ein gutes Leben an und halten ihm durch Dick und Dünn die Stange.

Der Kampf gegen zu hohe Preise _ Der Erfolg der Migros-Wagen dürfte für manche Ladenbesitzer tatsächlich eine existenzielle Bedrohung gewesen sein. Deshalb zeigt manche Gemeindebehörde Verständnis für den Kampf ihrer lokalen Detaillisten gegen den Grossisten mit den unverschämten tiefen Preisen. Wohl nicht zuletzt deswegen, weil ein Rückgang der Umsätze im Dorf sich auch auf die Gemeindekasse auswirken würde. 1933 interveniert sogar der Gemeindepräsidentenverband des Kantons Zürich (GPVZH), der 1909 in Uster das Licht der Welt erblickt hat. In einem Schreiben an den Zürcher Regierungsrat verlangt er, die Betriebsgebühren für die Migros-Verkaufswagen zu erhöhen. Die Kantonsbehörde reagiert auf die Eingabe des

Gottlieb Duttweilers Idee war genial und löste im Schweizer Detailhandel eine eigentliche Revolution aus. 1925 kauft der damals 37-jährige Sohn des LVZ-Verwalters (Lebensmittelverein Zürich, heute Coop) fünf Ford-T-Lastwagen, baut darin Regale ein und füllt diese mit den sechs Basisartikeln Kaffee, Reis, Zucker, Kokosfett, Teigwaren und Seife auf. Mit diesen Läden auf vier Rädern bringt er seinen Kundinnen und Kunden wichtige Waren des täglichen Bedarfs quasi direkt vor die Haustür. Seine Innovation findet grossen Anklang, schon im Oktober 1925 steuert die kontinuierlich vergrösserte Migros-Wagenflotte 293 Orte in der ganzen Schweiz an. 1926 eröffnet Duttweiler das erste Ladengeschäft, das ein weit grösseres Warenangebot als die Verkaufswagen führt. Der ersten folgen kaskadenweise weitere Migros-Filialen. In nur acht Jahren wächst die Migros zu einem Konzern mit rund hundert Ladengeschäften, 41 Verkaufswagen, 900 Mitarbeitern und 51 Millionen Franken Umsatz heran.

Der Detailhandel zieht alle Register _ Der Erfolg der Billig-Konkurrenz ist dem Detailhandel ein gewaltiger Dorn im Auge. Viele Produzenten von Markenartikeln boykottieren die Migros, die so gezwungen ist, immer mehr Waren in ihrem Angebot selbst herzustellen. Die Besitzer von Lebensmitteläden fürchten um ihre Kundschaft und

Ein Leben für das soziale Kapital _ Farbige, zupackende und temperamentvolle Persönlichkeiten wie Gottlieb Duttweiler sind in der Schweiz eher die Ausnahme als die Regel. Für sein Ideal eines sozialen Kapitals, das den einfachen Menschen zu einem besseren Leben verhilft, kämpfte der innovative Unternehmer aus dem Zürcher Unterländer Dorf Oberweningen leidenschaftlich und hartnäckig. Tatsächlich dürfte ihm wohl nicht nur sein Erfolg, sondern auch der fast missionarische Eifer, mit dem er seine Überzeugungen vertrat, Gegner eingetragen haben. Charakteristisch ist in diesem Zusammenhang ein Vorfall im Jahr 1948. Weil er den Nationalrat nicht zu einer Lebensmittelvorsorge für Kriegszeiten bewegen konnte, warf Duttweiler einen Stein gegen ein Fenster des Bundeshauses. Von einem Interviewer sechs Jahre später auf sein Motiv angesprochen, sagte er: «Hat denn der Wilhelm Tell einen Auftrag gehabt? Das hat es doch in der Schweiz schon immer gegeben, den inneren Auftrag.»

Der massige Mann mit der polternden Art liebte die Auseinandersetzung und die Provokation. Die vielen Steine, die ihm die Konkurrenz und die Politik in den Weg legten, stärkten seine Kampfeslust nur. 1936 wagte er sich sogar in die Politik und gründete auch bei dieser Gelegenheit ein

neues «Unternehmen», den Landesring der Unabhängigen, der in seinen Anfängen grosse Wahlerfolge verzeichnete. «Ich bin in die Politik gegangen worden», meinte «Dutti» zu diesem Schritt einige Jahre später. Einen besonderen Spass machte er sich mit der Namensgebung für seine Produkte, die er oft an Markenartikel anlehnte. Der koffeinlose Kaffee hiess bei ihm Zaun statt Hag, Rivella erwuchs ein Migros-Pendant namens Mivella, und das Waschmittel Ohä schliesslich signalisierte kurz aber bündig: ohne Hänkel (Henkel).

Duttweilers sprichwörtliche Volksnähe war keine Imagefrage, sondern entsprach seinem Wesen. Oft begab er sich am Samstag in einen seiner Supermärkte, um den Leuten im direkten Gespräch den Puls zu fühlen. Sein Prinzip der Solidarität des Starken mit den Schwachen propagierte er nicht nur, sondern lebte ihm konsequent nach. Als sozial engagierter Mensch stellte er ein Prozent des Migros-Umsatzes für Projekte in Bildung, Kultur, Sport und Freizeit zur Verfügung. Als Menschenfreund verbot er zudem von Anfang an den Verkauf von Alkohol und Tabak in seinen Läden. Und 1941 vermacht er der Kundschaft sogar sein Unternehmen, indem er es in eine Genossenschaft überführte.

Temperamentvoll engagiert:
Gottlieb Duttweiler.

