

### Editorial

## Liebes Forum-elle-Mitglied Liebe Leserin, lieber Leser

Zehn Mal war Monika Weber 2013 mit ihrem Vortrag über Gottlieb Duttweiler bei Forum-elle-Sektionen zu Gast: Die ehemalige Zürcher Ständerätin und Vorsteherin des Schul- und Sportdepartements vertritt mit Herzblut die Werte, die der Migros-Gründer pflegte. Duttweiler handelte nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit, lange bevor dieser Begriff 1983 von den Vereinten Nationen einen offiziellen Namen bekam. Heute steht Nachhaltigkeit für eine Gesellschaft, die nach ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen strebt. Die Migros gibt mit der Kampagne Generation M 50 Versprechen ab, die bis 2020 eingelöst werden sollen und die für eine ökologisch, sozial und wirtschaftlich gesunde Gesellschaft sorgen. Innerhalb der Migros kümmern sich verschiedene Experten um die Umsetzung dieser Versprechen. Eine Frau steht ganz besonders für diese Ziele: Cornelia Diethelm. Sie ist die Nachhaltigkeitsverantwortliche, die mit viel Charme, Einsatz und Überzeugungskraft wirkt.

Wir wünschen gute Lektüre und einen wunderbaren Frühling.



**Esther Girsberger**  
Zentralpräsidentin

esther.girsberger@forum-elle.ch  
www.forum-elle.ch

### Inhalt

**02** *Forum*  
Aus den Sektionen

**05** **Gesprächsstoff**  
Cornelia Diethelm,  
Nachhaltigkeits-  
verantwortliche der  
Migros im Interview



**11** *In Kürze*  
Gut zu wissen

**12** *Porträt*  
Monika Weber

**14** *Im Blickpunkt*  
E-Commerce

**18** *Wettbewerb*  
E-Reader und  
Gutscheine gewinnen  
Adressen / Impressum

**Sektion Luzern**

Cupcakes stammen ursprünglich aus den USA.

**Top getoppt**

Sie sind klein, süss, farbig, von einer cremigen Haube gekrönt und kamen vor ein paar Jahren aus den USA zu uns: Cupcakes. Ursprünglich wurden sie in Tassen gebacken, daher ihr Name. Mittlerweile erfreuen sich die Küchlein auch in der Schweiz grosser Beliebtheit. Wie einfach und schnell man sie zubereiten kann, haben die Mitglieder der Sektion Luzern von der Zuckerbäckerin und Bloggerin Katharina Steiner gelernt. Nachdem die Törtchen gebacken waren, wurden sie farbenfroh garniert und dekoriert. Selbstverständlich durften die Teilnehmerinnen die selbst kreierten Meisterwerke mit nach Hause nehmen.

# Tour de Suisse

**Sektion Basel****In der Reihe tanzen**

Für Forum-elle-Mitglieder, die gerne tanzen, denen dafür aber der Partner fehlt, ist Line Dance das Richtige. Dabei wird in Reihen vor- oder hintereinander getanzt. In unseren Kursen studieren die Teilnehmerinnen unterschiedlich anspruchsvolle Formationen ein. Sie tanzen zu Musikstilen wie Country, Cha-Cha-Cha, Walzer oder Boogie-Woogie. Das fördert die Fitness, Koordination, Hal-



Basler Forum-elle-Mitglieder beim Line Dance.

tung und geistige Beweglichkeit der Tänzerinnen. Die Kurse im Januar waren sehr gut besucht. Wir wollen deshalb auch in Zukunft wieder Line-Dance-Kurse anbieten.

**Sektion Solothurn****Ran ans Fass!**

Seit dem Jahr 2000 hat die Stadt Solothurn eine eigene Brauerei, die Öufi-Brauerei. Drei Frauengruppen der Sektion besuchten die kleine Firma. Diese produziert aus Solothurner Wasser, erstklassigen, naturbelassenen Aroma- und Bitterhopfen sowie reinen Hefen den in der Region beliebten Durstlöcher. Beim Selberzapfen und Degustieren der vier Sorten frisch gebrauter Biere genossen die Besucherinnen den Sommerabend im Biergarten.

**Sektion Schaffhausen****Ausfahrt über die Grenze**

Der Besuch einer Ausstellung von Strohsulpturen und die Degustation von frisch geräuchertem Schwarzwälder Rohschinken und Speck waren die Höhepunkte der Sommerfahrt 2013. Sie führte nach Höchenschwand im Südschwarzwald (D). Zurück ging's durchs Glottertal, bekannt aus der Fernsehserie «Die Schwarzwaldklinik» in den 80er-Jahren.



Die Strohfiguren stellen Märchenszenen dar. Im Bild: «Tischlein, deck dich!».

**Sektion Zürich****Mitessen bitte!**

Gemeinsam geniessen statt alleine essen ist der Sinn von «Tavolata», sogenannten Tischgemeinschaften. Robert Sempach, Projektleiter Gesundheit im MGB, stellte im Oktober das Projekt vor. Das Migros-Kulturprozent unterstützt die Gründung der Gemeinschaften mit Einführungskursen und hilft bei der Vermittlung interessierter Personen. Zwei Frauen, die eine «Tavolata» gegründet haben, berichteten von ihren Erfahrungen. [www.tavolata.net](http://www.tavolata.net)



Gemeinsam kochen, essen und diskutieren macht Spass.

Fotos: Tom Haller (Editorial), René Ruis (Inhaltsverzeichnis); Stockphoto, zvg (Sektionen)



Schwester Fidelis lebt im Kloster Fahr.

**Sektion Waadt****Klosteralltag**

Das barocke Benediktinerinnenkloster Fahr, in dem bis zu ihrem Tod im Jahr 2011 die Schriftstellerin Silja Walter als Ordensschwester diente, bildet eine Exklave des Aargaus im Zürcher Limmatall. Dahin ging die Reise der Sektion. Schwester Fidelis erzählte den Besucherinnen vom Alltagsleben der Nonnen. Nach dem Essen im klostereigenen Restaurant fuhr man weiter nach Dietikon zur Besichtigung des Bruno-Weber-Parks mit teilweise begehbaren, fantastischen Skulpturen.

**Sektion Oberwallis****Auf ein Glas**

Im Reb- und Weinmuseum in Salgesch informierte sich die Gruppe über die Arbeit der Winzer im Wallis. Anschliessend besuchte sie die renommierte, von Diego und Robert Roten geführte Domaine de l'Enfer, wo zum Apéro Trauben, Hobelkäse und ein Glas Wein offeriert wurden.



Gastgeber Diego Roten von der Domaine de l'Enfer in Salgesch.



## Bauen Sie Ihr Traumhaus auch zu Hause: Mit unseren Hypotheken unter 2%.

Wir bieten attraktive Hypotheken zu vorteilhaften Konditionen. Bei Wohnbauten verzichten wir auf den Zuschlag für 2. Hypotheken. Zudem können Sie den anfallenden Zins bequem in nur zwei jährlichen Raten begleichen. Mehr zu unseren umfassenden Bankdienstleistungen unter [www.migrosbank.ch](http://www.migrosbank.ch) oder Service Line 0848 845 400.

**MIGROSBANK**  
Es geht auch anders.

# «Die Migros schafft oft mehr, als sie sich zu Beginn zutraut»

Als Nachhaltigkeitsverantwortliche der Migros beschäftigt sich Cornelia Diethelm mit Themen wie Nanotechnologie, Klimawandel und Arbeitsschutz.

Interview Esther Girsberger Fotos René Ruis

**F**rau Diethelm, Sie haben kürzlich an einer Sitzung verraten, dass Sie nur noch Fisch aus nachhaltigem Fang essen wollen. Kommen Sie oft in den Genuss von Fischgerichten?

Am Genuss hat sich nichts geändert, allerdings habe ich auswärts Sushi von meinem Speiseplan gestrichen, weil man mir in der Regel nicht sagen kann, ob der Fisch aus nachhaltiger Fischerei stammt.

**Die Migros hat sich in ihrem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verpflichtet, dass bis 2020 das gesamte Fischangebot aus nachhaltigen Quellen stammt. Wie weit ist das Versprechen umgesetzt?**

Ende 2012 waren es bereits 93 Prozent, das sind 6 Prozent mehr als ein Jahr vorher. Ein schönes Beispiel für die schrittweise Umstellung >





## Pflege, die Wirkung zeigt

DIE MIBELLE GROUP ENTWICKELT PRÄZIS AUF DIE BEDÜRFNISSE IN DEN MÄRKTEN ABGESTIMMTE PRODUKTE FÜR DIE GESICHTS- UND KÖRPERPFLEGE. STETS AUF DER GRUNDLAGE NEUESTER WISSENSCHAFTLICHER ERKENNTNISSE. UND IMMER MIT BLICK AUF DEN WANDEL BEI DEN SCHÖNHEITS-IDEALEN, AUF GESELLSCHAFTLICHE TRENDS, AUF VERÄNDERUNGEN IM VERBRAUCHERVERHALTEN.

### **Bahnbrechende Anti-Aging-Innovation von Zoé Revital – Wirksamkeit durch Zellkommunikation**

Die Forscher aus den Labors der Mibelle Group in Buchs wenden eine völlig neuartige Strategie zur fundamentalen Hautregeneration an: Die Zellkommunikation!

Die hoch innovativen Formulierungen von Zoé Revital mit der Zell-Kommunikations-Technologie DermCom fördern die Faltenglättung, stärken das Hautgerüst und sorgen somit für ein straffes und festes Hautbild. Die fünf neuen Gesichtspflege-Produkte von Zoé Revital DermCom sind in allen grösseren Migros-Filialen erhältlich.

[www.mibellegroup.com](http://www.mibellegroup.com)



Sozialwissenschaftlerin Cornelia Diethelm: «Die Überfischung ist ein relevantes Thema, bei dem wir als wichtigste Fischverkäuferin in der Schweiz in der Verantwortung stehen.»

auf nachhaltigen Fisch ist der rosa Thunfisch unserer Eigenmarke in der Dose. Bei diesem Produkt haben wir 2013 auf eine nachhaltige Fischfangmethode umgestellt. Der Fisch wird neu mit der Angel gefischt und zusätzlich MSC-zertifiziert. Ausserdem unterstützen wir vor Ort ein Ausbildungs- und Begegnungszentrum für Fischer. Damit soll der traditionelle und schonende Thunfischfang auf den Malediven gestärkt und jungen Fischern eine bessere berufliche Perspektive gegeben werden.

### **Sie wollen bis 2020 die hohen Schweizer Tierwohl-Standards auch bei allen Produkten aus dem Ausland einführen.**

Das ist tatsächlich ein sehr ehrgeiziges Ziel, zumal Fleisch ein sehr preissensibler Artikel ist. Bei der Nachhaltigkeit geht es ja nicht nur

um die Umwelt und das soziale Verhalten, sondern auch um die Wirtschaftlichkeit. Die Balance zu finden zwischen allen Aspekten der Nachhaltigkeit ist tatsächlich sehr anspruchsvoll. Aber das Tierwohl liegt den Konsumentinnen und Konsumenten zu Recht sehr am Herzen. Deshalb setzen wir bei der Nutztierhaltung im In- und Ausland die gleichen Standards. Und wir gehen sogar so weit, dass wir nicht nur die Lieferanten von Fleischprodukten, sondern auch von Eiern und Milchprodukten einbeziehen. Das ist sehr innovativ.

### **Nach welchen Kriterien haben Sie die mittlerweile 50 Versprechen der «Generation M»-Aktion ausgesucht?**

Zum einen haben wir uns gefragt, wie relevant das Versprechen inhaltlich ist und wie gross unsere Einflussmöglichkeiten sind. Zum anderen muss sich das Versprechen auch kommunikativ eignen. Am Beispiel Fisch sind diese Kriterien gut erklärbar: Die Überfischung ist ein relevantes Thema, bei dem wir als wichtigste Fischverkäuferin in der Schweiz in der Verantwortung stehen. Gleichzeitig ist die Fischerei ein sehr emotionales Thema, das jeder versteht.

### **Manchmal werden die Konsumenten geradezu «erschlagen» von den vielen Versprechen.**

Weniger ist hier sicher mehr. Dazu gab es Migros-intern allerdings auch andere Meinungen, was das Kommunikationskonzept in der Anfangsphase geprägt hat. Das hat sich nun zum Glück geändert. Die Identifikation mit den Versprechen ist meines Erachtens grösser, wenn sie nicht allzu zahlreich sind. Ausserdem ist die Umsetzung der ein- >





**Wir versprechen Jay, bis 2020 die hohen Schweizer Tierwohl-Standards auch bei all unseren Produkten aus dem Ausland einzuführen.**

Die Migros kümmert sich schon heute um einen artgerechten Umgang mit ihren Tieren – und sorgt mit Partnern wie dem Schweizer Tierschutz STS bis 2020 sogar im Ausland für die Einhaltung der strengen Schweizer Richtlinien. **Mit diesem und zahlreichen weiteren verbindlichen Versprechen engagieren wir uns für die Generation von morgen.**

Mehr auf [generation-m.ch](http://generation-m.ch)

**GENERATION M**

**MIGROS**  
Ein M besser.

zelen Versprechen arbeitsintensiv. Beispielsweise wenn wir den Stromverbrauch bis ins Jahr 2020 um zehn Prozent reduzieren wollen.

### **Mit der Umsetzung dieses Versprechens tut sich die Migros schwer.**

Weil es eben bewusst ein sehr ehrgeiziges Ziel ist, das nur mit einem Sonder-Effort zu erreichen ist. Interne Modellrechnungen haben ergeben, dass eine Reduktion um neun Prozent möglich ist. Dennoch haben wir uns als Ziel zehn Prozent gesetzt. Die Migros schafft oft mehr, als sie sich zu Beginn zutraut.

### **Es gibt aber auch andere Versprechen, bei denen die Ampel auf Orange und nicht auf Grün steht.**

Zum Glück! Es wäre nicht sehr glaubwürdig, wenn wir uns überall im grünen Bereich befänden. Man könnte uns sonst vorwerfen, wir hätten die Latte bewusst nicht sehr hoch gelegt und Generation M sei nur eine Kommunikationskampagne. Orange und rote Ampeln sind der beste Beweis dafür, dass sich die Migros ambitionierte Ziele setzt und offen über ihre Fortschritte kommuniziert.

### **Immer wieder werden die Mania-Aktionen der Migros kritisiert.**

Aber nicht wegen der Nachhaltigkeitsfrage. Es geht mehr um die ethische Frage, wie stark ein Unternehmen die Kinder bewirbt. Die Migros hat deshalb Richtlinien für ein verantwortungsvolles Marketing erarbeitet. Auch bei Mania-Aktionen nehmen wir unsere Verantwortung selbstverständlich wahr. Wir achten beispielsweise auf umweltbewusste Transportwege. Das ist für uns eine

Selbstverständlichkeit im Tagesgeschäft. Generation M ist sozusagen ein Supplément.

### **Wie können Migros-Kundinnen sicher sein, dass die Versprechen ehrlich kontrolliert werden?**

Hinter jedem Versprechen steckt ein messbares Ziel, das zweimal pro Jahr erfasst wird. Die interne Revision überprüft regelmässig, ob das korrekt gemacht wird. Dann haben wir natürlich auch externe Prüfer, die während des Jahres unabhängige Kontrollen vornehmen, zum Beispiel bei den Arbeitsbedingungen. Zwar unterschreiben alle Lieferanten einen Verhaltenskodex, wonach sie unsere Auflagen bei den Arbeitsbedingungen erfüllen. Trotzdem kann es vorkommen, dass sich jemand nicht an die Vorgaben hält. Deshalb gibt es eine Risiko-orientierte Kontrolle: Je nach Produkt und Region wird seltener oder häufiger kontrolliert. Stellen wir Missbräuche fest, hat das Konsequenzen. Nur so bleiben wir glaubwürdig. •

Nachhaltigkeitsverantwortliche Cornelia Diethelm: «Modellrechnungen haben ergeben, dass eine Reduktion des Stromverbrauchs um neun Prozent möglich ist. Dennoch haben wir uns als Ziel zehn Prozent gesetzt.»



Unser Irish Beef. Über seine Zubereitung lässt sich streiten, aber nicht über seine Qualität.



MIGROS

Sélection

Inspirierende Rezepte und Tipps unserer Experten auf [www.selection.migros.ch](http://www.selection.migros.ch)

**MIGROS**  
Ein **M** besser.

## Gut zu wissen

Internationaler Frauentag

### Für gleiche Rechte

Weltweit feiern Frauenorganisationen am 8. März den Internationalen Frauentag (International Women's Day). Er ist in der Zeit um den Ersten Weltkrieg entstanden. Die Frauen wollten damit für ihre Gleichberechtigung und das Stimm- und Wahlrecht kämpfen. In der Schweiz finden am Frauentag auch dieses Jahr in verschiedenen Städten unterschiedlichste Aktionen statt.

Wahlbeteiligung

### Frauen stimmen etwas seltener ab



Als die Frauen 1971 erstmals auf eidgenössischer Ebene abstimmten, sank die Wahlbeteiligung von 65,7 Prozent (1967) auf 56,9 Prozent. Die Differenz bei der Stimmabgabe zwischen den Geschlechtern lag damals bei 24 Prozent. Bis 2011 schrumpfte dieser Unterschied auf 5 Prozent. Noch immer aber beteiligen sich Frauen, die bei Einführung des Frauenstimmrechts über 20 Jahre alt waren, besonders schwach an Urnengängen.

Fotos: Keystone, Laurent de Senarclens

150 Jahre Schweizer Alpen Club

### Die Aufsteigerin



Seit 150 Jahren sorgt der SAC dafür, dass die Schweizer ihre Berge sicher geniessen können. Im Jubiläumsjahr steht mit der Freiburgerin Françoise Jaquet (Foto) erstmals eine Frau dem Club als Präsidentin vor. Zum Fest des Schweizer Alpen Clubs verwandelt sich das Alpine Museum in Bern bis Ende 2014 in eine geschichtenreiche Berghütte. Besucher können unter anderem Historisches über Aufenthalts-, Material- und Schlafräume in SAC-Hütten erfahren.

> [www.alpinesmuseum.ch](http://www.alpinesmuseum.ch)

Flüchtlinge

### Gartenarbeit für die Integration

Das Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz HEKS pachtet in diversen Kantonen Gartenparzellen und lässt diese von Flüchtlingsfrauen bewirtschaften. Diese Arbeit ermöglicht den Migrantinnen eine sinnvolle Tagesgestaltung, die Kommunikation in der jeweiligen Sprache des Kantons unterstützt die Integration.

Frauen-Messe-Schweiz

**25. 5. 2014**

Nach dem Erfolg von 2013 veranstaltet der Verband

Frauenunternehmen auch dieses Jahr eine Frauen-Messe. Diese findet am 25. Mai 2014 in der Messe Zürich statt.

Firmeninhaberinnen können dort ihr Geschäft beziehungsweise ihre Produkte vorstellen.

[www.frauenmesse.ch](http://www.frauenmesse.ch)

# «Dutti war immer ein grosses Thema»

2013 wäre Gottlieb Duttweiler 125 Jahre alt geworden, die Ex-Politikerin Monika Weber wurde 70. Ihr Vortrag über den Migros-Gründer begeisterte Zuhörer in der ganzen Schweiz.

Text Esther Girsberger

**N**icht weniger als 16 Vorträge hat Monika Weber im letzten Jahr über Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler in der Deutschschweiz und in der Romandie gehalten. Vor allen Sektionen von Forum elle, die sie eingeladen hatten, sprach sie mit Charme, Humor und viel Wissen über ihren auch politischen Ziehvater. «Am Familientisch war Gottlieb Duttweiler immer wieder ein grosses Thema», erzählt die ehemalige eidgenössische Parlamentarierin und Zürcher Stadträtin. «Die Rede war von seiner Vision, auch weniger begüterten Familien gute Produkte zu fairen Preisen zu liefern. Aber auch von seinem Mut, sich gegen die Mächtigen im Land aufzulehnen.»

Kein Wunder, ist Monika Weber schon mit 20 Jahren dem Landesring der Unabhängigen (LdU) beigetreten, der von «Dutti» gegründeten Partei. Sie blieb ihr bis zu deren Auflösung 1999 treu und widerstand den Einladungen anderer Parteien, nach de-

ren Programm zu politisieren. Bis zu ihrem Rücktritt als Chefin des Schul- und Sportdepartements der Stadt Zürich im Jahre 2006 politisierte sie als Parteiunabhängige.

## Einsatz für Freiwilligenarbeit

Zwei Sätze von Gottlieb Duttweiler prägen die Zürcherin bis heute: «Der Stärkere ist für den Schwächeren da» und «Freiwilligkeit ist der Preis der Freiheit». Auch wenn Monika Weber während ihrer 35-jährigen Tätigkeit als Politikerin beruflich sehr beschäftigt war, hat sie sich immer auch der Freiwilligenarbeit gewidmet. Sei es als Präsidentin des Konsumentenforums, sei es als Vortragende ausserhalb der politischen Organisationen. «Der Staat kann und soll nicht alles übernehmen. Umso wichtiger ist es, dass wir uns in der Freiwilligenarbeit engagieren», ist Monika Weber überzeugt.

Der Freiwilligenarbeit verschrieben hat sich Monika Weber nach ihrem Rückzug aus der Politik: Sie hat

ihre betagte Mutter zu sich nach Hause geholt und kümmert sich seither um sie. «Sie soll daheimbleiben dürfen, bis sie hingeht.»

Monika Weber übernahm auch das Präsidium der «Winterhilfe», das Präsidium der Stiftung Zürcher Kinder- und Jugendheime und wurde Präsidentin der Eidgenössischen Filmkommission. Im Lauf des letzten Jahres, als sie 70 Jahre alt wurde, legte sie alle Mandate nieder. Nach wie vor aber setzt sie sich für die Genfer Philosophin Jeanne Hersch ein, bei der Weber studiert hat. Sie gründete die Jeanne-Hersch-Gesellschaft, organisierte Vortragszirkel und schrieb ein Buch über die streitbare Frau, die «es zeit ihres Lebens nicht leicht gehabt hat».

Der staatspolitische Diskurs liegt Monika Weber besonders am Herzen. Sie will es bei den Treffen ehemaliger Parlamentarierinnen und Parlamentarier nicht dabei belassen, dass man sich nur zum Essen und Trinken trifft: «Wir sind nach wie vor interessierte Staatsbürgerinnen und Staatsbürger und wollen uns weiterhin auf dem Laufenden halten.» So suchte sie den Kontakt zu Armeechef André Blattmann. Der reagierte und organisierte eine Informationsveranstaltung auf dem Kasernenareal Bern.

Selber staatspolitische Vorträge zu halten, hat Monika Weber immer Spass gemacht. «Durchschnittlich 50 Vorträge pro Jahr habe ich während meines beruflichen Lebens sicher gehalten», sagt sie. Das Referieren will sie auch heute nicht lassen – zum Glück für die Gesellschaft und für Forum elle. Die Pädagogische Hochschule in Zürich hat die Referentin ebenfalls engagiert, was sie besonders freut: «Drei Mal darf ich dieses Jahr zu angehenden Lehrerinnen und Lehrern über die Bedeutung der Demokratie sprechen». •

Foto: Tanja Demarmels



*1971, im Jahr als die Schweizer Stimmbevölkerung das Frauenstimmrecht auf nationaler Ebene annahm, wurde **Monika Weber** in den Zürcher Kantonsrat gewählt. Sie vertrat den Landesring der Unabhängigen (LdU). Der Partei blieb sie bis zu deren Auflösung 1999 treu. Von 1983 bis 1986 war Monika Weber Nationalrätin, danach vertrat sie bis 1998 den Kanton als Ständerätin. Von 1998 bis 2006 war die unverheiratete Monika Weber Vorsteherin des Zürcher Schul- und Sportdepartements.*

# Die Stube ist auch Einkaufszentrum

E-Commerce steht für den elektronischen Geschäftsverkehr. Waren und Dienstleistungen werden online bestellt. Vor allem auch von Frauen.

Text Esther Girsberger

**G**ottlieb Duttweilers Idee war so einfach wie einleuchtend: «Ich gehe dorthin, wo die Kundin ist.» Und er setzte sie um mit den berühmten Migros-Einkaufswagen, die in die Wohngegenden zu den Konsumentinnen führen. Nun, die Einkaufswagen gehören seit ein paar Jahren der Vergangenheit an. Aber die Idee: «Wir gehen dorthin, wo die Kunden sind», ist aktueller denn je: Mittlerweile bestellen Kundinnen und Kunden per Computer oder mobile Geräte wie Tablet oder Smartphone und lassen sich, sofern gewünscht, die Lebensmittel, Bücher oder CDs nach Hause liefern.

LeShop.ch, der grösste Schweizer Online-Supermarkt, ein Migros-Unternehmen, verkaufte im ersten Halbjahr 2013 Lebensmittel für 82 Mio. Franken übers Internet. Das sind über 330 000 Bestellungen – mit rasant steigender Tendenz. Die Zahl der Neukundinnen und Neukunden nahm gegenüber dem ersten Semester 2012 um 36 Prozent zu.

Der elektronische Kanal ist aber nicht nur als Bestellkanal immer beliebter. Auch Informationen beschafft man sich einfacher und umfassender als in den «leibhaftigen» Filialen. Nehmen wir das Beispiel Quittengelée: Reicht die Quittenernte im eigenen Garten nicht aus, oder weiss man nicht, wie die Früchte verarbeiten, so bietet die Website von LeShop.ch unzählige Informationen über die Konfitüre. Da wird etwa erklärt, wie die Früchte gereinigt, gereinigt und gekocht werden.

## Alle Infos auf einen Blick

Neben der genauen Beschreibung der Zutaten und der Angabe der Nährwerte – gut lesbar, da der Text nicht auf ein kleines Etikett gedruckt ist – erfahren Interessierte ebenfalls, wie lange das Produkt bedenkenlos konsumiert werden kann. Auch die Aktionen sind auf einen Blick sichtbar sowie – im Unterschied zu den Produkten in den Filialen – die Preise. Das schafft Transparenz und damit Vertrauen.



Illustrationen: Daniel Baizer





Mittlerweile sind es nicht mehr nur die Jungen, die sich über diesen Kanal informieren und bestellen. Der typische LeShop-Lieferkunde ist weiblich, berufstätig, hat kleine Kinder und führt einen urbanen Lebensstil. Aber auch über 60-jährige Frauen verfügen heute immer häufiger über einen Internet-Anschluss, den sie zu Informationszwecken nutzen. Selbst wenn sie – und sei es nur wegen des sozialen Aspekts – sich danach in ihre nächstgelegene Filiale begeben: Sie wissen dann schon genau, was sie kaufen wollen.

«Wir rechnen damit, dass bis Ende 2015 50 Prozent unserer Kundinnen und Kunden über den Multi-Channel-Ansatz einkaufen», sagt LeShop-Chef Dominique Locher und zeichnet gleich den Zukunftstag der modernen Familie: Die erste Bestellung erfolgt am Frühstückstisch, weil die Cornflakes ausgegangen sind. Am Arbeitsplatz angekommen, ruft die Ehefrau an, um den Familienvater daran zu erinnern, dass er noch Pam-

pers mit nach Hause bringen müsse. Weil er keine Zeit oder Lust hat, den Umweg über die Migros-Filiale zu machen und ohnehin mit den öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs ist, holt er die übers Smartphone bestellte Ware am Bahnhof ab.

### Mobile Filialen

Schon heute verfügt die Migros über Pick-Up-Schalter und Schliessfächer an den Bahnhöfen in Zürich, Bern und Lausanne. Unter der Dienstleistung LeShop.ch/Rail kann der Kun-

de die Artikel bis 10 Uhr morgens bestellen und sie ab 16.30 Uhr im Schliessfach oder am Schalter abholen. Automobilisten wählen den Service LeShop.ch/Drive, wobei diese Einkaufsmöglichkeit vor allem an Wochenenden und nach Feierabend auf dem Heimweg von der Arbeit genutzt wird. Die bestellte Ware wird ähnlich wie bei einem Drive-thru-McDonald's mit dem Auto abgeholt, ohne dass der Fahrer dabei aussteigen muss.

### Per Anruf zum Buch

Das Cross-Channel-Konzept, wie dieses System genannt wird, bei dem Ware über verschiedene Kanäle bestellt und bezogen werden kann, setzt auch Ex Libris mit grossem Erfolg um. Der Kunde kann daheim aus acht Millionen Artikeln auswählen, welche die Migros-Tochter anbietet. Dann bestellt er direkt in einer der 89 Filialen telefonisch über die Bestell-Hotline oder aber mit PC, Tablet oder Smartphone online. Ausserdem hat Ex Libris zusammen mit

«Das Cross-Channel-Konzept wird mehr Kunden in die Filialen bringen»

Daniel Röhlin,  
Unternehmensleiter Ex Libris

Samsung, einem führenden Unternehmen im Bereich der Digitaltechnik, eine App für Samsung-Fernsehergeräte entwickelt. Damit kann man über den TV-Empfänger bestellen. Als Eingabegerät dient die Fernbedienung. Ob der Kunde sich den gewünschten Film nach Hause schicken lassen oder in der Filiale seiner Wahl abholen will, entscheidet er selbst.

Es sind vor allem Frauen, welche die Bestell-Hotline fleissig nutzen und den Artikel dann in einer Filiale

abholen. Sie bevorzugen die Hotline, weil sie sich scheuen, Daten zu hinterlegen. Obwohl der Datenschutz sowohl bei LeShop.ch als auch bei Ex Libris sehr grossgeschrieben wird. Beide Firmen geben keinerlei Daten heraus, und die registrierten werden ausschliesslich dazu benutzt, das eigene Angebot zu verbessern. Die Frauen sind es auch, welche die Filialen häufiger besuchen als die Männer. Sie lassen sich dort verführen und informieren sich vermehrt direkt vor Ort. Die Männer sind eher sogenannte Zielkäufer, wissen also im Voraus schon genau, was sie wollen. Ex Libris rechnet damit, dass der Online-Anteil bis Mitte 2014 die 50-Prozent-Marke überschreiten wird.

### Personal braucht Schulung

23 Prozent aller Kundinnen und Kunden, die online über die verschiedenen Kanäle bestellen, lassen sich die Artikel in eine Ex-Libris-Filiale liefern und holen sie dort ab. Auch diese Tendenz ist steigend. Die Angst vor dem Ladensterben ist deshalb unbegründet. Ex-Libris-Unternehmensleiter Daniel Röhlin denkt denn auch weniger an die Schliessung von Filialen als an deren Umbau. «Das Cross-Channel-Konzept wollen wir auch in unseren Geschäften sichtbar machen, denn es wird uns nicht weniger, sondern mehr Kundschaft in die Filialen bringen.» Diese werden zwar kleiner, dafür aber übersichtlicher. Eine Herausforderung ist die Schulung des Personals. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen die verschiedenen Kanäle einfach und für alle Generationen verständlich erklären können. «Wir beginnen schon jetzt mit der Ausbildung unserer Verkäuferinnen und Verkäufer. Denn verlieren wollen wir sie nicht.»

# Wettbewerb

Unter den Einsendungen mit dem richtigen Lösungswort verlosen wir:

- Einen E-Reader im Wert von rund 150 Franken
- Einen LeShop-Gutschein im Wert von 100 Franken
- Einen LeShop-Gutschein im Wert von 50 Franken

Beantworten Sie folgende Fragen:

1. Welcher Altersunterschied liegt zwischen der alt Politikerin Monika Weber und Gottlieb Duttweiler?  
S 50 Jahre T 55 Jahre I 60 Jahre
2. Wie viele Versprechen gibt die Migros innerhalb ihrer Kampagne Generation M ab? (Stand Ende 2013)  
I 40 S 45 O 50
3. Über wie viele Filialen verfügt Ex Libris? (Stand Ende 2013)  
E 82 R 85 P 89

Lösungswort     
1 2 3

### Einsendeschluss/Teilnahmebedingungen:

Einsendungen per E-Mail an [info@forum-elle.ch](mailto:info@forum-elle.ch), vollständigen Namen und Adresse angeben.  
Einsendeschluss: 31. Mai 2014  
Die Gewinnerinnen werden im nächsten Bulletin publiziert.

Die Gewinnerinnen werden ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Keine Barauszahlung. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Nichtmitglieder von Forum elle sind von der Wettbewerbsteilnahme ausgeschlossen. Die Auflösung finden Sie in der nächsten Forum-elle-Ausgabe (September 2014).

Forum-elle-Wettbewerb 2.13  
Gewinnerin und Auflösung

## Erholung in der Bündner Bergwelt



Die Gewinnerin des letzten Wettbewerbs heisst Geneviève Repond. Sie wohnt in Freiburg. Sie hat einen Gutschein für zwei Übernachtungen im Doppelzimmer, inkl. Frühstücksbuffet, im Hotel Danilo in Savognin GR gewonnen sowie zwei Eintritte ins Thermalbad Alvanu Bad. Wert: 460 Franken.

Das Lösungswort lautete: BAD

### Impressum

**Herausgeberin:** Forum elle, [www.forum-elle.ch](http://www.forum-elle.ch), nicht statuarisches Organ der Migros, parteipolitisch ungebunden und konfessionell neutral  
**Inhaltliche Gesamtverantwortung:** Esther Girsberger, Zentralpräsidentin Forum elle  
**Konzept & Realisation:** Corporate Publishing, Migros-Medien, 8005 Zürich

# Von wem werden eigentlich unsere Produkte hergestellt?



Was uns am Herzen liegt, das machen wir selber – deshalb werden rund 10'000 unserer Artikel von uns selber hergestellt.

VON UNS.  
VON HIER.



**MIGROS**

Ein **M** einzigartiger.