

[← Zurück](#)

pd// 16. April 2026

Handel & Marketing

Migros verliert Sympathie-Vorsprung

Die emotionale Wahrnehmung in der Schweizer Detailhandelslandschaft verschiebt sich. Migros verliert – Coop gewinnt.



Die grossen Akteure in der Schweizer Detailhandelslandschaft.

Quelle: zVg zutt.ch

Seit rund zwei Jahrzehnten sind Aldi (seit 2005) und Lidl (seit 2009) in der Schweiz aktiv. Beide haben die Preisstrukturen im Detailhandel deutlich beeinflusst und sich vom anfänglich skeptisch betrachteten Discounter zu etablierten Anbietern entwickelt. Mit angepassten Sortimenten, Schweizer Produkten und Bio-Angeboten stehen sie heute in direkter Konkurrenz zu Migros und Coop. Die frühere Positionierung als günstige Anbieter wirke emotional nach und präge das Markenbild weiterhin, wie eine [EmoCompass®-Studie](#) zeigt.

Kaufentscheide werden zu einem grossen Teil emotional getroffen. Entsprechend gewinnt die Dimension «emotionale Nähe / Sympathie» an Bedeutung. Sie beschreibt, wie stark eine Marke Vertrauen, Nähe und Verbundenheit auslöst. Bei Aldi und Lidl dominiert eine funktionale Wahrnehmung, geprägt von Preis und Leistung.

Eine Auswertung im Vergleich zu 2017 zeigt deutliche Veränderungen im Markt: Während Coop seine emotionale Nähe weitgehend stabil halten konnte, verzeichnet Migros einen Rückgang von über 50 %. Lag Migros 2017 noch klar vor Coop, weist das Unternehmen heute einen Rückstand von 27 Punkten auf.

Als mögliche Gründe gelten umfassende Veränderungen bei Migros. Filialschliessungen, Anpassungen im Sortiment sowie strategische Neuausrichtungen haben das Markenbild verändert. Die stärkere Fokussierung auf Effizienz und Leistung hat dazu geführt, dass emotionale Werte wie Nähe und Gemeinschaft an Bedeutung verloren haben. Laut der Studie entscheiden neben Preis und Sortiment, zunehmend emotionale Faktoren über die Wettbewerbsfähigkeit. Für Detailhändler werde es damit wichtiger, nicht nur funktionale, sondern auch emotionale Markenwerte gezielt zu stärken.

Jede Woche das Wichtigste aus der Lebensmittelbranche.



Jetzt den gratis Newsletter abonnieren.

[Anmelden](#)

Beitrag teilen

