



MIRA SONG

Interview: Ruth Hafén

Als Leiterin der Direktion Gesellschaft & **Kultur** beim **Migros** Genossenschafts Bund verantwortet Mira Song jährlich ein zweistelliges Millionenbudget. 2025 wurde die **Migros** 100 Jahre alt. Im Jubiläumsjahr ist es Mira Song ein Anliegen, dem Erbe des Gründerpaares Adele und Gottlieb Duttweiler treu zu bleiben und es gleichzeitig weiterzuentwickeln.

In der Schweiz fragt man neue Bekanntschaften gerne mit einem Augenzwinkern, ob sie ein **Migros** oder ein Coop Kind seien. Die beiden Grossverteiler sind so fest in der helvetischen Identität verankert, dass Schweiz rinnen und Schweizer diese Frage durchaus ernsthaft zu beantworten gewillt sind. Bei Mira Song ist klar: Sie ist **Migros-Kind**. Im Jahr 2023 stiess sie als Leiterin **Kultur** zum **Migros-Genossenschafts-Bund**. Seit Herbst 2024 leitet die studierte Biochemikerin die Direktion Gesellschaft & **Kultur** und verantwortet damit die nationale Ausrichtung der sozialen und **kulturellen Projekte** sowie Institutionen des **Migros-Kulturprozent**, die Mitmach Initiative und den **Migros** Pionierfonds. Bei dieser Arbeit kommt zum Tragen, was sie selbst als einen ihrer Vorzüge nennt: sehr gut Menschen und Ideen vernetzen zu können.

WOMEN IN BUSINESS: 202.5 feiert die **Migros** ihr 100 jähriges Bestehen. Ein Werbespot beleuchtet neben Gottlieb Duttweiler auch seine Frau. War Adele Duttweiler auch eine Wontan in Business?

Mira Song: Adele hatte eine sehr wichtige Funktion. Zwar stand Gottlieb Duttweiler immer im Vordergrund, aber seine wichtigste Kundengruppe waren die Frauen. Adele kannte also die Marktbedürfnisse und die Zielgruppe. Sie hat Dutt über die Jahre immer eng beraten und war an der Definition der Werte der **Migros** massgeblich beteiligt.

Adele war eine Instanz, die man bei Fragen zur Zielgruppe konsultierte. Zudem war sie ein eWinertekompass für das Unternehmen. Es war den Duttweilers schon früh ein Anliegen, auch den Frauen eine Stimme zu geben, etwa durch das Forum eile, gegründet 1957, lange bevor in der Schweiz das Frauenstimmrecht eingeführt wurde.

«Wir haben herausgefunden, dass es eine viel heiklere Aufgabe ist. Geld zu verschenken, als Geld zu verdienen», so Dutt. Nach welchen Prinzipien funktioniert die Geld vergabe heute? Die Prinzipien zeigen sich in den klaren Richtlinien für die Vergabe. Die Statuten verlangen, dass wir in **soziale, kulturelle** und wirtschaftspolitische Zwecke investieren, immer in Einklang mit den Werten der **Migros**, die sich mit den Jahren auch weiterentwickeln. Das Fundament sind die 15 Thesen der Dutt weilers. Es geht darum, dass wir relevant bleiben mit unseren Aktivitäten. Werte wie Transparenz, Fairness und die Qualität der unterstützten **Projekte** sind dabei zentral. Dutt wollte mit der **Migros** Brücken bauen zwischen Produzenten und Konsumenten. Was möchten Sie mit dem **Migros Engagement** erreichen?

Die Duttweilers wollten gute Qualität zu günstigen Preisen. Die Leute sollten mehr Geld zur Verfügung haben und die Möglich keil, ihre Freizeit sinnvoll zu gestalten. Dazu gehörten **Bildung** und auch Reisen. Sie waren überzeugt,

dass wer nur die Grundbedürfnisse abdecken kann, lediglich «vor sich hinvegetiert», so Duttweiler; erst zusätzliche Aktivitäten geben dem Leben auch einen Sinn. Das Leben in der Schweiz sollte für alle lebenswert sein.

I Leute verfolgen wir in grossen Zügen immer noch denselben Gedanken: Sinnstiftung und Lebensqualität für alle Menschen in der Schweiz stehen im Zentrum unseres Tuns und unseres Angebots. Ein Ansatz dabei ist es einerseits, den gesellschaftll eben Zusammenhalt zu fördern, den Menschen andererseits aber auch eine individuelle Entwicklung zu ermöglichen. Dabei ver folgen wir die gesellschaftlichen Entwicklungen ganz genau. Im Moment legen wir einen Fokus auf das Thema Armut und Teil habe und möchten mit unseren sozialen **Projekten** für dieses Thema sensibilisieren.

Mir ist das **Engagement** der **Migros** vor allem durch die **kulturellen** Angebote ein Begriff.

Wenn es um den gesellschaftlichen Zusammenhalt geht, ist Kul tur ein bedeutendes Element. Dutt wollte viele Dinge «derno kratisieren». Ein gutes Beispiel dafür sind die Klubkonzerte: diebesten **Orchester**, prinzipiell zu einem günstigen **Preis** für das Publikum. Er wollte, dass alle Zugang zu **Kultur** haben. Dieser Gedanke wird heute mit den **Migros-Kulturprozent-Classics** weitergesponnen und zum Beispiel



auch beim **Migros Museum für Gegenwartskunst** mit dem freien Eintritt gelebt. Wir wollen generell einen niederschweligen Zugang zur **Kultur** für alle ermöglichen - auch in den Regionen, gemeinsam mit den zehn Genossenschaften. Genauso wichtig: Wir unterstützen das **Kulturschaffen** in der Schweiz auf vielfältige Art und Weise. Dabei arbeiten wir mit dem Ansatz, dass wir Förderlücken füllen, Sparten verbinden und faire Arbeitsbedingungen unterstützen. Und wie schon erwähnt reichen die Aktivitäten des **Kulturprozents** über den **Kulturbereich** hinaus und ich hoffe, wir werden in Zukunft mit Angeboten wie der Mitmach-Initiative ebenfalls zum Begriff.

Die **Migros** geht auch im Jubiläumsjahr durch turbulente Zeiten. Was bedeutet das fürs **Kulturprozent**? Das **Kulturprozent** ist unverhandelbar - es ist in den Statuten der **Migros** verankert. Natürlich könnte man die Statuten ändern, doch wir haben beim Thema Alkoholverkauf gesehen, wie komplex eine solche Statutenänderung ist. Das **Kulturprozent** ist vom Umsatz abhängig. Seit 1957 hat die **Migros** über das **Kulturprozent** 5,6 Milliarden Franken in die Schweizer Bevölkerung investiert. Seit 2012 kommt noch der Pionierfonds hinzu ...

... das wäre meine nächste Frage gewesen. Wieso ein Pionierfonds? Die ganze **Migros-Gruppe** soll etwas für das gesellschaftliche **Engagement** tun. Also auch die Tochterunternehmen des **Migros-Genossenschafts Bundes** wie z.B. Denner, **Migros Bank**, Migrolino etc. Da das **Kulturprozent** nicht direkt übertragbar war, wurde 2012 der Pionierfonds geschaffen, der von den

Tochterunternehmen des **Migros-Genossenschafts Bundes** geäufnet wird. Unser Ziel ist es, nicht nur Symptome, sondern auch Ursachen gesellschaftlicher Probleme anzugehen und im Sinne der **Jüttweilers** pionierhafte Lösungen zu fördern.

Wie funktioniert die Geldvergabe? Beim **Migros-Kulturprozent** können Gesuche für Förderbeiträge eingereicht werden. Beim **Migros-Pionierfonds** funktioniert das gesellschaftliche **Engagement** der **Migros**. Die **Migros** engagiert sich für die Gesellschaft - mit rund 140 Millionen Franken pro Jahr. Sie schafft vielfältige Angebote und setzt Impulse in den Bereichen Zusammenleben, **Kultur**, **Bildung**, Gesundheit, Technologie und Ethik sowie Klima und Ressourcen. In seiner Vielfalt, Unabhängigkeit und Beständigkeit ist das **Migros-Engagement** weltweit einzigartig. Seit 1979 gehören auch der **Migros-Unterstützungsfonds** und seit 2012 der **Migros-Pionierfondszum Migros-Engagement**, engagement.migros.ch

der Unterstützungsmechanismus anders: **Projekte** in unseren Wirkungsfeldern werden aktiv gescoutet. Wir steigen in einem sehr frühen Stadium ein, in dem die meisten anderen nicht investieren würden. In diesem Sinne ist der Pionierfonds ein Venture Philanthropist. Wir unterstützen eine breite Palette an **Projekten** und Initiativen, etwa **Stop Hate Speech**, **AlgorithmWatch**, **Madame Frigo** oder **Simple Train**. Die finanzielle und fachliche Begleitung ist auf drei bis fünf Jahre ausgelegt, danach sollten die **Projekte** und Geschäftsideen eigenständig finanziert sein.

Sie waren bei der Grossbank Kredit Suisse lange im Sponsoring tätig. Was ist der Unterschied zwischen Sponsoring und dem **Kulturprozent** der **Migros**? Sponsoring ist ein klares Marketinginstrument, bei dem es um Leistung und Gegenleistung geht. Das Hauptziel dabei ist nicht die **Förderung** beim **Kulturprozent** hingegen schon. Unser Auftrag ist es gemäss Statuten, «Mittel in **kulturelle** und **soziale** Zwecke zu investieren». Sponsoring ist immer mit Businesszielen verbunden, sei das ein Reputationsgewinn, eine Plattform für Kundenbeziehungen und ähnliches. Das **Kulturprozent** kann auch einen Reputationsgewinn generieren, aber das ist nicht das Ziel, sondern eher ein positiver Nebeneffekt.

Auf welches **Engagement** des **Kulturprozents** sind Sie besonders stolz?

Generell bin ich darauf stolz, dass wir uns immer weiterentwickeln und das Macher-Gen behalten. Wir sind keine Verwalter. Wir überprüfen unsere Aktivitäten laufend und schaffen es immer wieder, nochmals einen Schritt weiterzukommen. Gute Beispiele dafür sind die laufende Weiterentwicklung der Mitmach Initiative oder unsere Sensibilisierungskampagne «Im Minus», mit der wir auf das Thema Armut in der Schweiz aufmerksam machen und den Dialog fördern wollen.

RUTH HAFEN ist Spracharbeiterin: Sie schreibt, übersetzt, redigiert und korrigiert. Schreibt sie, tut sie das am liebsten über **Musik**, Fauna, Flora und Umweltthemen. Daneben ist sie auch als Ghostwriter in der Finanzindustrie tätig und lässt dabei andere glänzen. Sie spricht sieben Sprachen.

Mit der Sensibilisierungskampagne «Im Minus» macht das **Migros-Kulturprozent** Armut sichtbar und fördert den Dialog über ein tabuisiertes Thema.



Women in Business
8032 Zürich
044/ 245 45 46
<http://womeninbusiness.ch/wp/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachmedien
Auflage: 12'000
Erscheinungsweise: monatlich



Seite: 58,59,60,61,62
Fläche: 17'712 mm²

Auftrag: 1084696
Themen-Nr.: 800021
Referenz:
23dfe3c9-a2b2-45da-a764-8af679f1d53a
Ausschnitt Seite: 3/7

«Unser Ziel ist es, nicht nur Symptome, sondern auch Ursachen gesellschaftlicher Probleme anzugehen und im Sinne der Duttweilers pionierhafte Lösungen zu fördern.»

«Das Kulturprozent ist unverhandelbares ist in den Statuten der Migros verankert.»



Seit Herbst 2024 leitet Mira Song die Direktion Gesellschaft & Kultur beim Migros-Genossenschafts-Bund und verantwortet damit die nationale Ausrichtung der sozialen und kulturellen Projekte sowie Institutionen des Migros-Kulturprozent, die Mitmach-Initiative und den Migros-Pionierfonds.

Seit Herbst 2024 leitet Mira Song die Direktion Gesellschaft & Kultur beim Migros-Genossenschafts-Bund und verantwortet damit die nationale Ausrichtung der sozialen und kulturellen Projekte sowie Institutionen des Migros-Kulturprozent, die Mitmach-Initiative und den Migros-Pionierfonds.



Die erste Einzelausstellung der renommierten Künstlerin Haegue Yang in der Schweiz ist noch bis zum 18. Januar 2026 im Migros Museum für Gegenwartskunst in Zürich zu sehen.

Die erste Einzelausstellung der renommierten Künstlerin Haegue Yang in der Schweiz ist noch bis zum 18. Januar 2026 im Migros Museum für Gegenwartskunst in Zürich zu sehen.



In Projekträumen diskutieren die Teilnehmenden über bestehende Projektideen, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern, wie hier in Glarus.



Jedes Budget hat seine Geschichte.

Erfahre, warum Peter im Minus ist: im-minus.ch

Einkommen	2'500
Miete	-705.0
Essen / Grundbedarf	-713.6
Krankenkasse / Versicherungen	-291
Steuern	-195
Freizeit	-45
Total CHF	-217

MIGROS
Kulturprozent

„Im Minus“ ist eine Kampagne des Migros-Kulturprozent. Teil der gesamtschweizerischen Kampagne des Migros-Kulturprozent „Im Minus“.

Mit der Sensibilisierungskampagne «Im Minus» macht das Migros-Kulturprozent Armut sichtbar und fördert den Dialog über ein tabuisiertes Thema.