



Die Migros weiss Rat! Die Grosshändlerin wagt sich mit der Onlineplattform «WePractice» in neue Gefilde vor.

Bild: Getty Images

Benjamin Weinmann

Normalerweise wirbt die Migros mit Hörnli, Deos oder Party-Törtchen um Kunden. Nun gesellen sich auch Schlagwörter wie Burn-out, Depression, Ängste, sexuelle Probleme und Trauma hinzu. Dies sind auf der neuen Online-Plattform «WePractice» die Topkategorien, mit denen die Migros neue Kunden ansprechen möchte. Die Idee: Wer psychische Probleme hat, soll möglichst schnell und unkompliziert einen Termin mit einem geeigneten Psychologen oder einer Psychologin finden, entweder per Videochat oder vor Ort.

«WePractice» ist ein Projekt der Migros-Tochtergesellschaft Sparrow Ventures. Letztere hatte die Händlerin 2018 gegründet, um Start-ups zu entwickeln, damit die Migros rasch auf neue Trends reagieren kann und in Zukunft fit bleibt. Auch in Dentalhygiene- und Fintech-Firmen hat Sparrow Ventures in der Vergangenheit investiert.

Die «WePractice» startete als reine Online-Plattform bereits im vergangenen Jahr, ohne dass dies von der Migros aktiv kommuniziert wurde, wie Sprecherin Imke Nowak bestätigt. «Im Frühling 2020 haben wir gesehen, dass das mentale Wohlbefinden ein Thema ist, welches in Zeiten von Covid-19 weiterhin an Bedeutung gewinnen wird.»

Gemeinschaftspraxis in Zürich eröffnet

Diese Woche lancierte die junge Firma nun in Zürich eine eigene Co-Working-Gemeinschaftspraxis mit Sitzungszimmern, die von den teilnehmenden, selbstständigen Psychologen gebucht werden können. Das Projekt und die Auswahl der Therapeuten beschränke sich derzeit noch auf den Raum Zürich. Ziel sei es aber, die Vermittlung bald auch schweizweit anzubieten, sagt Nowak. «Wie und wo es genau mit WePractice weitergeht, wird sich in den kommenden Monaten zeigen.»

Zu Dutt auf die Couch

Die Migros entfernt sich weiter von ihrem Kerngeschäft. Neuerdings vermittelt sie Psychologen, die bei Depressionen, Sex- und Eheproblemen helfen. Das gefällt nicht allen.

Dass es sich bei «WePractice» um ein Projekt der Migros handelt, wird auf der Website nicht sofort ersichtlich. Nur bei den Kontaktinfos steht der Name des Genossenschaftsriesen. Aufhorchen lässt zudem die Antwort der Sprecherin auf die Frage, ob es für die psychologischen Sitzungen Cumulus-Punkte gibt. Dies sei «während der Pilotphase» nicht der Fall, sagt Nowak, und bislang sei dies nicht angedacht.

Bisher verzichtete die Migros darauf, bei ihren Gesundheitsfirmen wie den Apotheken und Arztzentren der Marke Medbase das Cumulus-Treuesystem einzuführen. Fakt ist: «WePractice» ist ein weiterer Schritt weg vom Kerngeschäft, dem Supermarkt. Ihr Chef Fabrice Zumbrunnen setzt seit seinem Amtsantritt 2018 den Fokus klar auf das Wachstum im Gesundheitswesen (siehe Box). «Snipping statt Shopping» sozusagen – zu Deutsch: Schnipseln statt Einkaufen.

Die reine Vermittlungsfunktion von «WePractice» erinnert an das Uber-Modell. So sagt Nowak denn auch, dass zwischen dem Start-up und den Therapeuten kein Arbeitsverhältnis besteht und die Abrechnung zwischen ihnen und den Patienten stattfindet. Man biete den selbstständigen Psychotherapeuten und Coaches bloss Zugang zu den Räumlichkeiten für eine monatliche Gebühr von 150 Franken. Therapieräume können sie für 25 Franken pro Stunde buchen, und die Rechnung wird von ihnen erstellt.

Der Branchenverband äussert Kritik – mehrfach

Und was sagt die Branche dazu, dass die Migros nun auch Psychologen vermittelt? Fulvia Rota, Präsidentin der Schweizerischen Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, bezeichnet solche Vermittlungsplattformen als grundsätzlich sinnlos, da sie für Hilfesuchende Hürden abbauen, um einen

Therapieplatz zu finden. «Das begrüßen wir», sagt Rota. Dass ein Grossverteiler auf diese Weise im Gesundheitsmarkt mitmischen wolle, mache sie allerdings skeptisch. Sie äussert Kritik, und zwar gleich in Bezug auf mehrere Punkte.

«Die Online-Profile der Therapeuten können keine Aussagen über die Qualität der Behandlung machen», sagt Rota. Ein Blick auf die Profile der «WePractice»-Psychologen zeigt, dass nicht jeder und jede über die Anerkennung des grössten Berufsverbandes, der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP), verfügt, sondern teilweise einen grossen Mix an Weiterbildungsdiplomen zu unterschiedlichen Themen auflistet.

Gar als «problematisch» bezeichnet sie gewisse Formulierungen auf der «WePractice»-Website. Werbesätze wie «Stärke dein mentales Wohlbefinden» könnten laut Rota suggerieren, dass jedes Unwohlsein

oder Stimmungstief behandlungsbedürftig sei. «Dem ist selbstverständlich nicht so. Negative Gefühle zulassen, gehört zum Menschsein.» Bei der psychiatrischen Arbeit gehe es nicht um das «mentale Wohlbefinden», sondern man behandle psychische Erkrankungen, die medizinisch anerkannt seien. «Entsprechend sprechen wir von Patienten und nicht von Kunden oder Klienten, wie es bei WePractice der Fall ist.»

Rota weist zudem auf den Datenschutz hin: «Im Gegensatz zu den uns bekannten Plattformen, bei denen Patienten anonym bleiben, geben die Nutzenden bei WePractice ihre Daten bekannt. Dies scheint uns sehr heikel zu sein.»

Die Migros vermittelt auch «Life Coaches»

Mit dieser Kritik konfrontiert, betont Imke Nowak, Sprecherin der Migros-Tochter Sparrow Ventures, die reine Vermittlungsfunktion von «WePractice» und die Zurverfügungstellung der Praxis. In den Austausch zwischen Psychologen und Patienten sei man «in keinstärkester Weise» involviert. Interessierten sei es möglich, ihre Namen und Kontaktinformationen anzugeben, damit sie einen Rückruf erhalten. Über den Gesundheitszustand oder den Inhalt der Sitzungen würden keinerlei Informationen gesammelt oder an die Migros-Tochter weitergegeben.

Und was ist mit der eher nach Wellness klingenden Wortwahl, dem «mentalem Wohlbefinden» und den «Klienten» statt «Patienten»? «WePractice» sei nicht nur für erkrankte Patienten gedacht, sagt Nowak, sondern auch für Kunden, die persönliche Herausforderungen in ihrem Leben angehen möchten, zum Beispiel nach einer Trennung. So sind auf der Website nicht nur Therapeuten, sondern auch sogenannte Life Coaches (Lebensberater) aufgeführt. Ziel sei die Verbesserung und Stärkung der mentalen Gesundheit.

Medien

Der Inhalt ist das Image

Der öffentlich-rechtliche Sender SRF hat ein Imageproblem und durchaus ein selbst verschuldetes. Schliesslich war in den vergangenen Monaten vor allem von Sendungen die Rede, die aus Spargründen nicht mehr fortgeführt werden. Und wenn die Direktorin Nathalie Wappler vom digitalen Wandel und von den neuen Inhalten auf Social-Media-Kanälen schwärmte, verstand das Publikum nur Bahnhof.

Da Politikerinnen und Politiker auch Fernseh Zuschauer und Radiohörer sind, war absehbar, dass diese Empfangsstörung ihr Legiferieren beeinträchtigen würde. Als Folge davon haben diese Woche die Nationalräte beschlossen: Was SRF online aufbereiten darf, ist künftig noch enger formuliert, der Handlungsspielraum noch kleiner gezeichnet. Die Massnahme nützt zwar nicht den Wettbewerbern und bloss der Psychohygiene der Parlamentarier, doch schadet sie auch wenig.

Eine Lehre scheint SRF jedoch gezogen zu haben, wenn die aktuelle Kommunikation dazu einen Nennwert darstellt: Plötzlich ist wieder die Rede vom Programm und von neuen Inhalten. Zwei neue Serien werden produziert; mit «Tschugger» ein Krimi-Komödien-Format, mit «Neumatt» eine Bauern-Heimat-Herzschmerz-Produktion. Mit «Stadt Land Talent» feiert am Sonntagabenden sogar eine Unterhaltungskiste mit Cervelat-Prominenz Auferstehung.

Es ist dies zwar traditionelles, lineares Fernsehen. Altbacken eigentlich. Aber fassbar und letztlich: imagefördernd.



Christian Mensch
christian.mensch@chmedia.ch

Chefjuristin von Novartis geht

Pharma Wechsel in der Konzernleitung: Die derzeitige Chefjuristin Shannon Thyme Klinger verlässt den Basler Pharmakonzern Novartis per Mitte März. Sie kehrt in die USA zurück und wird dort eine leitende Funktion in einer Biotechfirma übernehmen. Die Suche nach einem Nachfolger wurde gestartet. Vorübergehend wird Thomas Kendris den Posten übernehmen. Er war weltweit für die Bewältigung grosser Rechtsfälle verantwortlich. Klinger folgte 2018 auf Felix Ehrat. Dieser musste in der Folge des umstrittenen Lobbying-Vertrags mit Donald Trumps Ex-Anwalt Michael Cohen den Pharmakonzern verlassen. (mka)

Gesundheitsfokus: Hörgeräte und Vasektomien statt Salatsaucen und Shampoo

Fabrice Zumbrunnen, seit 2018 oberster Migros-Chef, hat sich den Ausbau im Gesundheitswesen auf die Fahne geschrieben. Diesen hatte er bereits ab 2014 in seiner Rolle als Chef des Departements HR, Kulturelles & Soziales, Freizeit vorangetrieben. Zuletzt kündigte er an, die Lebensmittelauswahl in den

Supermärkten deutlich zu verkleinern, um Platz für Medikamente und Hörgeräte zu machen (diese Zeitung berichtete). Mit der Online-Apotheke Zur Rose besteht eine strategische Partnerschaft. In grösseren Supermärkten ist Zur Rose mit eigenen Filialen präsent. Die Migros-Medbase-Kette zählt inzwischen

je rund 50 Standorte mit Apotheken und Arztpraxen, mit Hausärzten, Physiotherapeuten und Gynäkologen. Zu ihrem Portfolio gehören über 100 Fitnesszentren, aber auch zwei Operationszentren in Spitälern. Seit 2017 betreibt die Migros zudem die Online-Gesundheitsplattform Impuls. (bwe)