

Die Migros zelebriert ihren Pioniergeist in Sachen Nachhaltigkeit.

In der neuen Kampagne beweist die Detailhändlerin, dass sie schon immer der Zeit voraus war.

Medienmitteilung, 3. Oktober 2016

Schon die Gründung der Migros war eine Pionierleistung. Und dieser Pioniergeist zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte der Genossenschaft – natürlich auch durch das Kapitel der Nachhaltigkeit. Die Migros berichtete schon 2011 als erste Detailhändlerin der Schweiz umfassend über ihre Nachhaltigkeitsleistungen. Mit dem Nachhaltigkeitsprogramm „Generation M“ übernimmt die Migros Verantwortung und leistet einen konkreten Beitrag zu Gunsten aller Generationen.

Nach nunmehr fünf Jahren geht diese Kampagne in die nächste Evolutionsstufe, setzt aber weiterhin auf den Vorausdenker. Unter dem Motto „Seit Generationen der Zeit voraus“ werden die vergangenen, gegenwärtigen und zukünftigen Nachhaltigkeitsleistungen dargestellt.

Ein neuer Manifest-Spot zeigt beispielhaft die Geschichte der Nachhaltigkeit seit der Gründung und betont dabei, dass es neue Ideen nie leicht hatten, denn als Pionier wurde und wird man auch heute noch oft belächelt.

Zusätzliche Kurzspots heben weitere aktuelle und zukünftige Nachhaltigkeitsleistungen der Migros hervor. Neben den klassischen Kanälen wie Print, Plakaten sowie POS-Kommunikation läutet diese Kampagne einen neuen Ansatz von Bewegtbild-Serien ein: das Nachhaltigkeitsengagement der Migros wird digital mit dem Relaunch der Website in einem komplett neuen Kleid präsentiert und bietet neben einem neuen Design auch eine verbesserte User-Experience (UX) auf allen Endgeräten. Mit einem Storytelling-Ansatz werden Nachhaltigkeitsthemen auf moderne Art inszeniert. Damit verschafft der überarbeitete Auftritt mehr Relevanz und Tiefe bei den Besuchern und steigert die Lust zum Verweilen und Stöbern. Die neue Kampagne wird zudem von unterschiedlichen digitalen Massnahmen auf E-Boards, Displays und anderen Formaten begleitet.

Verantwortlich beim MGB

Giovanna Colucci (Projektleiterin Nachhaltigkeitskommunikation), Nadja Agreda (Trainee Marketing-Kommunikation), Christine Gaillet (Mediensprecherin), Désirée Poffet (Projektleiterin Digitale Kommunikation)

Verantwortlich bei Jung von Matt

Dennis Lück (CCO), Samuel Wicki, Pablo Schencke (Creative Direction), Fabian Windhager (Text), David Hanselmann, Lukas Frischknecht (Art Direction), Tanja Jablanovic, Nathalie Brogli (Grafik), Thomas Steiner, Vanessa Zwinselman, Andrea Walker, Fernando Gort, Marcel Mägerle, Tom Blum (Beratung), Sarida Bossoni, Deborah Herzig, (Art Buying), Pepe Kägi, Amina Elmallawany, Debora Botella (Produktion, DTP)

Verantwortlich bei Station

Andrea Dätwiler, Patrick Stoll, Thomas Bestvina (Beratung), Dennis Schärer, Karin Zürcher, Martina Egli, Michaela Ertl, Mike Fischer, Patman, Paula Zegers (Kreation), Osiris Roost, Steve Ottoz (Entwicklung)

Verantwortlich bei Aperto

Lukas Bezler, Niclas Dietrich (Design), Cathleen Eberhardt, Marc Marmillot (Konzeption / UX), Axel Klingelhöfer, Christiane Krüger (Client Management), Zsolt Juhasz (Technik), Heike Darlatt (Redaktion und Content Management)

Externe Partner

Cobblestone (Filmproduktion), Axel Laubscher (Regie), Kasper Wind (DOP), Jingle Jungle (Ton), Melanie Afflerbach/MEL Y MEL (Fotoproduktion), Timmo Schreiber (Fotografie), OMD (Mediaagentur)