

25.03.2009 – 09:00 Uhr

Migros: Ein M besser.

Zürich (ots) -

Neuer Slogan, neue Marke M-Classic

Pünktlich zum Frühlingsanfang präsentiert die Migros ihren neuen Slogan: "Ein M besser". Er bringt die Werte und Leistungen des Unternehmens auf den Punkt: Wo Migros drauf steht, steckt ein Mehrwert drin. Auch die neue Marke M-Classic trägt diesem Leitsatz Rechnung. Sie steht für überzeugende Qualität zu bestem Preis. Dank einem einheitlichen Verpackungsdesign sorgt M-Classic für eine bessere Orientierung der Kunden.

Die Marke Migros wird künftig mit dem Slogan "Ein M besser." verbunden. Ganz nach dem Motto, "wo Migros drauf steht, steckt ein Mehrwert drin", steht das orange M stellvertretend für den maximalen Mehrwert, den die Migros leistet: auf dem Produkt, als Unternehmen, als Teil der Schweiz. Der Slogan fasst die Kernwerte und Leistungsversprechen des Unternehmens plakativ zusammen. Für die Kunden äussert sich der Mehrwert dabei nachweisbar im besten Preis-Leistungs-Verhältnis und in der maximalen Frische der Produkte. Seit ihrer Gründung engagiert sich die Migros konsequent für soziale und ökologische Anliegen. Auch ist sie stark in den Regionen verankert und bekennt sich zur Schweiz.

Mit dem Slogan "Ein M besser." nutzt die Migros ihre bestehende Markenstärke konsequent und baut die Einzigartigkeit der Bildmarke (orange) "M" weiter aus. Laut Studien kennen 92 Prozent der Schweizer das "M". Bessere Werte sind beinahe nicht zu erreichen. Entwickelt wurde der Slogan von der Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat. Er wird in wenigen Wochen zusammen mit der Imagekampagne landesweit lanciert. Und natürlich darf auch bei dieser neuen Kampagne geschmunzelt werden, da bleibt die Migros ihrer bewährten Linie treu.

Neue Marke M-Classic: überzeugende Qualität zum besten Preis
Auch M-Classic folgt dem Motto "Ein M besser." Hinter der Marke stehen aber keine neuen Produkte. Vielmehr werden bewährte Migros-Artikel des täglichen Bedarfs zusammengefasst. Sie erhalten unter dem Namen M-Classic ein einheitliches, modernes und frisches Verpackungsdesign. Den Produkten gemeinsam ist, dass sie zwar stark nachgefragt werden, ihre Marke aber wenig bekannt - oder wie zum Beispiel bei Brot - gar nicht vorhanden ist.

"Wir freuen uns, mit M-Classic eine weitere Marke nach M-Budget und Sélection einzuführen und unseren Kunden damit eine klare Orientierungs- und Entscheidungshilfe zu bieten. Mit M-Classic erkennt der Kunde künftig auf einen Blick, welche Produkte des täglichen Bedarfs für das beste Preis-Leistungsverhältnis stehen", meint Oskar Sager, Leiter Departement Marketing im Migros-Genossenschafts-Bund.

Damit jeder seine gewohnten Produkte unter M-Classic wieder findet, wird der bisherige Name weiterhin auf der neuen Verpackung stehen. Ganz wichtig: Inhalt und Preis der Produkte bleiben identisch.

Angebot in allen Migros-Verkaufskanälen

M-Classic wird in allen Migros-Filialen und weiteren Verkaufskanälen mit Migros-Produkten (LeShop, Migrolino, Voi etc.) erhältlich sein. Die ersten M-Classic-Produkte werden demnächst an die Verkaufsstellen ausgeliefert. Nach Ostern folgen weitere rund 300 Artikel aus den Bereichen Food, Frische, Near- und Non-Food. Bis Ende 2009 sollen es dann gegen 600 Artikel sein.

Bilder zu M-Classic-Produkten können unter www.migros.ch/medien heruntergeladen werden.

Kontakt:

Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch, www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100579982> abgerufen werden.