

23.09.2009 – 11:00 Uhr

## Migros lanciert neues Ladenbaukonzept 2010

Zürich (ots) -

Mehr Frische, mehr Fläche, mehr Ambiente

Mit der morgigen Eröffnung der MMM-Filiale im Einkaufszentrum Stücki in Basel präsentiert sich das neue Migros-Ladenbaukonzept 2010 in seiner ganzen Vielseitigkeit. Drei Schwerpunkte prägen das neue Konzept: Die Bündelung aller Frische-Bereiche in einem stimmungsvollen Marktplatz, geräumige Verkaufsflächen und eine bessere Orientierung in den Sortimenten. Für die Kunden bedeutet dies mehr Atmosphäre und Wohlgefühl, aber auch mehr Komfort beim Einkaufen. Die Umstellung der bestehenden Migros-Filialen auf das neue Konzept erfolgt in den nächsten Jahren etappenweise.

Vorgabe für das neue Ladenbaukonzept 2010 sind u.a. die Kernwerte der Migros: Frische, Preis-Leistung, Nachhaltigkeit und Regionalität. Diese Kernwerte werden jetzt auch auf der Verkaufsfläche für alle sicht- und erlebbar gemacht. Zum neuen Konzept haben auch die Erkenntnisse der jährlichen Befragungen von über 100'000 Kundinnen und Kunden über Zufriedenheit und Erwartungen wesentlich beigetragen.

### Erlebbarer Marktstimmung

Gleich beim Betreten der neuen Filiale erwartet die Kunden eine stimmungsvolle Marktplatzatmosphäre. Frisches Obst und Gemüse, vor Ort gebackene Brote, Milch und Käse, frische Fische, Fleisch und Wurstwaren werden auf attraktive Weise auf einer grosszügigen Verkaufsfläche präsentiert. Bediente Theken und der direkte Kontakt zu den Kunden gewinnen an Bedeutung. Warme Farben und die spezielle Ausleuchtung einzelner Bereiche schaffen eine stimmungsvolle und noch nie dagewesene Atmosphäre. Für Oskar Sager, Marketingchef der Migros, ist klar: "Einkaufen soll auch zum Erlebnis werden. Der Kunde soll sich im Laden rundum wohl fühlen und sich gut zurechtfinden. Das neue Konzept ist genau darauf ausgelegt."

### Bessere Orientierung dank grösseren Flächen

Die logische Kundenführung von der Frische zum Trocken-Sortiment, den Convenience- und Tiefkühlprodukten bis hin zu Non-Food und Kosmetik-Bereichen ist auf mehr Komfort beim Einkauf ausgerichtet. Damit sich der Kunde besser zurechtfindet, setzt die Migros auf mehr Raum für die Kunden, grössere Verkaufs- und Verkehrsflächen und eine schlanke, strukturierte Sortimentierung. Zudem verbessern neue und moderne Warenträger und Regale die Übersicht in den einzelnen Sortimenten.

### Attraktives Ambiente

Nicht nur der Markt mit seiner alles überragenden Frische sorgt für mehr Stimmung. Auch in den anderen Bereichen prägen neue Farb- und Lichtanwendungen eine wohltuende Ambiance. Rot, symbolisch für Feuer und Hitze, kennzeichnet beispielsweise den Backbereich, während bei den Kosmetikartikeln Flieder dominiert. Ausgewählte Stimmungsbilder, passend zu den verschiedenen Einkaufswelten, wecken nicht nur Emotionen, sondern dienen den Kunden auch als Orientierungshilfen. Letztlich spielt auch das Licht eine wichtige Rolle. Die warme Ausleuchtung der Waren, der Wände, der Farben und Bilder setzt bewusst Akzente.

### Genussorte für Kleine und Grosse

Für grössere Verkaufsstellen sieht das neue Konzept innerhalb des Frische-Marktplatzes sogenannte Meeting-Points vor. Hier können die Kunden verweilen und gemütlich einen Kaffee und einen frisch zubereiteten Imbiss geniessen. Auch für Kinder wird es einen "Treffpunkt" geben. Während die Erwachsenen einkaufen, können sich die Kleinen mit Interaktivspielen beschäftigen oder einen Trickfilm

an der Videowand anschauen.

#### Nachhaltigkeit im Ladenbau

Baulich sowie bezüglich Infrastruktur setzt die Migros auf modernste Mittel und Technologien, um den Energieverbrauch in allen Bereichen zu reduzieren. "Nachhaltigkeit ist einer unserer Kernwerte, denen wir uns verpflichtet haben," bekräftigt Oskar Sager. "Mit dem neuen Konzept unterstützen wir diese Verpflichtung massgeblich."

Die folgenden sechs Monate gelten für das neue Ladenbaukonzept als Pilotphase. Ab Frühling 2010 erfolgt die etappenweise Umsetzung. Wesentliche Merkmale wie Farbgebung, Raumeinteilung und Strukturierung der Sortimentswelten lassen sich hingegen schon bald in den bestehenden Filialen umsetzen.

Zürich, 23.9.2009

Bildmaterial steht spätestens ab 16 Uhr unter [www.migros.ch/medien](http://www.migros.ch/medien) zur Verfügung.

Kontakt:

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,  
[monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100590426> abgerufen werden.