

22.12.2010 – 11:00 Uhr

Migros unterstreicht ihre Preis-Leistungs-Führerschaft

Zürich (ots) -

Am 29. Dezember 2010 senkt die Migros die Verkaufspreise von 2'247 Artikeln des täglichen Bedarfs dauerhaft um drei bis 20 Prozent. Bei gleich bleibend hoher Qualität verbessert sich das Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kundinnen und Kunden markant. Die Migros löst damit ihr Versprechen ein, die Einsparungen der Regalpreisauszeichnung in Form reduzierter Verkaufspreise weiterzugeben. Zudem profitieren die Kunden von den Effizienzsteigerungen in der Beschaffung und der Logistik. Die Investitionen für diese in der Schweiz einmalige Preis-Leistungs-Offensive betragen CHF 160 Millionen.

Die Migros senkt am 29. Dezember 2010 in der ganzen Schweiz die Preise von 2'247 Artikeln. "Eine so breite Preissenkung ist in der Schweiz einmalig und unterstreicht die führende Position der Migros als Detailhändlerin mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis", erklärt Herbert Bolliger, Präsident der MGB-Generaldirektion.

Im Vordergrund der Preissenkungen von durchschnittlich sechs Prozent stehen Produkte des täglichen Bedarfs. Milchprodukte, Eier, Poulet, Mineralwasser und Olivenöl werden reduziert. Günstiger werden auch über 200 Produkte des Bio-Sortiments. 60 Prozent der Preisreduktionen entfallen auf Frische-Produkte. Die Preisabschläge betreffen sowohl Fremd- wie auch Eigenmarken. So werden beispielsweise die Chips von Zweifel und alle Frey-Schokoladetafeln günstiger. Im Bereich Near / Non-Food werden vor allem Sortimente für Familien mit Kleinkindern dauerhaft günstiger angeboten, wie bspw. Windeln von Milette, Pampers und Huggies oder auch Baby-Nahrung von Nestlé und Milupa.

Die Preise der 2'247 Artikel werden um drei bis zu 20 Prozent reduziert. Reduzierte Produkte finden sich schweizweit in allen Filialen. Oskar Sager, Marketingchef des MGB erklärt: "In einer durchschnittlichen MM-Filiale wird bei jedem 5. Artikel der Preis gesenkt."

Die Preissenkungen sind dauerhaft und werden nicht durch Preiserhöhungen in anderen Bereichen kompensiert - die Investitionen werden aus eigenen Mitteln finanziert. "Wie vor zwei Jahren versprochen, geben wir mit diesen Preissenkungen den Kunden unsere Einsparungen aus der neuen Regalpreisauszeichnung weiter und lassen sie zudem auch von unseren Effizienzsteigerungen aus Beschaffung und Logistik profitieren", erklärt Oskar Sager.

Die aktuellen Preissenkungen kosten die Migros 160 Millionen Franken. In den letzten Jahren hat die Migros fortlaufend die Preise gesenkt - 2009 und 2010 liess sich die Migros diese Reduktionen bereits über 700 Millionen Franken kosten. "Die Migros hat immer für qualitativ hochstehende und günstige Produkte gekämpft: kompromisslos in der Qualität und im Preis", erklärt Herbert Bolliger.

Die Preis-Leistungs-Offensive wird mit einer Werbekampagne begleitet, in der ein Sparzweig den Kundinnen und Kunden zeigt, bei welchen Produkten die Preise gesenkt werden.

Ein Foto kann heruntergeladen werden unter:
<http://www.migros.ch/de/medieninformationen/medien/aktuelle-meldungen-2010.html>

Zürich, 22. Dezember 2010

Migros-Genossenschafts-Bund
Corporate Communications

Limmatstrasse 152
Postfach 1766
CH-8031 Zürich
Zentrale +41 (0)44 277 21 11
Fax +41 (0)44 277 23 33

Kontakt:

Urs Peter Naef
Mediensprecher MGB
Tel. 044 277 20 66
urs-peter.naef@mgb.ch
www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100616529> abgerufen werden.