

Swiss EFFIE Award 2014

Case „Generation M“

Migros ist neben der beliebtesten und stärksten Marke der Schweiz auch die „nachhaltigste Detailhändlerin“ – doch der Vorsprung gegenüber der Konkurrenz verringerte sich von 2005 bis 2011 deutlich. Deshalb wurde die Vielzahl der Nachhaltigkeits-Leistungen von Migros in der **übergeordneten Dachmarke „Generation M“** zusammengefasst und eine **integrierte, langfristige Kampagne** lanciert.

Die Generation-M-Kampagne hat es in nur 6 Monaten Laufzeit geschafft, den Vorsprung in der Wahrnehmung als „**Nachhaltigstes Unternehmen der Schweiz**“ gegenüber der Hauptkonkurrentin wieder signifikant zu vergrössern (+7pp) und bis heute zu halten sowie sich als best-erinnerte Nachhaltigkeits-Kampagne der Schweiz zu etablieren mit einer Bekanntheit von 78%

Inhaltsverzeichnis

TV Spot „Tierwohl“

TV Spot „Synchron“

Inserate

Plakate

Website

Online-Bewerbung

Facebook Taschen-Aktion

POS & Sponsoring

Interne Massnahmen

Kampagnen-Überblick

Case-Film zur Lancierung von Generation M

Inserate – diverse Sujets

Einsatz in diversen nationalen Zeitungen und Zeitschriften / ab 04.02.2013, 06.08.2012 und 05.08.2013



Wir versprechen Manon, bis 2020 eine Milliarde Franken in Freizeit, Bildung und Kultur zu investieren.

Mit unserem Migros-Kulturprozent und unserem Sponsoring geben wir der Schweizer Gesellschaft einen wichtigen Beitrag zurück – ganz im Sinne unseres Gründers Gottlieb Dittli. Mit diesem und zahlreichen weiteren verbindlichen Versprechen engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Mehr auf generation-m.ch

GENERATION M

MIGROS
Ein M besser.



Wir versprechen Solei, bis Ende 2013 alle Plastik-Flaschen anzunehmen und zu recyklieren.

Die Migros wird im Laufe des nächsten Jahres auch leere Flaschen von Shampoos, Duschgels, Putz- und Waschmitteln zusammen mit den Milchflaschen sammeln und recyklieren. Mit diesem und zahlreichen weiteren verbindlichen Versprechen engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Mehr auf generation-m.ch

GENERATION M

MIGROS
Ein M besser.



Wir versprechen Jay, bis 2020 die hohen Schweizer Tierwohl-Standards auch bei all unseren Produkten aus dem Ausland einzuführen.

Die Migros kümmert sich schon heute um einen artgerechten Umgang mit ihren Tieren – und sorgt mit Partnern wie dem Schweizer Tierschutz STS bis 2020 sogar im Ausland für die Einhaltung der strengen Schweizer Richtlinien. Mit diesem und zahlreichen weiteren verbindlichen Versprechen engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Mehr auf generation-m.ch

GENERATION M

MIGROS
Ein M besser.

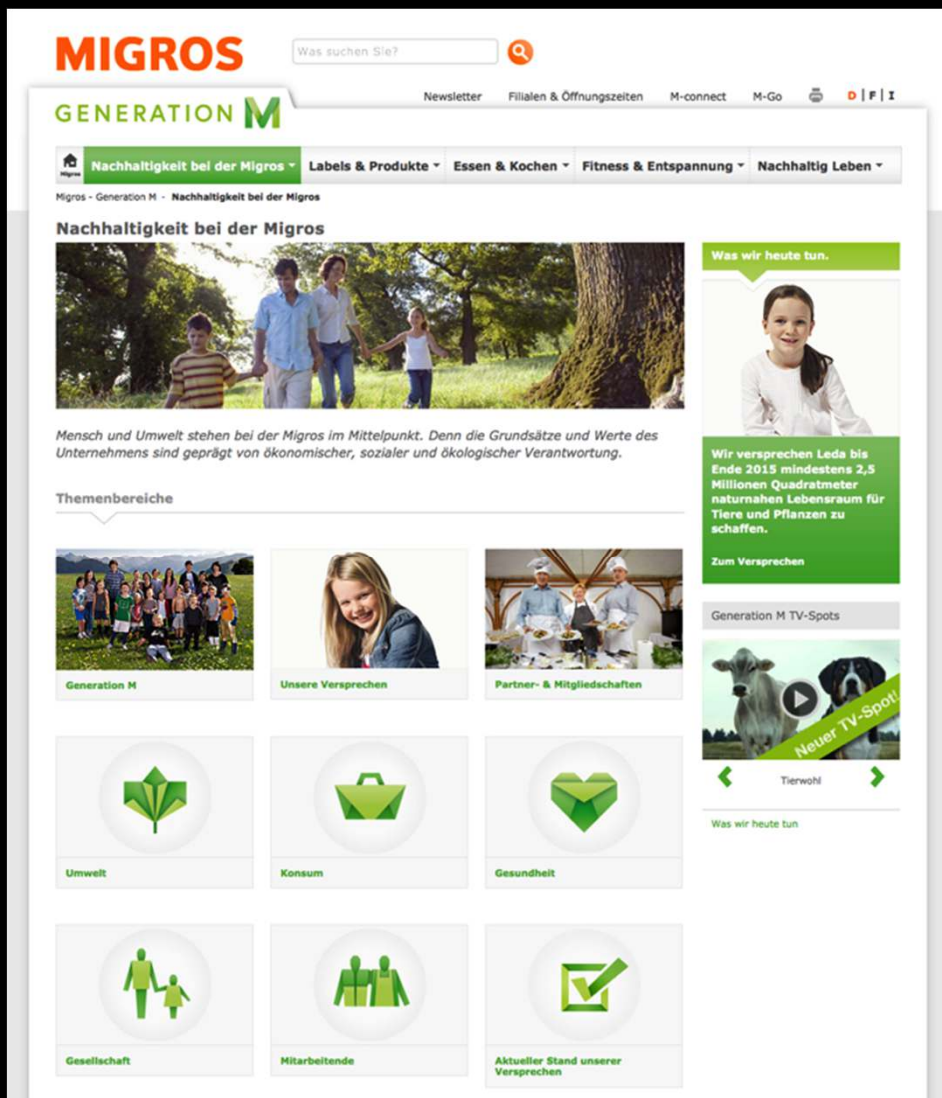
Plakate – diverse Sujets

Nationale Plakat-Kampagne (F12, F24, F200, Megaposter, E-Plakat) / 2013, 2012



Website / Interaktions-Plattform

Generation-M-Website als umfangreiche Nachhaltigkeits-Plattform mit involvierendem „Raum der Versprechen“



Online-Bewerbung

Facebook-Page, Banner & Streaming-Ads auf nationalen reichweitenstarken Plattformen, Facebook-Ads, Migros-Newsletter

The screenshot shows the Facebook profile of 'Generation M'. The cover photo features a young girl in overalls standing next to a recycling station with a sign that reads: 'Versprochen ist versprochen: Ab sofort nehmen wir alle leeren Plastik-Flaschen zurück und rezyklieren sie. GENERATION M'. The profile picture is a green square with the text 'GENERATION M'. The page has 82,397 likes and 524 people who have commented. A post from February 28th asks: 'Kann man Kaffee von 1940 noch trinken? Anina Erb und ihr Team beantworten dir alle deine Fragen rund ums Essen.' Below the post is a photo of a woman in a red scarf. The right sidebar shows a 'Recycling Quiz' with 82,397 participants and a list of friends who like the page, including Andreas Widmer, Pietro Balmelli, and Benedikt Bitzi.

The screenshot shows the homepage of the 'TagesAnzeiger' newspaper website. The header includes the date 'FREITAG, 1. MÄRZ 2013' and the time 'LETZTES UPDATE: 09:52 UHR'. The main headline is 'Schweizer Tragödien: Chronologie der Amokläufe der letzten 25 Jahre.' with a sub-headline 'Eva: Der Kult-Comic aus Zürich – täglich eine neue Geschichte.' The website features a navigation bar with categories like 'BÖRSE', 'SPORT', 'KULTUR', 'PANORAMA', 'LEBEN', 'AUTO', 'DIGITAL', 'BLOGS', and 'MEHR'. A 'Börse' section shows stock market data for SMI, Stoxx50, and DJIA. A 'Politblog' section features an article titled 'Der Fremde neben mir' by Philipp Tingle. A 'Video' section shows a clip of a man speaking. A large banner on the right side of the page reads: 'Unser Versprechen an Manon: Bis 2020 investieren wir eine Milliarde Franken in Freizeit, Bildung und Kultur. GENERATION M'.

Facebook Taschen-Aktion

5'000 Generation M Fans verewigen sich auf einer Migros Einkaufstasche über eine Facebook-App



POS & Sponsoring

Recycling-Wand, Permanent-Plakatierung, mobile Plakat-Stellen, Mehrweg-Taschen u.a / Sponsoring



Medienarbeit allgemein / wöchentliche, journalistisch unabhängige Generation-M-Doppelseite im Migros-Magazin

GENERATION M
10



Ein Versprechen für die Zukunft

Mit Generation M verpflichtet sich die Migros der nächsten Generation. Zum Beispiel Manuela Stettler: Sie verspricht sich, auch in den nächsten drei Jahren 3300 Lehrstellen anzubieten.

„Ich wünsche mir, dass es so weit, dass ich in der nächsten Generation, zum Beispiel Manuela Stettler, auch in den nächsten drei Jahren 3300 Lehrstellen anzubieten.“

GENERATION M
11

Ein Versprechen für die Zukunft

Mit Generation M verpflichtet sich die Migros der nächsten Generation. Zum Beispiel Manuela Stettler: Sie verspricht sich, auch in den nächsten drei Jahren 3300 Lehrstellen anzubieten.

„Ich wünsche mir, dass es so weit, dass ich in der nächsten Generation, zum Beispiel Manuela Stettler, auch in den nächsten drei Jahren 3300 Lehrstellen anzubieten.“

Wirtschaft **11**

20 Sekunden

Umzug nach London

Bankrat, 2. nach London, mehr der Gysi der 4. Steuergeld Rolle ges...

Weniger Zürich

2000, 2. nach London, mehr der Gysi der 4. Steuergeld Rolle ges...

Gute A Zürich

2000, 2. nach London, mehr der Gysi der 4. Steuergeld Rolle ges...

Detailhandel kämpft um leere Plastikbehälter

ZÜRICH. Migros und Coop nehmen neben PET bald auch leere Verpackungen aus Polyethylen zurück. Das sorgt für ein gutes Image und Kundenbindung.

«Bei der Offensive geht es einerseits um Imagegewinn, andererseits um Kundenbindung», so ein Detailhandelskennner. Die zusätzliche Recyclingmöglichkeit werde auch neue Kunden bringen, ist Migros-Sprecher Urs Peter Naef überzeugt. In erster Linie gehe es aber um Nachhaltigkeit. Die bei der Migros gesammelten PE-Verpackungen gehen zu einem Grossrat an die Firma Innorecycling aus dem Kanton Thurgau. Je nach Reinheitsgrad bezahlt sie zwischen bis dreissig Koppen pro Kilo und stellt daraus ein Granulat her, woraus später neue Flaschen oder Robur gefertigt werden. «Wir verdienen kein Geld mit dem Recycling», so Naef. Die Einnahmen würden nur einen Teil der Logistikkosten decken.

Weniger Zürich

2000, 2. nach London, mehr der Gysi der 4. Steuergeld Rolle ges...

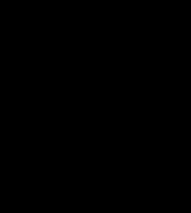
Gute A Zürich

2000, 2. nach London, mehr der Gysi der 4. Steuergeld Rolle ges...

GENERATION M
10

Grüne Lunge für Basel

Der Park im Grünen Mieschenstein ist eine grüne Oase vor den Toren Basels. Chefrediger Eric Stähelin und sein Team sorgen im Auftrag der Migros täglich dafür, dass sich Mensch und Tier hier wohlfühlen.



GENERATION M
11

Grüne Lunge für Basel

Der Park im Grünen Mieschenstein ist eine grüne Oase vor den Toren Basels. Chefrediger Eric Stähelin und sein Team sorgen im Auftrag der Migros täglich dafür, dass sich Mensch und Tier hier wohlfühlen.

Wirtschaft **11**

Plastikmüll soll Kunden bringen

ZÜRICH. Die Schweizer namte L USA gesamt die Credit cher Ka...

Detailhandel kämpft um leere Plastikbehälter

ZÜRICH. Migros und Coop nehmen neben PET bald auch leere Verpackungen aus Polyethylen zurück. Das sorgt für ein gutes Image und Kundenbindung.

«Bei der Offensive geht es einerseits um Imagegewinn, andererseits um Kundenbindung», so ein Detailhandelskennner. Die zusätzliche Recyclingmöglichkeit werde auch neue Kunden bringen, ist Migros-Sprecher Urs Peter Naef überzeugt. In erster Linie gehe es aber um Nachhaltigkeit. Die bei der Migros gesammelten PE-Verpackungen gehen zu einem Grossrat an die Firma Innorecycling aus dem Kanton Thurgau. Je nach Reinheitsgrad bezahlt sie zwischen bis dreissig Koppen pro Kilo und stellt daraus ein Granulat her, woraus später neue Flaschen oder Robur gefertigt werden. «Wir verdienen kein Geld mit dem Recycling», so Naef. Die Einnahmen würden nur einen Teil der Logistikkosten decken.

Interne Massnahmen

Mitarbeiter-Film, Pocket-Guide, Flyer, Tisch-Steller, Team-Jahres-Versprechen, div. Versprechens-Sticker



GENERATION M

Pocket Guide

Mit verbindlichen Versprechen zu Gesundheit, Konsum, Mitarbeitenden, Umwelt und Gesellschaft engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Ich verspreche Maria, wenn immer möglich die Treppe anstelle des Liftes zu benutzen.

GENERATION M Die Umwelt schützen. Mehr auf generation-m.ch



Ich verspreche Nick, das Licht beim Verlassen des Raumes auszuschalten.

Gemeinsam senken wir den Stromverbrauch der Migros bis 2020 um 10%. Helfen Sie mit und leisten Sie einen wertvollen Beitrag für die Generation von morgen.

GENERATION M

Stromsparen leicht gemacht.

Mit diesen einfachen Tipps senken Sie den Strombedarf an Ihrem Arbeitsplatz und bei sich zu Hause:

1. Licht löschen.

Machen Sie sich das Lichtlöschen beim Verlassen eines Raumes zur Gewohnheit – egal, ob Sitzungszimmer, Pausenraum oder zu Hause. Denn: Auch häufiges Ein- und Ausschalten von Fluoreszenzröhren und Energiesparlampen schadet nicht und benötigt auch nicht mehr Energie.

2. Licht sparsam einsetzen.

Schalten Sie die Beleuchtung nur dort ein, wo sie wirklich benötigt wird. Oft reicht auch das «normale» Tageslicht.

3. Mitdenken.

Denken Sie mit und melden Sie Ihren Vorgesetzten, wenn Sie irgendwo Stromspar-Potenzial sehen:

- Wo gibt es unnötig lange Betriebszeiten (z. B. Dauerbeleuchtung)?
- Wo helfen automatische Beleuchtungssteuerungen wie Präsenzmelder, Strom zu sparen?
- Wo ist ein separater Lichtschalter sinnvoll, damit nicht ein ganzer Bereich beleuchtet werden muss?

Danke für Ihr Engagement!

Wir versprechen Nick, unseren Stromverbrauch gegenüber 2010 bis Ende 2020 um 10% zu reduzieren.



GENERATION M

Unser Beitrag für die Generation M.

Wir versprechen der Generation von morgen, dass wir mindestens 1x pro Woche vom Guggi zu uns in den 18. Stock die Treppe benutzen und somit auf den Lift verzichten.



Mit verbindlichen Versprechen engagiert sich die Migros für die Generation von morgen. Mehr auf generation-m.ch

Ich verspreche Leon, das Licht beim Verlassen des Raumes auszuschalten.

GENERATION M

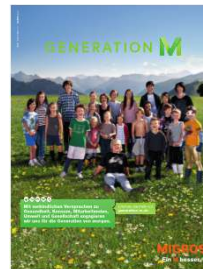
Die Umwelt schützen. Mehr auf generation-m.ch

Ich verspreche der Generation M, mich konsequent für die Nachhaltigkeit einzusetzen.

Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion, MGB



Kampagnen-Überblick



TV-Spots

Inserate

Plakate



Website / Social Media / Banner



POS-Massnahmen



PR



Interne Massnahmen

