

Migusto gewinnt renommierte Marketing Trophy

Grosse Ehre für Migusto: Nur ein Jahr nach Lancierung des neuen Kochclubs der Migros gewinnt Migusto den „Oscar“ der Schweizer Marketingbranche in der Kategorie Grossunternehmen. Besonders überzeugt hat die Jury, wie Migusto auf fröhliche und unkomplizierte Art den Kunden über alle Kanäle im Bereich Kochen hinweg begleitet und berät.

Der Migros-Kochclub Migusto wurde im Februar 2017 lanciert, ein Jahr später hat er bereits einen festen Platz in den Schweizer Küchen. Damit ist es gelungen, die beliebte Marke Saisonküche nicht nur abzulösen, sondern das lustvolle Kochen einer noch breiteren Leserschaft schmackhaft zu machen.

„Wir sind überzeugt, dass perfekt inszenierte Bilder von Gerichten zwar schön aussehen, den durchschnittlichen Schweizer aber eher einschüchtern. Mit Migusto wollen wir genau das Gegenteil: Im Zentrum steht das echte, alltägliche Kochen, wie es in den Schweizer Haushalten tagtäglich stattfindet“, sagt Miriam Benz, Leiterin Kochclub.

Mit Migusto hat die Migros ein Kochuniversum etabliert, das zum ersten Mal das Thema Kulinarik unter einer Marke kommuniziert. Bei allen Massnahmen und Inhalten stehen die Kundenbedürfnisse im Zentrum.

Die Jury unter dem Vorsitz von Marketing-Professor Sven Reinecke von der Universität St.Gallen zeigte sich vom frischen Auftritt von Migusto sehr angetan. Ebenso überzeugt hat die Art und Weise, wie Migusto dank der Anlehnung an die Marke Migros innerhalb weniger Monaten eine sehr grosse Bekanntheit in der Schweizer Bevölkerung erreichen konnte.

www.migusto.ch

Zürich, 7. März 2018

Für weitere Informationen:

Luzi Weber, Corporate Communications MGB, Tel. 058 570 38 21, luzi.weber@mgb.ch,
www.migros.ch