Corporate
Process/Branders

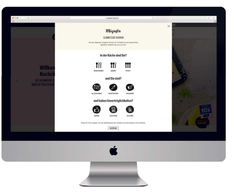
Migusto: Marke und Plattform für Kochkompetenz entwickelt

Process und Branders haben den Auftritt der neuen Kochinitiative der Migros entwickelt. Kernstück der Initiative ist eine Kochplattform, die Menschen jeden Tag inspirierende Antworten gibt auf die allgegenwärtige Frage «Was koche ich heute?».

Unter der neuen Marke Migusto bietet die Migros neu all ihre Leistungen und Angebote rund um's Kochen unter einem Dach an. Für die Entwicklung der neuen Marke und der dazugehörigen Plattform, welche als Kochclub agiert, haben die beiden Agenturen Branders und Process zusammengespannt. Dabei war Branders insbesondere für die interaktive Kochplattform verantwortlich, Process für die inhaltliche und visuelle Ausgestaltung der Markenwelt, unter anderem auch im neuen Migusto-Kochmagazin.

Ob Veganer oder Nose-to-tail-Anhänger, ob Familienoberhaupt oder Single, ob mit oder ohne Laktoseintoleranz und Glutenunverträglichkeit: Jeden Tag suchen Menschen nach Inspiration und Ideen, was sie kochen können. Die Plattform Migusto, die Mitte Februar von der Migros lanciert wird, gibt inspirierende Antworten auf diese Frage in Form von Rezeptideen für jede Vorliebe, jeden Geschmack und jeden Vorratsschrank. Vor allem geht es bei Migusto jedoch um eines: den täglichen Spass am Kochen und die Freude an genussvoller Ernährung.

So macht auch die von Process entwickelte Markenwelt von Migusto vom Magazin bis zu den neuen Kochvideos einfach Spass. Zugänglich, modern und doch verspielt evoziert sie das vertraute Migros-Gefühl. Die Marke vermittelt Kochen, wie es bei jedem zu Hause stattfindet: spontan und unkompliziert. Als Inspiration für das Logo dienten fürs Kochen essentielle Flüssigkeiten wie Wasser oder Öl. Piktogramme machen die Marke auf kleinstem Raum erlebbar; Illustrationen veranschaulichen komplexere Inhalte und prägen den sympathischen, eigenständigen Charakter von Migusto.



Mit ihrer Omnichannel-Erfahrung hat Branders die neue Kochplattform von der Strategie über die Konzeption bis hin zum Frontend entwickelt und umgesetzt. Das intelligente und interaktive Konzept integriert sämtliche Schnittstellen und ermöglicht Nutzern eine intuitive, inspirierende und genussvolle Benutzung, die Kochinteressierten einfach Freude macht – ob sie nun Kochamateure oder -profis sind.

Website, Printmagazin und Rezept-Datenbank von Migusto wurden auf der censhare Digital Experience Plattform umgesetzt. Censhare bietet der Migros ein umfassendes Content-Management-System, welches sich nahtlos in alle Content-Prozesse integriert und jede Art von Inhalt editieren, verwalten, verbinden und publizieren kann.

Verantwortlich bei Migros: Roman Reichelt (Leiter Marketing-Kommunikation) Kjell Bernsmann (Gesamtprojektleitung), Miriam Benz (Leitung Kochclub), Sake Demont (Projektleiterin Digitale Geschäftsentwicklung), Philipp Lingenhel (Leiter Datenhandling, Workflow / IT-Support), Larisa Matkovic-Kilibarda (externe Projektleitung), Rafael Schwarzmann (Projektleiter Digitale Kommunikation), Flavia Zarro Grunder (Leiterin Kulinarik&Ernährung). **Verantwortlich bei Process:** Fabian Bertschinger (Creative Director), Dominique Hufschmid (Lead Designer), Lucia Pigliapochi (Senior Designer und Illustratorin), Julius Jäger (Lead Consultant), Levin Bissig (Motion Designer).**Verantwortlich bei Branders:** Thom Pfister (Creative Director), Marisa Güntlisberger (Senior Brand Consultant Omnichannel), Thomas Hausheer (Creative Brand Technologist), Martina Keusch (Executive Brand Designer), Barbara Huber (Brand Assistant). **Verantwortlich bei Censhare:** Lukas Brupbacher (Gesamtprojektleiter),, Joar Berge (CMS Frontend Entwicklung), Roman Agapkin (CMS Backend Entwicklung), Georg Buschbeck (CMS Backend Entwicklung), Christoph Bollhalder (Stv. Projektleiter).

Facebook Twitter Xing WhatsApp

Fr 10.02.2017 - 14:55

Tags
Process
Branders
Migros

Kommentare

neuen Kommentar schreiben

* Vorname
* Nachname
* E-Mail
Unternehmen
Betreff
* Kommentar

Ich bin kein Roboter.
reCAPTCHA
Datenschutzerklärung - Nutzungsbedingungen

Senden