

Branders modernisiert die Brands Migros-Restaurant und Take-Away

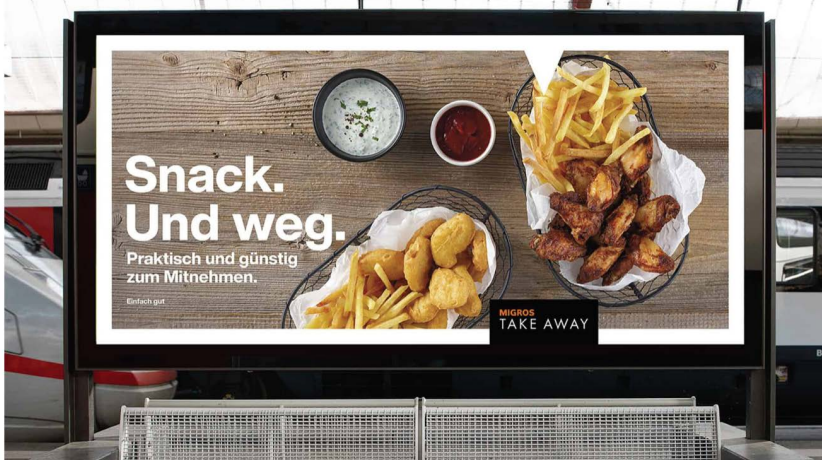
Migros-Restaurant und Migros-Take-Away erhalten ein neues Gewand. Branders hat sämtliche Gestaltungselemente des Auftritts der beiden Marken modernisiert und für diese eine vollständig neue Corporate-Design-Landschaft erstellt.

Redaktion - 9. September 2021



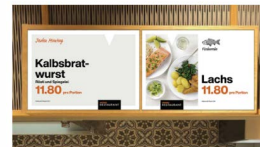
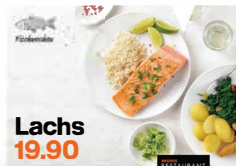
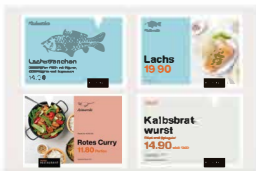
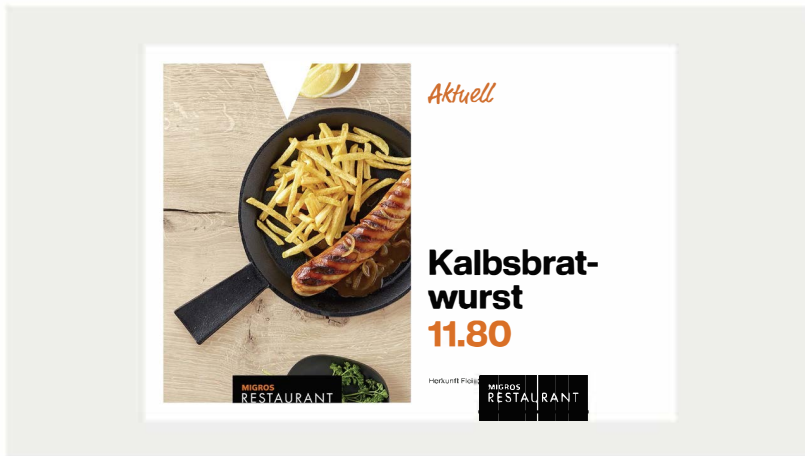
Die Auftritte der Gastro-Welten von Migros-Restaurant und Migros-Take-Away waren Branders zufolge deutlich in die Jahre gekommen. Sprachlich und optisch seien diese den Ansprüchen einer modernen Genossenschaft nicht mehr gerecht worden. Branders hat aus diesen Gründen die beiden entsprechenden Logos entstaubt und die Designlandschaften der Marken von Grund auf überarbeitet.

Bei den Logos wurden die Migros-Primärfarben um das «Migros Restaurant Warm Grey» ergänzt. Ausserdem wurden Splitscreen-Formate und Illustrationen mit Stempeloptik entwickelt, und der Umgang mit der Typografie wurde geschärft. Dadurch soll der Vielfalt der Zielgruppen sowie deren unterschiedlichen Kundenbedürfnissen Rechnung getragen werden, ohne zu riskieren, dass der Bezug zur Dachmarke jemals verlorenght. Die Umsetzung dieser Designanpassungen an allen relevanten Touchpoints soll sukzessive erfolgen.



Implementierung mittels Toolbox

Um eine reibungslose, geschmeidige Übernahme und einen sauberen Einbau der neuen Design- und Kommunikationselemente durch alle Migros-Genossenschaften zu gewährleisten, hat die Agentur eine einfach zu handhabende Toolbox entwickelt. Diese basiert auf der kommunikativen Leitidee und enthält sowohl Werbemittel-Vorlagen als auch Regeln zur Logo-Verwendung oder zum Umgang mit der Signalistik. Es finden sich darin jedoch auch konkrete Gestaltungsvorschläge, beispielsweise für das Packaging oder im Umgang mit Menüs.





Verantwortlich bei Migros: Sabine Ruchty (Abteilungsleiterin Strategie Migros-Genossenschaft-Bund), Aurelia Schlatter (Projektleiterin Packungsgestaltung Migros-Genossenschaft-Bund), Ariane Nicoletti (Teamleiterin Kommunikation Gastro Genossenschaft Migros Zürich), Isabel Nahmias (Leiterin MarKom Gastronomie Genossenschaft Migros Aare), Silvio Arnold (Leiter MarKom Fachmärkte/Gastronomie/Klubschule/Freizeit), Florian Braun (Marketingberater Gastronomie bei Genossenschaft Migros Ostschweiz), Eaven Stoller (Leiter Einkauf & PM & Marketing Genossenschaft Migros Luzern), Céline Gut (Projektleiterin Werbung/Online Genossenschaft Migros Luzern), Christian Küng (Fotograf Migros-Genossenschaft-Bund), Vanessa Alderuccio (Projektleiterin Kommunikation Migros-Genossenschaft-Bund), Elisabeth Jakob (Bildredaktorin Migusto Migros-Genossenschaft-Bund); Foodstyling: Claudia Stalder (Rezepte und Foodstyling). **Verantwortlich bei Branders:** René Allemann (Creative Director & CEO), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Sarah Egger (Brand Consultant), Palma Manco (Senior Brand Designer), Micha Kumpf (Senior Brand Designer), Sarah Trendle (Executive Brand Designer), Katja Wölfel (Senior Copywriter), Oliver Schmuki (Senior Editor).