

Sponsoring

Eine Vielzahl von Sponsoring-Events begeisterte 2014 Jung und Alt. Gleichzeitig wurden die strategischen Themenfelder des Migros-Sponsorings geschärft.

Migros-Sponsoring bewegt

CHF 14.354 Mio.

Das Sponsoring der Migros stand 2014 im Zeichen der Ausarbeitung der Sponsoring-Strategie 2015–2019. Sie basiert auf den bestehenden Inhalten und versteht Sponsoring primär als Plattform für Marketing-Inszenierungen. Die Themenfelder wurden geschärft und konzentrieren sich künftig auf die Bereiche Schwingen, Volksläufe, Festivals sowie Familien und Kinder. Parallel zur Strategieentwicklung wurden zahlreiche Sponsoring-Events durchgeführt, die über die Generationen hinweg Tausende von Besucherinnen und Besuchern begeisterten und die Schweiz in Bewegung versetzten.

betrug das Sponsoring-Engagement der Migros 2014.

Schwingen

Seit 2007 ist die Migros Partnerin der Eidgenössischen Schwing- und Äplerfeste (ESAF). In intensiven Verhandlungen konnte im Berichtsjahr neu die Zusammenarbeit mit dem ESAF 2016 in Estavayer sichergestellt werden.

Parallel dazu wurde das Engagement für das alle sechs Jahre stattfindende "Unspunnen Schwinget" in Interlaken besiegelt. Damit bleibt die Migros weiterhin die Nr. 1 im Schwingsport. Auch 2014 wurde geschwungen: zum Beispiel an den von der Migros unterstützten Bergschwingfesten Schwarzsee, Rigi, Weissenstein und Schwägälp sowie am nationalen Schwinger-Schnuppertag für Kinder.

Volksläufe

Die Migros und SportXX engagierten sich 2014 an zahlreichen bedeutenden Laufsportveranstaltungen in der ganzen Schweiz. Diese haben über 230'000 Läuferinnen und Läufer zur Teilnahme motiviert.

Damit wurde das im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M abgegebene Versprechen erfüllt, wonach die Migros jedes Jahr Laufveranstaltungen für über 200'000 Sportlerinnen und Sportler ermöglichen will. Mit der Bewegungs-Initiative "I'M Fit" [<http://www.migros.ch/de/ueber-die-migros/sponsoring>] engagiert sich die Migros im Laufbereich speziell für Kinder: 800 Schulklassen konnten im Berichtsjahr kostenlos an den Läufen teilnehmen.

Festivals

Die Migros ist bei den wichtigsten Musik-Openairs der Schweiz als Hauptsponsorin dabei.

Bei den grossen Festivals St. Gallen, Frauenfeld, Gurten, Paléo, Heitere und Gampel, die vor allem eine jüngere Zielgruppe begeistern, wurde 2014 eine neu konzipierte M-Budget-Zone präsentiert. Die Besucherinnen und Besucher konnten Verpflegung und Getränke günstig einkaufen, ein M-Budget-Shop bot zudem ein kleines Sortiment mit nützlichen Artikeln für den Festival-Alltag. Neben den "klassischen" Openairs unterstützte die Migros im Berichtsjahr (u.a.) auch "Moon & Stars" oder "Stars in Town", die sich an eine etwas ältere Zielgruppe richten und bei denen das musikalische Erlebnis und die Ambiance im Vordergrund stehen.

Familien und Kinder

2014 unterstützte die Migros Familien und Kinder mit zahlreichen Angeboten für eine aktive, abwechslungsreiche Freizeitgestaltung.

Dazu zählen der traditionsreiche Grand Prix Migros [<http://www.gp-migros.ch/>], das grösste Kinderskirennen Europas, die Lilibiggs Kinder-Festivals [<http://www.lilibiggs-kinder-festivals.ch>] mit Familiencamping und die autofreien slowUp-Veranstaltungen [<http://www.slowup.ch/d/index.html>]. Migros und SportXX engagieren sich seit vielen Jahren als nationale Hauptsponsoren der slowUp-Veranstaltungsreihe, die an rund zwanzig Sonntagen durchgeführt wird und über 400'000 Teilnehmende zählt. Im Berichtsjahr wurde das Generation M-Versprechen abgegeben, dass die slowUp-Veranstaltungen bis 2017 von der Migros als Hauptsponsorin getragen werden.

“Wir versprechen Emma, bis 2017 als nationale Hauptsponsorin von slowUp über 40 Mio. autofreie Kilometer zu ermöglichen.”

Generation M-Versprechen