

Migros Weihnachten 2015



Dieses Herz aus Schoggi hat auch für einen sehr hohen Spendenbetrag gesorgt. Statt einfach per Coupon zu spenden macht es nämlich viel mehr Freude, sich selbst auch ein bisschen zu belohnen.

Aufgabenstellung

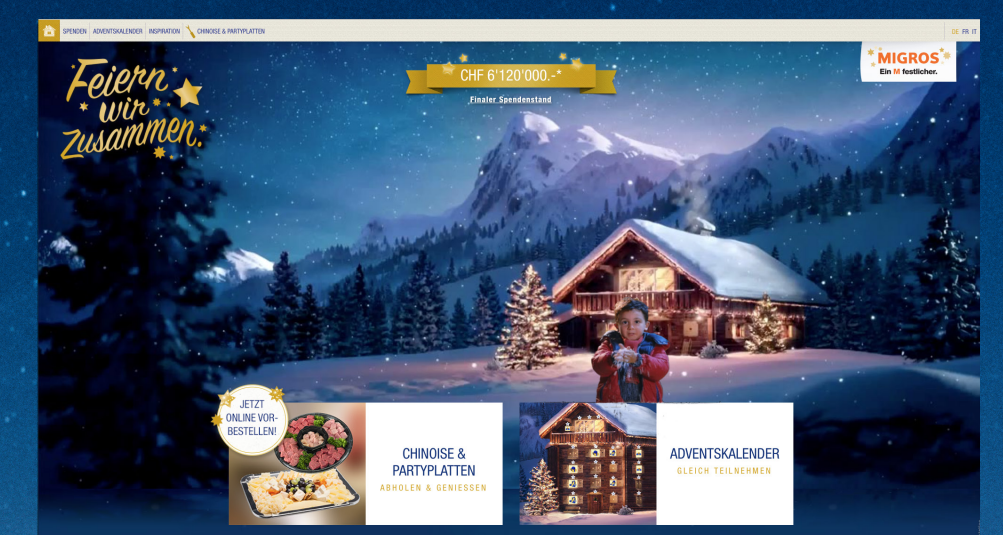
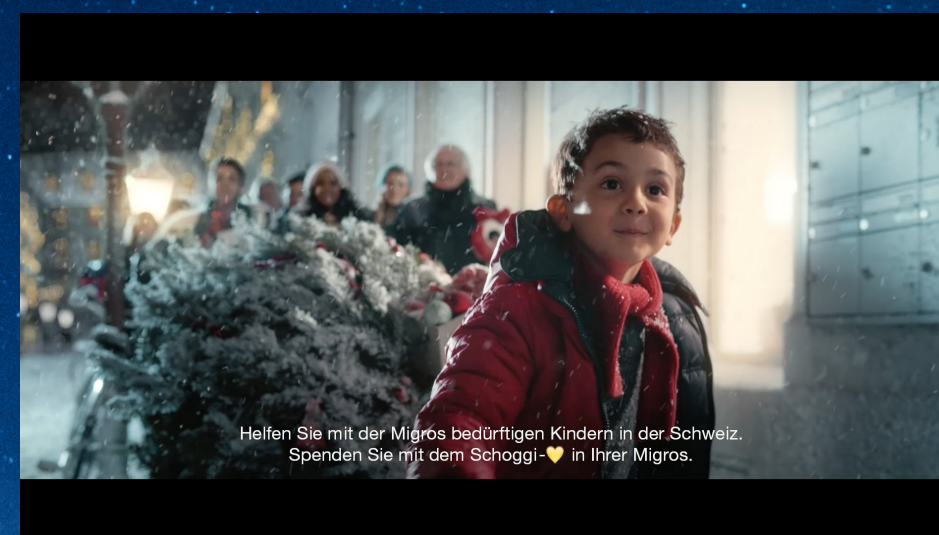
2014 lancierte die Migros die erfolgreichste Weihnachtskampagne ihrer Firmengeschichte. Das Besondere daran: Statt mit einer Abverkaufskampagne in den wichtigsten Monat des Jahres zu starten, bewies die Migros Mut und lancierte eine Spendenaktion. Dieser Mut zahlte sich aus, denn die Kampagne war für die Migros ein voller Erfolg und generierte Spenden von über 2.4 Millionen Franken für bedürftige Menschen in der Schweiz. Aus diesem Grund möchte die Migros **die Spendenkampagne neu aufladen und weiterentwickeln**.

Lösung

Das Motto «Feiern wir zusammen. Spenden wir zusammen» und das erste Schweizer Weihnachtslied «Ensemble» wurden übernommen, die Kampagne dazu ist aber klar weiterentwickelt und noch emotionaler gemacht. Im Fokus stand ganz klar das Einnehmen von Spenden. Um das Spendenziel markant zu erhöhen, wurde der Spendenmechanismus verbessert. Und zwar mit einem einfachen Trick. **Die Spende ist essbar, verschenkbar und so schnell wieder weg, dass man gleich nochmals spenden will: Das Schoggiherz der Migros.**

Ergebnis

Die Kampagne liess die Schweiz spenden. Erklärtes Ziel der Kampagne, war, den Spendenerfolg von 2014 mit 2.4 Mio CHF erneut zu erreichen. Dies ist mehr als gelungen. Die Fortführung der Kampagne 2015 und die Lancierung des Schoggiherzens bewirkte, dass das Rekordergebnis von 2014 mit **6.12 Mio CHF** sogar nochmals mehr als verdoppeln wurde.



Kernstück der Kampagne ist ein emotionaler Film mit einem kleinen Jungen, der sich selbstlos und rührend für seine Mitmenschen einsetzt und zum Spenden mit dem Schoggiherz aufruft.

Am Ende erreichte das Spendenbarometer über 6 Mio Franken.