

## #TGIMonday: M-Budget sagt mieser Montagslaune den Kampf an

**Unter dem Motto "Thank God it's Monday" vertreibt die Kultmarke M-Budget seit letzter Woche die schlechte Montagsstimmung von jungen Leuten. Dabei setzt die Kultmarke der Migros auf unterhaltsame oder nützliche Aktionen und Inhalte, welche immer Montags für gute Stimmung sorgen sollen. Die zielgruppengerechte Ansprache erfolgt über die Social-Media-Kanäle sowie den Content-Hub [www.tgimonday.ch](http://www.tgimonday.ch).**

MEDIENMITTEILUNG, 31.05.2017

Müde vom Wochenende, früh aufstehen, fünf Arbeitstage vor sich haben, sich für die neue Woche wieder vorzunehmen, weniger Süsses zu essen und erst noch mehr Sport machen – all das ist Montag. Und all das nervt. Wieso also nicht was Gutes tun und jungen Leuten den unbeliebtesten Tag der Woche versüssen? Genau das dachte sich auch M-Budget und startete eine Revolution gegen die miese Montagsstimmung der Generation Y und Z. Ziel ist es, den unbeliebtesten Tag der Woche durch unterhaltsame, überraschende Inhalte in ein Wochenhighlight zu verwandeln und mit witzigen Aktionen oder Gewinnspielen für gute Stimmung zu sorgen.

Mit Guerilla-Massnahmen in Zürich, Bern, Basel, Luzern und Lausanne überraschte die Kultmarke der Migros die jungen Schweizerinnen und Schweizer da, wo sie sich zum Wochenstart aufhalten: An Unis, Fachhochschulen und Berufsschulen. Ob mit einem Gratis-Frühstück, das es im Tausch für ein Lächeln gab, mit Demonstrationsgruppen, die mit Transparenten zum Thema Montag durch die geschäftigsten Strassen zogen oder mit Parolen schwingenden Jungen wie beim "Speakers' Corner" – die Massnahmen sorgten bei Jung und Alt für Aufmerksamkeit.

Der Launch wurde filmisch begleitet und als unterhaltsamer Video-Content auf den Owned Channels von M-Budget verbreitet. Für die zusätzliche Bekanntmachung der Botschaft "Thank God It's Monday" auf Social Media kooperiert M-Budget zum Launch der Kampagne mit den Influencern Andrea Monica Hug, Pascal Erb, Cielle Noire und Morgane Schaller und ruft die Community dazu auf, mit den Hashtags #TGIMonday und #mbudget Teil der Montagsrevolution zu werden.

### **Verantwortlich beim Migros-Genossenschafts-Bund**

Nadine Hess (Leiterin Markenführung und Sortimentsprofilierung), Bettina Huwyler (Projektleiterin Markenführung M-Budget), Rita Lutz (Projektleiterin Digitale Kommunikation), Sara Osmani (Online Communications Manager), Valeria Marra (Projektleiterin Media), Patrick Blum (Projektspezialist Media)

### **Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat**

Wolfgang Bark (Creative Direction), Ennio Cadau, Isabel Stenner (Text), Cansu Sezer, Matthias Fürst (Art Direction), Joelle Hauser, Tanja Jablanovic (Grafik- und Screendesign), Julia Fischhaber (Media Relations, Influencer Marketing und Content), Fernando Gort, Julia Grass, Thomas Steiner (Beratung)

# JUNGvMATT

## **Externe Partner**

Truestory (Film), Christina Baeriswyl (Illustration), TitPit (Eventagentur), Daniel Crespo (OMD Account Director), Peter Schachtler (OMD Account Manager), Linda Zittlau (OMD Digital Planner), Webrepublic AG