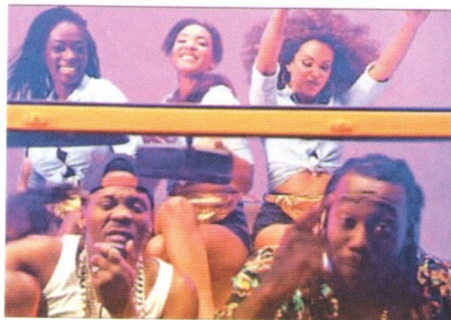


# Bei der Migros kämpfen die Kunden um ihre Eistee-Sorte

ZÜRICH. Während der nächsten zwei Monate hat die Migros zwei neue Sorten Eistee im Sortiment.

Welche bleiben darf, entscheiden die Kunden.

Seit Montag stehen in den Regalen des Grossisten zwei neue PET-Flaschen Eistee. Zum einen die Sorte Mango & Ananas, zum anderen Minze & Holunderblüten «Hugo». Nach zwei Monaten wird eine dieser beiden Flaschen aus dem Sortiment verschwinden. Welche das sein wird, darüber entscheiden die Kunden. Der Ice-Tea-Battle ist der Start von «A vs. B – Battle of Tastes» – einer neuen Promotionsart der Migros. Dabei misst der Detailhändler erstmals den Erfolg eines Produktes gleichzeitig im Internet und an der Kasse. Das Kaufverhalten und die Online-Klicks auf einer eigens erstellten Homepage geben denn Ausschlag, welche Sorte bleibt und welche rausfliegt. Im Laufe des Jahres wird die Migros weitere Produkte gegeneinander antreten lassen. Zusätzlich hat jedes Produkt einen eigenen Song und eine eigene Band als Botschafter.



Die Reggae Muffins werben musikalisch für ihren Ice Tea. SCREENSHOT MIGROS

Für die Sorte Mango & Ananas kämpfen die Reggae Muffins, für die Sorte Minze & Holunderblüten «Hugo» gibt die Boygroup Puffy Pops ihr Bestes. In einem sogenannten Mashup-Video liefern sich die beiden Bands einen musikalischen und visuellen Battle.

Für die Kampagne erntet die Migros viel Lob vom Markenex-

perten Stefan Vogler. Der Detailhändler schlägt damit gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: «Einerseits haben die Produkte so eine grossartige Werbeplattform, auf der anderen Seite betreibt die Migros damit eine mustergültige Marktforschung.» YVES HOLLENSTEIN

Video: Sehen Sie den Film zum Ice-Tea-Battle auf [20MINUTEN.CH](http://20MINUTEN.CH)