

## **Kund:innenbindung durch immersiven Rätselspaß: Migros setzt mit dem Online-Spiel „M-Escape“ auf Gamification**

- **Größte Schweizer Detailhändlerin startet erste digitale Promotion, die Kund:innen mit dem stationären Handel verbindet**
- **Mutabor für Konzept und Interface Design, Demodern für technische Entwicklung sowie Illustrationen & Level Design verantwortlich**

Zürich/Hamburg, XX. Juni 2023 – Wer Spaß am Ermitteln und Rätsellösen hat, kommt derzeit bei der Migros, der größten Einzelhändlerin der Schweiz, auf seine Kosten. Mit „M-Escape – Spuk in der Migros“ lanciert das Unternehmen ein innovatives Konzept für Sammelpromotion, das den stationären Handel mit der digitalen Welt verbindet. Das Besondere: Die Motivation zum Sammeln entsteht allein aus der Lust am Weiterspielen.

„Mit M-Escape gehen wir erstmalig den Weg, ein digitales Game in einer Loyalitätspromotionen zu verbinden und greifen dabei den aktuellen Escape Room Trend auf“, so Melani Zadro, Projektleiterin Promotionen & Aktivierung bei der Migros. „Mit der konsequent digitalen Herangehensweise unterstreichen wir einmal mehr unsere Innovationsfreudigkeit.“

Das Spiel führt Kund:innen des Schweizer Handelsunternehmens durch einen digitalen Escape Room. Die Story spielt in einer abgelegenen Migros-Filiale, bei der es Gerüchten zufolge spukt. Aufgeteilt in vier Kapitel sind Nutzer:innen aufgefordert Hinweise zu sammeln, Bilder- und Logik-Rätsel zu lösen oder Nachrichten zu dechiffrieren. Das erste Kapitel ist kostenlos spielbar. Die weiteren Kapitel können die Spieler:innen mit dem Sammeln von digitalen Stempeln freischalten. Diese erhält man pro ausgegebene 10 Schweizer Franken in den Migros-Supermärkten. Dadurch knüpft die Migros auf innovative Art ein Band zwischen Kund:innenbindung und Unterhaltung. Als zusätzliches Incentive nehmen alle, die M-Escape erfolgreich beendet haben, an einem Gewinnspiel teil. Voraussetzung zum Spielen von M-Escape sind ein Migros-Account sowie die Teilnahme am Migros-Treueprogramm Cumulus. Zielgruppe sind vor allem junge Erwachsene im Alter von 25 bis 45 Jahren. Für Konzept und Interface Design zeichnet Mutabor - für die technische Entwicklung sowie Illustrationen und Level Design die Agentur Demodern verantwortlich.

„M-Escape ist nicht nur ein Escape-Spiel, es ist ein Erlebnis mit Tiefgang, das die immersive Welt der Escape Rooms in das digitale Ökosystem der Migros überführt“, sagt Raphael Jung, Projektleiter Digital Campaigning & Promotions bei Migros. „Die Mischung aus einem spannenden Abenteuer, faszinierenden Rätseln, der Integration echter Migros-Touchpoints sowie der Verbindung zur physischen Filiale machen M-Escape zu einem ebenso innovativen wie einzigartigen Projekt.“ Jung ist überzeugt: „Wir bei der Migros schätzen die Loyalität unserer Kund:innen und möchten diesen auch stets etwas zurückgeben. Das ist uns im Fall von M-Escape voll gelungen.“

## Sammelpromotion: digital & innovativ

„Die Migros setzt bereits seit Jahren Maßstäbe im Retail-Marketing, indem Sie sich gemeinsam mit den Kund:innen weiterentwickelt“, sagt Burkhard Müller, Digitalchef von Mutabor. „M-Escape bricht mit den gelernten Regeln von Sammelpromotionen und involviert Kund:innen tief, lang und digital. Das Projekt beweist, wie erfolgreich Gamification zur Bindung beitragen kann.“

M-Escape ist ein herausragendes Beispiel für technische Innovation und kreative Umsetzung“, sagt Alexander El-Meligi, Co-Founder und Managing Partner von Demodern. „Die Kombination aus State-of-the-Art-Technologie, 3D-Konzept-Art und Sound Design ermöglichen ein umfangreiches, immersives und unterhaltendes Spielerlebnis direkt im mobilen Browser. Für mich ist M-Escape jetzt schon eine Benchmark im digitalen Marketing.“

Die Promotion ist schweizweit erfolgreich gestartet und in den einschlägigen Foren und auf Social Media findet ein reger inhaltlicher Austausch statt. Die Spiel- und Verweildauer der Kund:innen beträgt circa ein bis zwei Stunden pro Kapitel. M-Escape ist in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch und Italienisch verfügbar, um alle Teilnehmenden in der Schweiz zu erreichen. Die Sammellaufzeit läuft noch bis 17. Juli, das Gewinnspiel bis Mitte September. Mehr unter <https://escape.migros.ch/de/escape-game/>

## Über die Migros-Gruppe

Die Migros-Gruppe ist mit einem Jahresumsatz von 30,138 Mrd. Franken (2022) das größte Detailhandelsunternehmen der Schweiz und zugleich mit knapp 98'000 Mitarbeitenden die größte private Arbeitgeberin. Eigentümer der Migros sind über zwei Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter, welche in zehn regionalen Genossenschaften organisiert sind. Diese betreiben das Kerngeschäft der Migros-Gruppe, den Detailhandel. Nahezu 80% des Angebots in den Migros-Filialen sind Eigenmarken, wovon ein Grossteil in der eigenen Industriegruppe hergestellt wird. Zur Migros-Gruppe gehören weiter Handelsbetriebe wie der Discounter Denner oder das online Warenhaus Digitec Galaxus, die Hotelplan-Reiseunternehmen und die Migros Bank. Alle Unternehmen der Migros-Gruppe sind einer nachhaltigen Wertgenerierung verpflichtet.

## Über Mutabor

Bei MUTABOR treiben 170 Creative Consultants Change für Marken, Unternehmen und Organisationen mit Design und unabhängiger Beratung. Zu den Kund:innen gehören u.a. BMW-Motorrad, BRENNTAG, CARIAD, GEA, die DFL, EnBW, Faber-Castell, HelleniQ Energy, Kleinanzeigen, Migros, OTTO, Pfizer, Porsche, Volkswagen und Yello.

MUTABOR berät Marken, Unternehmen und Organisationen in Changeprozessen und entwickelt Lösungen, um Change auf jeder Ebene und an jedem Kontaktpunkt für die entscheidenden Zielgruppen erlebbar zu machen – Brand Strategy, Brand

Design, Brand Experience & Space, Brand Performance, Packaging, Content, Business & Portfolio Design, Product & Service Design, Innovation & Prototyping, Culture Design, Organization Design und Digital Ecosystems.

Der lateinische Ausdruck MUTABOR steht für den Willen zur Veränderung (ich werde verwandelt werden – i'm going to change), der vor allem aus dem Märchen »Kalif Storch« von Wilhelm Hauff bekannt ist. Dieser Wille treibt auch MUTABOR von jeher an. 1998 gründeten Heinrich Paravicini und Johannes Plass MUTABOR als Designstudio. Mit über 600 Awards gehört das Unternehmen heute zu den größten unabhängigen Agenturen der Kreativbranche in Deutschland.  
[www.mutabor.de](http://www.mutabor.de)

## Über Demodern

Demodern ist die deutschlandweit meistausgezeichnete Agentur für kreative Technologien und eine der führenden Innovationsagenturen Europas. Das 2008 von Kristian Kerkhoff und Alexander El-Meligi gegründete Unternehmen entwickelt innovative digitale Projekte und Produkte und begleitet internationale Marken bei der digitalen Transformation - von der strategischen Beratung bis zur operativen Umsetzung. Das Leistungsspektrum reicht von immersiven AR- und VR-Erlebnissen über Webtechnologien und Installationen bis zur Entwicklung von Metaverse-Plattformen. An den Standorten Köln und Hamburg arbeiten rund 70 Digitalexperten für Kunden wie Nike, IKEA, SAP, SNIPES, PwC Deutschland, Roland Berger, Ergo und BMW. [www.demodern.de](http://www.demodern.de)

## Medienkontakte

### Migros

Patrick Stöpper  
Mediensprecher / Projektleiter  
Migros-Genossenschafts-Bund  
Direktion Kommunikation & Medien  
Limmatstrasse 152  
CH-8005 Zürich  
Direktwahl +41 58 570 3827 |  
Email [patrick.stoepper@mgb.ch](mailto:patrick.stoepper@mgb.ch)  
[www.migros.ch](http://www.migros.ch)

### Mutabor

Cathrin Knefelkamp  
Corporate Communications  
MUTABOR Management GmbH  
Königstrasse 28  
22767 Hamburg  
T: +49-40-808023-164

E: [presse@mutabor.de](mailto:presse@mutabor.de)  
[www.mutabor.de](http://www.mutabor.de)

## **Demodern**

Petra Rulsch PR  
Strategische Kommunikation +  
Große Bleichen 34  
20354 Hamburg  
M: +49 160 944 944 23  
E: [pr@petra-rulsch.com](mailto:pr@petra-rulsch.com)  
[www.petra-rulsch.com](http://www.petra-rulsch.com)