



S M P • P S L

Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producents Svizzers da Latg

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch

Die Milch in Sommerlaune

So facettenreich die Milch ist, so vielfältig sind die Events, an der sie diesen Sommer wieder mitmacht. Von Frozen Jogurts an Familienkonzerten bis zu Cupcakes an Fashion-Events wird für jeden Geschmack und jedes Alter etwas angeboten.

An rund 50 Veranstaltungen in der ganzen Schweiz macht eine aufgestellte Swissmilk-Crew den Besucherinnen und Besuchern die Milch schmackhaft und präsentiert sie als zeitgemässes, vielseitig wandelbares und erfrischendes Getränk. Es ist nämlich wichtig, dass das Milch-Marketing nicht nur klassische Werbung macht, im Internet präsent ist oder mit sachlichen Informationen die gesundheitliche Rolle der Milch erklärt. Die Konsumenten müssen die Milch auch live erleben. Dies geschieht am besten dort, wo sich die Zielgruppen in entspannter Atmosphäre gerne aufhalten, sich als Zwischenverpflegung einen feinen

Milchshake gönnen und sich in positiver Grundstimmung vom Genuss und von den Vorzügen der Milch überzeugen lassen.

Konsumenten von heute...

Junge Erwachsene sind viel unterwegs und mit traditioneller Werbung schwer zu erreichen. Werden sie jedoch in ihrer Freizeit beim Sport oder an einem Openair und in ihrer Sprache angesprochen, so weckt das die Aufmerksamkeit und wirkt überzeugend. Deshalb gibt es seit 15 Jahren Milk on Tour, das Konzept für den Milchauftritt an den wichtigsten

Openairs. Die grösste Milchbar der Schweiz ist dort ein unübersehbarer Blickfänger und ein beliebter Treffpunkt. Weil Sport für viele Jugendliche wichtig ist, nimmt die Milch mit einem auffallenden, rollenden Mobil auch am slowUp teil. Szeniger geht es an Fashion- und Lifestyle-Events wie Move City oder Beach Volleyball zu und her. Hier wird das Publikum mit Showeinlagen und originellen Milchkreationen verwöhnt.

... und von morgen

An Familienkonzerten und Messen sind Kinder die Stars. Mit Hilfe

der Eltern oder der Swissmilk-Crew stellen sie Frozen Jogurts selber her. Sie dürfen ihr liebstes Jogurt mit weiteren Zutaten mischen, tiefkühlen lassen und später geniessen.

Bis das Glacé gefroren ist und endlich gegessen werden kann, hören die Kinder den Bühnenkünstlern zu, tanzen mit und lassen sich vom Konzert mitreissen. Auch für die Eltern ist gesorgt: Sie geniessen einen Milchshake und blättern in der neuesten LE MENU-Ausgabe, die sie für den nächsten Familientisch zu Hause inspiriert.



Auf Facebook rekrutierte Milchfreunde treten in die Pedale und verteilen Yogi Drinks an die slowUp Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Zukunftsmusik

Im Sommer sind alle am liebsten draussen. Deshalb geht auch die Milch auf die Strasse und präsentiert sich je nach Anlass jugendlich, familiär, folkloristisch oder sportlich – auf alle Fälle witzig und überraschend. Besonders wichtig für das Milch-Marketing ist es, dass mit Events Familien mit Kindern und Jugendliche angesprochen werden, denn die Jungen sind die Milchkonsumenten von morgen. Nun ist die heutige Jugend aber von allen Seiten umworben und mit traditionellen Kommunikationsformen schwer zu erreichen. Deshalb ist es umso wichtiger, sie in ihrer Sprache und in ihrem Umfeld abzuholen, gezielt anzusprechen und positive Erlebnisse mit Milch zu schaffen. Das Controlling zeigt, dass dieser Ansatz richtig ist: Hatte die Milch früher bei Jugendlichen ein Bubi-Image, ist sie heute längst zum gesellschaftsfähigen Trendgetränk mutiert. Das ist wichtig, denn wer im Jugendalter Milch trinkt, bleibt ihr auch später treu.

Jogurtglacés an Kinderkonzerten

Die Lieder von Schtärnefföfi, Andrew Bond und Linard Bardill lassen Kinderherzen höherschlagen. An den Lilibiggs-Kinderkonzerten dürfen auch die Eltern mitsingen, mitklatschen und mittanzen. So viel Bewegung und Begeisterung machen heiss und durstig. Und dagegen hilft ein frisches Glas Milch besonders gut! Eine kühlere und bei vielen Kindern wohl beliebtere Variante ist das Frozen Jogurt, das sie mit Hilfe von Swissmilk-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern selber herstellen können. Da es sich um ein tiefgefrorenes Jogurt handelt, hat es weniger Zucker als herkömmliche Varianten, liefert zusätzliches Kalzium und viel Gesundes aus der Milch. Ganz zur Freude der Eltern.

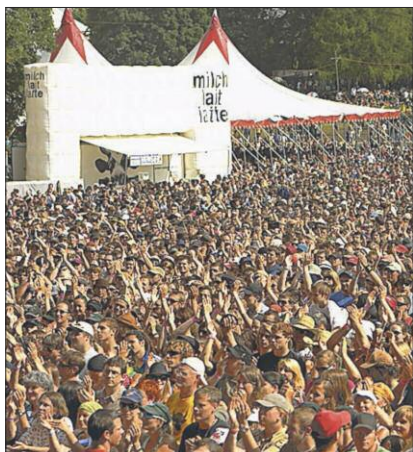


Lovely am eidgenössischen Jodlerfest

Sportlich ist Lovely ganz fit, das Jodeln jedoch überlässt sie lieber anderen. Dennoch ist Swissmilk am Eidgenössischen Jodlerfest vom 16. bis 19. Juni in Interlaken mit zwei grossen Milchbars und einem grossen Milch-Festzelt vor Ort. Festbesucherinnen und -besucher erhalten den Milchshake in einem Becher in der Form eines Kuhhorns, während ihnen die Werbekuh Lovely vom Festzelt aus entgegen lächelt. Ins Zelt einzutreten lohnt sich auf alle Fälle: Dort werden köstliche Schweizer Spezialitäten in SUISSSE GARANTIE-Qualität serviert. Und während des Festakts wird sogar auf dem mit 15 Metern längsten Alphorn der Welt gespielt.

Rock the milk

Die grösste Milchbar der Schweiz wird auch diesen Sommer wieder durch die Schweiz touren: St. Gallen, Frauenfeld, Gurten, Nyon und Ascona stehen auf dem Programm. Musikliebhaber werden zu Tausenden an diese Events strömen. Deshalb ist es wichtig, dort für die Milch Stimmung zu machen. Bei Sonnenschein ist dies kein Problem. Nebst den erfrischenden Milchshakes finden der Lovely-Sonnenschirm oder die witzige Kuhbrille reissenden Absatz. Bei Regen wärmen sich die Festivalbesucher am Swissmilk-Stand mit heisser Ovo oder Latte macchiato und kaufen Lovely-Stiefel, um dann gelassen durch den Schlamm zu stapfen. Nach einer langen Musiknacht gibt ein direkt in der Campingzone verkauftes Frühstück neue Power für die nächsten Konzerte. Eine Dienstleistung, die in den vergangenen Jahren geschätzt und rege genutzt worden ist. Denn Milch macht auch die müdesten Fans wieder munter und Butter schmeckt sowieso auf jedem Brot!



Energie tanken am slowUp

Am grössten Bewegungsevent der Schweiz nehmen jährlich über 400 000 Personen teil. Im Sommer 2011 ist Swissmilk mit einem auffälligen Riesenbike an sieben slowUp unterwegs. Zehn auf Facebook rekrutierte Milchfreunde treten kräftig in die Pedale und verteilen auf dem zwischen 30 und 40 Kilometer langen Strecke Yogi Drinks an Velofahrer, In-line-Skaterinnen und Nordic Walker. Zusätzlich laden zwei Milchbars auf der Strecke müde Sportlerknochen zur Stärkung ein. Denn was eignet sich besser als Milch, um wieder auf Touren zu kommen und die Runde fertig zu fahren, zu skaten oder zu walken? Sowohl die Yogi Drinks wie auch das witzige Gefährt sorgen garantiert für Aufsehen!

Milch in Szene gesetzt

An Fashion- und Trendsport-Events wird der jungen, urbanen Bevölkerung die Milch modern und szenig schmackhaft gemacht. Erfahrene Barmitarbeitende überraschen das Publikum mit Showeinlagen und verwöhnen es mit originellen Milchkreationen. Für den kleinen Gluscht gibt es Mini-Cupcakes, die nur so auf der Zunge zergehen. Die mobile Milchbar ist kompakt und lässt sich an Trendanlässen auch bei eingeschränkten Platzverhältnissen wirkungsvoll einsetzen. Besuchen und verwöhnen lassen kann man sich diesen Sommer am Wake&Jam vom 1. bis 3. Juli in Murten, an diversen Beach-Volleyball-Events in der ganzen Schweiz – zum Beispiel vom 23. bis 26. Juni in Genf – und am Boardstock vom 22. bis 24. Juli in Zug.

