



SMP · PSL

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

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch

Die Milch bei den Leuten

Bei steigenden Temperaturen spielt sich das Leben wieder draussen ab: Sport, Festivals und Konzerte halten Jung und Alt in Bewegung. Und was macht die Milch? Sie mischt sich unter die Menge!

In der Schweiz gibt es mittlerweile unzählige Outdoor-Anlässe für jeden Geschmack. Einige Highlights, an denen das Milch-Marketing dabei ist:

slowUp für Bewegungsfreudige

Man nehme rund 30 Kilometer Strassen in schöner Landschaft, sperre sie einen Tag lang für Autos und Sorge für ein buntes Rahmenprogramm. Und was passiert? Grosse und kleine Velofans, Inline-Skaterinnen und Nordic Walker setzen auf eigene Muskelkraft und machen den slowUp mit jährlich über 400 000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern zum grössten Bewegungs-Event der Schweiz. Für einen gelungenen Start sorgt die SMP mit einem Frühstück auf einem Bauernhof entlang der Strecke. Damit der Energiepegel konstant bleibt, laden dieses Jahr «Milchtankstellen» zu einem Bo-



Die Milch schafft an Familienveranstaltungen unvergessliche Erlebnisse und bleibt so von Klein auf in bester Erinnerung.



An Festivals und Openairs weckt das SMP-Marketing Emotionen und bindet so die mobile junge Generation nachhaltig an Milchprodukte.

xenstopp ein. In den Milchkannen werden sowohl natürlich weisse wie auch aromatisierte und bunte Powerdrinks zur Stärkung verkauft.

Kinderkonzerte

Die Lieder von Linard Bardill, Andrew Bond und Schtärneföifi lassen Kinderherzen höher schlagen. An den Lilibiggs-Kinderkonzerten dürfen auch die Eltern mitsingen, klatschen und tanzen. So viel Bewegung und Begeisterung geben natürlich Durst. Und dagegen hilft ein frisches Glas Milch besonders gut! Das Melkfeeling gibt es am SMP-Stand gleich gratis dazu. Dort wird nämlich nicht nur Milch ausgeschenkt, sondern um die Wette gemolken und ein Melk-Meister oder eine Melk-Meisterin gesucht.

Festivals für Junge und Junggebliebene

Im Gegensatz zu den Kinderkonzerten heissen die Stars an den Schweizer Open-Airs Stress, Ojos de Brujo oder Amy McDonald. Die Milch kennt diese Künstler, denn sie ist in der Festivalsaison 2010 wieder an den grössten Events anzutreffen. Dort ist der Milk-on-Tour-Stand von Zehntausenden von begeisterten Fans nicht zu übersehen. Wie in den vergangenen Jahren gibt es Shakes und neu dürfen die Festivalbesucherinnen und -besucher ihrer Fantasie freien Lauf lassen und am Automaten mit Jogurt nature, Müesli, diversen Toppings und Sirup ihre eigene Jogurtkreation herstellen. Nach einer langen Musiknacht gibt dann ein gutes Zmorge Power für die nächsten Konzerte. Daher bringt das sympathische SMP-Team das Frühstückstäschli mit Müesli, Milch, Jogurt, Käse, Butter und Brot wieder direkt ans Zelt – eine Dienstleistung, die in den letzten Jahren immer sehr geschätzt und rege genutzt wurde. Denn Milch macht auch die müdesten Fans wieder munter!

Emotionen wecken

Milch ist gesund, vitamin- und kalziumreich. Das wissen die meisten, und dass Gross und Klein davon täglich 3 Portionen benötigen, ist ebenfalls



weiterum bekannt. Da zwischen Wissen und Handeln aber oft Welten liegen, engagiert sich das Milchmarketing dafür, dass das wichtige Grundnahrungsmittel auch im Alltag präsent ist und konsumiert wird. Mit fast 4000 Rezepten liefert die Swissmilk-Rezeptdatenbank reichlich Ideen für die Verpflegung in den eigenen vier Wänden. Damit nicht genug: Die Milch mischt sich unters Volk und geht dorthin, wo Kinder, junge Erwachsene und Familien ihre Freizeit verbringen. Wenn die Jüngste der Familie bei ihrem ersten Konzert um die Wette melkt, wenn der Jugendliche mit Freunden seine eigene, erfrischende Jogurtkreation zum Sound seiner Lieblingsband auslöffelt und die müde Velofahrerin am slowUp zur Stärkung einen kühlen Shake erhält, dann ist das etwas Spezielles, fällt positiv auf und bleibt in guter Erinnerung. Positive Emotionen bleiben haften – die beste Voraussetzung, um das (Milch-) Erlebnis zu wiederholen.

SMP

Die Milch unterwegs

Daten slowUp und Kinderkonzerte

www.swissmilk.ch/family

Milk-on-Tour

Festivaldaten und weitere Informationen:

www.swissmilk.ch/milkontour

Erfolgsbericht vom «Tag der Milch»

Mit flüssigen Argumenten überzeugte die SMP, unterstützt von zahlreichen Jungzüchtern sowie Bäuerinnen und Landfrauen, an über 80 Standorten in der ganzen Schweiz die Bevölkerung von der zentralen Bedeutung der Milch. Dass die Milch ausserdem noch ausgezeichnet schmeckt, sah man den strahlenden Milchgesichtern von weitem an.

Aktive Produzenten

Zehn grosse Milchbars in der ganzen Schweiz lockten am letzten Samstag mit besonderen Familienattraktionen: Es gab Milch und Milchdrinks zum Selber-Shaken, einen Melkwettbewerb mit Sofortpreisen und Kälbchen zum Streicheln.

Junge Bäuerinnen und Bauern der schweizerischen Jungzüchtervereinigungen waren vor Ort und standen den interessierten Passanten Red und

Antwort. In diesem Jahr schenkte auch der Schweizerische Bäuerinnen- und Landfrauenverband SBLV Milch aus. In 31 Coop-Zentren hatten Bäuerinnen und Landfrauen einen Informationsstand und boten zusätzlich Häppchen aus der eigenen Küche zum Degustieren an.

Mit dem «Tag der Milch» startet jeweils auch die Saison der offenen Stalltüren. Über zweihundert Bauernbetriebe in der ganzen Schweiz freuen sich, wenn die Bevölkerung ihren Hof besucht und sich für die bäuerliche Tätigkeit interessiert.

Dankeschön

Herzlichen Dank allen Jungzüchtern, Landfrauen und Milchproduzenten, die sich in der ganzen Schweiz so grossartig und mit viel Kompetenz und Charme für den «Tag der Milch» eingesetzt haben!



SMP

Drei Portionen Milch täglich – diese zentrale Botschaft stiess auf viele interessierte grosse wie kleine Milchgesichter.



BILD: SMP