



SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch

Die Milch zu Besuch in der Stadt

Am 16. April war wieder «Tag der Milch». Um den Kontakt mit der Bevölkerung – insbesondere mit Familien – zu suchen, haben die Milchproduzenten keine Mühe gescheut und sind mit ihren Tieren losgezogen.

Milchbars in zwölf Schweizer Städten lockten besonders die Familien an: Für die Kleinen gab es Kälbchen zum Streicheln, für die Grösseren eine Kuh zum Melken und für alle Gratis-Milch zum Geniessen. Swissmilk organisiert den «Tag der Milch» seit einigen Jahren mit den Schweizer Jungzüchtervereinigungen zusammen. Junge Bäuerinnen und Bauern waren an

den Ständen anwesend und freuten sich über den Kontakt mit der Bevölkerung. Denn die Produzenten sind nicht nur die besten Botschafter für ihre Produkte, sie nutzen auch gerne die Gelegenheit, sich mit Passanten über die Milch und über ihren Beruf auszutauschen.

Hauptpreis Kuh

Eine besondere Attraktion waren einmal mehr die Tiere. Die Kälbchen am Stand erzielten nicht nur bei den Jüngsten einen «Jöh-Effekt». Auch der Hauptpreis des Milchtag-Wettbewerbs – die echte Kuh, die der Gewinner oder die Gewinnerin einen Sommer lang auf ihrer Alp besuchen kann – fand grosses Echo. Für alle, die nicht am Milchstand waren oder kein Wettbewerbsglück haben, sind jetzt wieder die Stalltüren von 220 Milchproduzenten in der ganzen Schweiz offen.



Die Standaktionen und insbesondere Tiere sind für Familien sehr attraktiv.



«Erst skeptisch – dann begeistert»

Markus Grossen (Vorstandsmitglied der Schweizer Jungzüchtervereinigung) war am letzten Samstag in Bern und schenkte Milch aus. Stellvertretend für seine vielen Kolleginnen und Kollegen, die sich ebenfalls für die Milch engagierten, sagt er, warum er seit Jahren dabei ist.

Wie waren die Reaktionen am «Tag der Milch»?

Markus Grossen: Durchwegs positiv. Die Besucher freuten sich über die Gratis-Milch. Die Kinder waren begeistert vom Wettmelken und krochen dafür zum Teil fast unter die Kuh. Die Wettbewerbstalons wurden fleissig ausgefüllt – eine Kuh zu gewinnen scheint sehr attraktiv zu sein. Während die Kinder die Kälbchen streichelten, nutzen die Eltern die Gelegenheit, um mit uns Jungzüchtern über Kuhhaltung und Milchwirtschaft allgemein zu diskutieren. Dabei fällt mir auf, dass die Bevölkerung sehr wohl bereit wäre, mehr für einen Liter



Aktiv für die Milch: Jungzüchter Markus Grossen im Gespräch.

Milch zu bezahlen. Allerdings nur, wenn dieser Betrag auch wirklich den Milchproduzenten zu Gute kommt.

Ist Ihnen eine Begegnung speziell in Erinnerung geblieben?

Ein Kind stand der Milch zuerst sehr skeptisch gegenüber. Der Milchshake schmeckte ihm dann so gut, dass es gleich einen zweiten wollte!

Weshalb engagieren Sie sich am «Tag der Milch»?

Weil ich das Resultat meiner Arbeit – die Milch – präsentieren kann, vor allem einer städtischen Bevölkerung, die mit der Landwirtschaft nicht so vertraut ist. Es ist ein erstklassiges und natürliches Grundnahrungsmittel, das die Aufmerksamkeit wirklich verdient.

Swissmilk dankt Ihnen, allen Jungzüchtern und allen Milchproduzenten herzlich, dass sie den «Tag der Milch» so aktiv unterstützt haben.

Mit Milch gross werden

Milch ist immer wichtig: für Kinder zum Wachsen und für Erwachsene zum stark Bleiben. Das Ernährungsverhalten der Kinder wird massgeblich durch die Eltern geprägt. Kinder brauchen Gewohnheiten und Rituale. Einmal mit der Milch vertraut, bleiben sie ihr ein Leben lang treu. Deshalb sind Familien mit kleineren Kindern fürs Milchmarketing so wichtig. Und aus diesem Grund führt Swissmilk viele verschiedene Massnahmen für diese Zielgruppe durch, die auf unterschiedlichen Ebenen wirksam sind. Die witzigen Werbekampagnen rufen die Milch kontinuierlich in Erinnerung und prägen ein positives Image. Ernährungsinformationen, wie sie beispielsweise im Family-Magazin vermittelt werden, sind nötig, um die gesundheitlichen Vorteile der Milch hervorzuheben. Rezepte wiederum bewirken, dass Milchprodukte und Butter im Alltag regelmässig verwendet werden. Emotionale Auftritte, wie es der «Tag der Milch» einer ist, verbinden all diese Elemente und verschaffen einen persönlichen Zugang zu Produkt und Produzenten. Die Milch wird erlebbar gemacht und bleibt dadurch hoffentlich in bester Erinnerung.

Swissmilk

Im Dialog mit Familien

Für Familien mit Kindern ist eine gesunde Ernährung besonders wichtig. Im Gegensatz zu anderen Zielgruppen verpflegen sich Familien häufiger zu Hause. Kochen und eine ausgewogene Menuplanung sind also angezeigt.

Um den Stellenwert der Milch zu erklären und familiengerechtes Kochen mit Milchprodukten und Butter zu zeigen, verschickt Swissmilk 170 000 Haushalten zweimal jährlich das Family-Magazin mit Tipps für gesundes Essen und mit Rezepten für den Familienalltag. Ergänzt wird es von einem monatlichen elektronischen Newsletter, der schon 104 107 Abonnenten erreicht. Tendenz steigend! www.swissmilk.ch/family



Osterquiz: Geniessen mit Butter

An Ostern werden Eier versteckt, hoffentlich aber nicht die Butter. Denn sie gehört gut sichtbar in jede Küche und auf jeden Frühstückstisch. Damit im Alltag und für den Osterfestenschmaus Butter und nicht Margarine verwendet wird, hat Swissmilk zusammen mit Sarina und Renzo zum Osterquiz eingeladen. Nur wer über Butter informiert ist, kann mit etwas Glück einen der 3333 Tagespreise und eines der 3 Notebooks gewinnen. Letztes Jahr haben 34 870 Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihr Glück versucht. Dieses Jahr sind es schon vor Einsendeschluss 5 000 mehr! Unter www.butter.ch gibt es das ganze Jahr Neues über die Butter und saisongerechte Back- und Kochrezepte.

