



S M P • P S L

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

SMP INFO-EXPRESS: Basis-Marketing für Milch

Tag der Milch: Die ganze Schweiz feiert

Swissmilk, unterstützt von den Jungzüchtern und zahlreichen Milchproduzenten, suchte am Tag der Milch wieder den Kontakt zur Schweizer Bevölkerung. Bern war zusätzlich Milzhauptstadt mit einem Spezialanlass und einem ganz besonderen Milchbotschafter.

Attraktive Milchstände, betreut von Swissmilk und jungen Bäuerinnen und Bauern der schweizerischen Jungzüchtervereinigungen, lockten in den acht grössten Schweizer Städten Familien mit Kindern an.

Landluft in der Stadt

Mit Charme und mit dem Wunderdrink der Natur als überzeugendem Argument zauberten die Jungzüchter und Swissmilk-Mitarbeiterinnen bei Erwachsenen und bei Kindern ein Milchlächeln aufs Gesicht. Im Gespräch konnten sie der Bevölkerung die Milch näher bringen, ihre gesundheitlichen Stärken erklären und zum Melken einer Plastikkuh einladen. Eine besondere Attraktion waren einmal mehr die «richtigen» Tiere. Die Kälbchen an den acht städtischen Swissmilk-Ständen wurden nicht nur von den Jüngsten liebevoll gestreichelt. Auch der Hauptpreis des Milchtags-Wettbewerbs – eine Leasingkuh, die die Gewinner oder die Gewinnerinnen einen Sommer lang auf ihrer Alp besuchen und deren Käse sie im Winter geniessen können – fand viel Echo. An weiteren 80 Standorten engagierten sich Milchproduzenten für

die Milch, begrüsst Interessierte auf ihrem Hof und schenkten Milch aus.

Plakatwettbewerb für Schulen

70 Schulklassen setzten sich im Rahmen des Plakatwettbewerbs in den letzten zwei Monaten ausführlich mit dem Thema Milch und Werbung auseinander. Sie kreierten attraktive Plakate mit überraschenden Sujets. Die witzigsten und originellsten wurden durch ein Onlinevoting

ermittelt. Die drei Hauptpreise gingen an folgende Klassen: 3. Media in Gordola (TI), 5. Klasse Schulhaus Falter in Bremgarten (AG) und Klasse 7c Schule Munzinger in Bern.

Nur Gewinner

Alle teilnehmenden Klassen sind Gewinner, nicht nur diejenigen, die einen Hauptpreis erhielten. Denn ihre Plakate wurden in ihrer Schulgemeinde ausgehängt und die über 1000



Dass es für starke Knochen 3-mal täglich Milch braucht, ist auch Schulkindern klar. 70 Schulklassen haben am Plakatwettbewerb zum Tag der Milch teilgenommen und sich der Herausforderung gestellt, für den Wunderdrink der Natur Werbung zu kreieren.



Bastian Baker ist überzeugter Milchtrinker. In Bern sang er als Milchbotschafter vor begeistertem Publikum.

Schülerinnen und Schüler wurden am Tag der Milch nach Bern eingeladen, um den Brunch zu geniessen, an der Preisverleihung teilzunehmen und das Konzert der musikalischen Entdeckung des Jahres zu verfolgen.

Bastian Baker – Milchbotschafter in Bern

Keine zwei Monate nach dem Gewinn der Kategorie «Best Breaking Act National» bei den Swiss Music Awards 2012 gab Bastian Baker am Tag der Milch auf dem Berner Waisenhausplatz ein Gratiskonzert. Das Publikum war begeistert, Baker überzeugte nicht nur musikalisch mit seinen Tophits wie «Tomorrow May Not Be Better» oder «I'd Sing For You», sondern outete sich auch als überzeugten Milchtrinker: «Ich freute mich auf meinen Auftritt am Tag der Milch. Das Konzert sehe ich auch als persönliches Bekenntnis zum beliebten Muntermacher der Natur. Ich trinke gerne und oft Milch». Das sieht und hört man!

Von der Stadt aufs Land

25 000 Milchproduzenten sorgen nicht nur am Tag der Milch, sondern das ganze Jahr hindurch für eine lückenlose Versorgung mit qualitativ hochstehender Milch. Für den Austausch mit den Produzenten und für einen Einblick in ihre tägliche Arbeit bietet sich auch die Stallvisite an. Ab sofort sind die Stalltüren von 220 Milchproduzenten in der ganzen Schweiz wieder offen: www.stallvisite.ch.

Dankeschön

Swissmilk dankt allen Milchproduzenten und Jungzüchtern herzlich, die sich am Tag der Milch mit viel Engagement und Begeisterung in der Stadt und auf dem Land für ihr Produkt eingesetzt haben.

Das Land der Stadt näher bringen

Die 25 000 Milchproduzenten wissen, wie wertvoll die Milch ist, welchen Aufwand und wie viel Herzblut es braucht, um dieses tägliche Lebensmittel zu produzieren. Ob es auch die 8 Millionen Einwohner der Schweiz wissen, ist eine andere Frage. Und ebenso, ob sie den Wert der Milch kennen. Es scheint jedenfalls, dass der Bezug zur Landwirtschaft vor allem in Städten und Agglomerationen bröckelt. Deshalb ist es wichtig, dass mit Massnahmen wie etwa dem Tag der Milch Brücken zwischen Stadt und Land geschlagen werden. Der Tag der Milch ist nur eine von vielen guten Gelegenheiten, diese Brücken zu überqueren. Überall wo junge Familien und Jugendliche unterwegs sind, ist auch Swissmilk nicht weit. An den wichtigsten Konzerten, Messen und Sportevents gehört die Milchbar schon seit Jahren dazu. Swissmilk macht aber noch mehr: Es bietet das ganze Jahr unzählige Rezepte an, im Kochmagazin LE MENU ebenso wie im Family-Magazin oder auf der Swissmilk-Homepage. So gelangt die Milch in all ihren vielzähligen Formen täglich auf den Teller oder ins Glas der Schweizer Bevölkerung. Das positive Image wird zusätzlich mit frischen Werbekampagnen hochgehalten und Ernährungsinformationen helfen, das Wissen über ihren gesundheitlichen Wert zu verankern. Städter werden mit dem Projekt Stallvisite eingeladen, die Arbeit auf dem Bauernhof vor Ort besser kennenzulernen. Ziel all dieser Anstrengung ist es, dass die Schweizer Milch ihren Stellenwert in der täglichen Ernährung behält und auch in Zukunft ein wichtiges Grundnahrungsmittel bleibt – in der Stadt und auf dem Land!

Swissmilk Family – Mehrwert für Familien



Das Familienmagazin von Swissmilk unterstützt Familien mit Kindern in Ernährungsfragen und bei der Menüplanung. Eine gesunde Ernährung ist für sie besonders wichtig. Im Gegensatz zu anderen Zielgruppen verpflegen sich Familien häufiger zu Hause. Im aktuellen Heft werden Süssgetränke und Kindersnacks wie etwa Milchschnitten unter die Lupe genommen. Diese Produkte sind unnötig und bieten keinerlei gesundheitliche Vorteile. Die Milch hingegen kann ernährungsphysiologisch auftrumpfen. Zweimal jährlich wird das Family-Magazin an 270 000 Haushalte verschickt. Zusätzlich erhalten monatlich 109 819 Abonnenten den elektronischen Newsletter. www.swissmilk.ch/family

Milch lässt Mutterherzen höher schlagen

Zum Muttertag verlost Swissmilk 222 exklusive, beschriftbare Milchtassen und 555 Jahres-Abonnements von «LE MENU». Nur wer über die Milch Bescheid weiss, kann die Milch-

frage beantworten und mit etwas Glück einen der Preise gewinnen. Wettbewerbe stehen hoch im Kurs: Bei der letztjährigen Muttertagsaktion versuchten über 55 000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihr Glück. Wer gewinnt dieses Jahr? Teilnahme unter www.swissmilk.ch. Wer nicht aufs Glück zählen möchte, bestellt die Tassen im Onlineshop. Ein schönes Muttertagsgeschenk ist auch das Abonnement des Kochmagazins «LE MENU». www.lemenu.ch

