

SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch

Neue Swissmilk-Kampagne «Mehrwerte Schweiz» startet jetzt

Stärken soll man bekanntlich zu seinen Gunsten nutzen. Swissmilk rückt daher die Mehrwerte aus der Herkunft der Schweizer Milch in den Mittelpunkt!

Swissmilk konzipierte unter dem Motto «Echt stark. Schweizer Milch und Milchprodukte» ihre Werbung neu. Die Mehrwerte von Schweizer Milch und Milchprodukten werden darin zu den entscheidenden Differenzierungsfaktoren – vor allem das Tierwohl und die Nachhaltigkeit. Dies sind für Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten gemäss Befragungen die beiden wichtigsten Argumente, weswegen zu Schweizer Landwirtschaftsprodukten gegriffen wird. Der Konsument ist bereit, für diese Produkte mit Herkunft Schweiz mehr zu bezahlen. Die Konkurrenz für Schweizer Milch



Amuse-Bouche: Am Ende der Werbespots werden Schweizer Milch und Milchprodukte jeweils gluschtig in Szene gesetzt und die Zuschauer zum Kauf von Schweizer Produkten aufgerufen.



Mehrwert Tierwohl: Die Schweizer Milchkühe haben es gut. Sie geniessen viel Auslauf und vorwiegend saftiges einheimisches Schweizer Gras.

und Milchprodukte ist gross und der Reiz an Milchersatzprodukten, günstigen Importprodukten und am Einkaufstourismus bleibt stark. Um sich gegen ausländische Konkurrenzprodukte abzugrenzen, werden die Mehrwerte der Herkunft Schweiz von Milch und Milchprodukten, neben Gesundheit und Genuss, zu den zentralen Themenschwerpunkten der neuen Kampagne. Sie unterstützen damit direkt den Absatz.

Die neue Basiskommunikation für Schweizer Milch und Milchprodukte will bei der Schweizer Bevölkerung Aufmerksamkeit erregen und diese Mehrwerte positiv ins Gespräch bringen. Insbesondere bei der Zielgruppe der jungen urbanen Generation soll die Kampagne eine positive Wahrnehmung erzeugen und langfristig die Mehr-

werte der Herkunft von Schweizer Milch und Milchprodukten im Gedächtnis der jungen Schweizer Konsumenten verankern.

Die Rolle der schweizweit bekannten und beliebten Werbekuh «Lovely» wurde neu definiert. Die bisherige Lovely, die uns mit zahlreichen Tricks und Fähigkeiten begeisterte, wird zukünftig natürlicher, aber nicht weniger charmant die Konsumenten begeistern. Sie wird jeweils in ihrem gewohnten Umfeld, einer schönen Schweizer Landschaft, in der sie sich sichtlich wohlfühlt, zu sehen sein.

Die neue Werbung ist seit dem 1. März im (Web-)Fernsehen, auf Plakaten, auf Online-Medien und auf den wichtigsten Social-Media-Kanälen zu sehen.



Mehrwert Nachhaltigkeit: Auf humorvolle Weise wird aufgezeigt, dass die Schweizer Milch naturnah produziert wird und nur kurze Transportwege braucht – dass sie eben nachhaltig ist.

Vom Milchbuur – die Bauern als Botschafter

Milchbauern sind die besten Botschafter für Schweizer Milch und ihre Mehrwerte. Mit der neuen Online-Plattform «Vom Milchbuur» (Go-live im ersten Quartal 2018) erhalten Milchbauern mit Hofladen die Möglichkeit, ihren Hof, ihre Leistungen und ihre Produkte den Konsumentinnen und Konsumenten, die einen Hofladen in ihrer Nähe suchen, zu präsentieren. Die Mehrwerte der Schweizer Milchprodukte werden glaubhaft dargestellt. Sind Sie interessiert, am Projekt teilzunehmen? Dann wenden Sie sich bitte an folgende Adresse: Schweizer Milchproduzenten SMP, Mitgliedermarketing, Weststrasse 10, 3000 Bern 6 oder per E-Mail an: farmer@swissmilk.ch. Wir werden anschliessend gerne mit Ihnen Kontakt aufnehmen.



Die Mehrwerte entstehen auf dem Bauernhof. Deshalb sind die Bauern (im Bild Mario Leuenberger, Movelier JU) glaubwürdige Botschafter.

«Swiss milk inside®»: sichtbar sein im Laden

Damit die Konsumentinnen und Konsumenten auf einen Blick feststellen können, ob ein Produkt mit Schweizer Milch produziert wurde, sollen in Zukunft möglichst viele Produkte mit der Individualmarke «Swiss milk inside®» ausgezeichnet werden. Die ausgezeichneten Produkte müssen einen relevanten Anteil Milch enthalten – Schweizer Milch natürlich. Für den Export wurde ein separates Logo mit einer Milchkanne entwickelt – ein Symbol für Milch, das auch im Ausland verstanden wird. Der Herstellungsort der Produkte muss die Schweiz sein, und die Milch muss zu 100 Prozent aus der Schweiz stammen. Die Zeichen sind gesetzlich geschützt.

